

INTERNORGA: KONZEPTBÖRSE UND BAROMETER FÜR DEN AUßERHAUSMARKT

Konzepte, Hochwertiges, Wellness und Genuss

Immer mehr Hersteller reagieren auf die Entwicklung zu gesunder, bewusster Ernährung mit Natürlichkeit. Nachhaltigkeit und Unternehmensverantwortung werden ebenso kommuniziert wie Produktvorteile und Anwendernutzen.

Die „Babies“ zu den „Sugarbabes“ und eine „Sugarbabe“-Snackbox gehören zu den Neuheiten, die die Bagel Bakery in Hamburg vorstellen will.



Die Internorga 2009, 83. Internationale Fachmesse für Hotellerie, Gastronomie, Gemeinschaftsverpflegung, Bäckereien und Konditoreien, ist vom 13. bis 18. März 2009 täglich von 10 bis 18

Uhr auf dem Hamburger Messegelände geöffnet.

Zwischen Convenience und Kreativität, Genuss und Gesundheit, Nachhaltigkeit und Unternehmensverantwortung spannt sich der Themen-Bogen in der Lebensmittelbranche. Natur und Natürlichkeit werden ebenso kommuniziert wie Bio und Fettreduzierung, Hochwertigkeit und Gesundheit. Mega-Trend ist und bleibt, trotz alledem, Convenience. Ein rustikales oder Home-made-Aussehen ist gefragt. Regio-

nalität und Authentizität werden groß geschrieben. Anwenderorientierung beziehungsweise Anwendernutzen gehören zur Grundaussstattung. Trotz oder gerade wegen der weltweiten Finanzkrise gibt es eine Entwicklung hin zu Hochwertigem. Premium scheint wieder gefragt zu sein.

Nachhaltigkeit entwickelt sich zum großen Thema. Auf's Produkt bezogen, hat beispielsweise die Salomon Foodworld diesen Aspekt mit ihrem Gourmet Burger aus Styria-Beef in die Qualitätsdiskussion im Fleischmarkt gebracht. Dieser Gourmet Burger adelt nicht nur das Fast-food-Produkt Burger, sondern er bringt auf sehr markante Art auch außerhalb des Bio-Themas den Aspekt der Nachhaltigkeit in den Fleischbereich. Doch auch ohne direkten Produktbezug werden ethische Aspekte immer wichtiger. Der

österreichische Tiefkühl-Lebensmittelproduzent Frisch & Frost Frisch beispielsweise kommuniziert seine Strategien zur Reduzierung der Schadstoff-Emissionen ebenso wie die Qualitätsvorteile seiner Produkte.

Bei den Rezepturen zeigten sich die Trends der vergangenen Jahre als weiterhin stabil. Die geschmacklichen Vorlieben bewegen sich zwischen den beiden Polen ethnische und regionale deutsche Küche, teilweise in Form moderner, leichter Interpretationen. Ganz deutlich wird diese Spannweite an den Neuheiten von Trendsetter Salomon, die von „German Tapas“ bis zu Spießchen mit indischem Touch und Wraps mit afrikanischem oder asiatischem Flair reichen.

Bagel Bakery: Neue Generation der Sugarbabes

„Sugarbabes“ heißt ein Sortiment an trendigen Premium-Backwaren für Gastronomie, Coffee-Shops, Szene-Gastronomie, Lieferservices, Hotellerie und Restaurants, die von der Bagel Bakery GmbH, Drossdorf, auf der Internorga 2008 erstmalig präsentiert wurde. „Jetzt, genau ein Jahr später, vereinen wir die Marken Sugarbabes und Bagel Bakery in einem neuen Gesamtkonzept“, berichtet Marketingleiterin Peggy Wenzel. Damit solle die nächste Generation der Sugarbabes zu einem Erlebnis werden. Fünf neue Produkte gibt's, so Wenzel, in der neuen Generation: „Neben der fruchtigen ‚Mrs. Crumbleberry‘, dem leckeren ‚Sugardude‘ und den süßen ‚Sugarbabies‘, zwei gefüllten Mini-Muffins mit Maxi-Geschmack, wird es ein weiteres noch namenloses Sugarbabe geben, das wir im Rahmen eines Gewinnspiels mit dem kreativsten Namensvorschlag unserer Kunden taufen werden“, berichtet sie. Dieses neue, noch namenlose Muffin, zeichne sich durch den lockeren Teig und eine köstliche Amarenafüllung aus und werde von einer Kirsche, frischem Quark-Topping und feinsten Mandelsplittern gekrönt. Ziel dieser Aktion sei es, dass sich die Zielgruppe mit der Markenwelt von Sugarbabes identifiziere und Spaß dabei habe. Auch der Name „Heidi on the alm“ sei im vergangenen Jahr von einem Kunden beige-steuert worden.

Mit der gleichen Intention, die Marke erlebbar zu machen, sei auch die Website in eine echte Erlebniswelt verwandelt worden.

Barilla: Pastagerichte in Spitzenqualität für jede Gelegenheit

High-Convenience-Pasta bietet der Barilla Foodservice mit seiner „First Fast“-Range: vorgekochte, vorge-salzene und Stück für Stück tiefgefrorene Pasta, welche die Zubereitung eines modernen Pastagerichtes in weniger als einer Minute ermöglichen soll. „Die Garzeit beträgt in kochendem Wasser nur 30 Sekunden. Damit kann schneller serviert werden denn je. Außerdem ist diese Pasta von herausragender Qualität, bricht nicht beim regenerierenden Kochen, ist garantiert immer kochfest und verbindet sich perfekt mit der Sauce“, erklärt Barilla. Zudem biete First Fast flexible Portionierung, hundertprozentige Ergiebigkeit und damit eine deutliche Reduzierung der Gesamtkosten. First Fast-Produkte könnten ebenfalls in der Pfanne, der Mikrowelle und im Kombidämpfer regeneriert werden. Zum Konzept gehören 14 gebrauchsfertige Saucen, die ohne Zusatz- und Konservierungsstoffe oder zusätzliche Wärmebehandlung hergestellt würden. Tiefgekühlte Fertiggerichte runden das Sortiment ab.

Boiron Freres: Fruchtpürees erobern die Bars

Die Fruchtpürees des französischen Herstellers Boiron Freres S.A., Rungis, haben sich längst ihren Platz

in der gehobenen Pâtisserie erobert. Aus gutem Grund, meint Verkaufsleiter Grégoire Charpentier, denn über 45 verschiedene Fruchtsorten und neun Mischungen ermöglichen es, dem Gast immer wieder neue Kreationen zu präsentieren. „Da Boiron nur die besten Früchte zum optimalen Erntezeitpunkt als Eingangsprüfung verwendet, kommen aus frischen oder TK-Früchten selbst hergestellte Pürees oft nicht an die geschmackliche und farbliche Qualität von Boiron heran“, erklärt der Fruchtspezialist. Der große Erfolg im Eis-, Sorbet- und Konditoreibereich sei deshalb nicht verwunderlich.

Nun sollen die Fruchtbomben auch die Cocktailbars erobern, bislang oftmals noch eine Domäne selbst hergestellter Fruchtpürees. „Neu ist, dass jetzt vermehrt Barkeeper die Chancen nicht mehr missen wollen, die die tiefgekühlten natürlichen Pürees für elegante Cocktails bieten“, freut sich Charpentier und ist überzeugt, dass der Gast die Frucht so schmecken kann, wie er sie beispielsweise im Urlaub in den Tropen kennen gelernt habe. Alle Produkte von Boiron werden ohne zusätzliche Aromen oder Konservierungsstoffe hergestellt.

Bürger: Pasta und Knödel

Die Bürger GmbH, Ditzingen, hat ihr GV-Sortiment um italienische und süddeutsche Spezialitäten erweitert. Im Bereich der italienischen Küche gibt es zwei neue, vegetarische Geschmacksrichtungen „Cannelloni Pomodoro“ mit Tomate und



Peccorino-Käse sowie „Lasagne Primavera“ mit Karotten, Brokkoli, Frühlingszwiebeln und anderem Frühlingsgemüse. Zusätzlich seien alle Lasagne-Varianten auf den Gastromschnitt umgestellt worden, um die Aufteilung der Produkte in halbe Gastro-Normen und die gleichmäßige Gewichtung der einzelnen Stücke zu ermöglichen.

Bei den süddeutschen Spezialitäten umfasst das Sortiment jetzt auch herzhaftere Knödel-Spezialitäten wie „Kaspress“-„Speck“- und „Spinatknödel“, die wie hausgemacht schmecken und vielseitig als Suppeneinlage, Beilage oder vegetarisches Hauptgericht eingesetzt werden könnten.

Bürger stellt auf der Internorga neue italienische und süddeutsche Teigwaren für die GV vor, darunter die „Cannelloni Pomodoro“.

Frucht pur – aus den Coulis von Boiron Freres.



Partnerschaft, die allen schmeckt

Gastronomen, die ihren Gästen das Besondere bieten möchten, können sich voll und ganz auf den Handelshof verlassen. Denn das Handelshof Gastro-Konzept hat den Gast und den Gastronomen gleichermaßen im Fokus: Spitzenqualität, Zuverlässigkeit und Leistungsstärke für das Gastgewerbe – Qualität, Frische und Genuss für den Gast. Guten Appetit!



C & C Großhandel | Liefergroßhandel
Handelshof Köln-Poll | Köln-Müngersdorf | Mönchengladbach | Haan | Bocholt | Rheinbach
Arnsberg | Detmold | Bielefeld | Hamburg-Harburg | Lüneburg | Stade | Schwerin | Güstrow
Sie haben noch keinen Handelshof-Ausweis? Bitte bringen Sie Ihren Gewerbenachweis mit. www.handelshof.de

