

«DailyFood-Business 2005»: für branchenübergreifenden Austausch

Hannover. (12.03. / dm / eb) «Was ist mit der Nordback?» Zugegeben, da war der WebBäcker kürzlich noch auf dem Stand von 2002, als die Messe Düsseldorf rund 8.000 Fachbesucher vermeldete, Produkte und Dienstleistungen von 224 Ausstellern auf etwa 8.600 Netto-Quadratmetern.

Das war es dann auch schon, was vom Zusammenlegungs-Resultat der «alten» Bäckofa und «alten» hannoverschen Nordback zu hören war. Irgendwie schien sie in der Versenkung verschwunden und so recht wollte niemand darum trauern. Warum und wieso ersparen wir uns an dieser Stelle zu erklären -- Sie kennen die Litanei.

Wie auch immer: Die Branche ist ordentlich in Bewegung, was sich neuerdings nicht nur am deutlichen Rückgang der Betriebszahlen festmachen lässt oder an Fusionen im Fachgroßhandel und in der Zulieferindustrie. «In Bewegung» heißt auch, sich Gedanken über die Zukunft zu machen, Veränderungen am Markt und im Konsumentenverhalten zur Kenntnis zu nehmen und Marktplätze zu schaffen, die das Zeug haben, Backbetriebe auf deren Weg in die Zukunft nachhaltig zu unterstützen.

Diese «Bewegung» zeigt sich nun im ganzheitlichen Konzept der Fachmesse «DailyFood-Business», die vom **17. bis 19. April 2005** erstmals einen branchenübergreifenden Austausch und damit eine zeitgemäße Orientierung bieten soll. Veranstalter ist die Deutsche Messe AG mit Sitz in Hannover; ideeller Träger ist die Bäko-Gruppe Nord, Duisburg / Rellingen. Neben Nordrhein-Westfalen soll der Veranstaltungsort Essen die Bereiche Nord- und Westdeutschland sowie die Beneluxstaaten erschließen.

Apropos «branchenübergreifenden Austausch» -- eine Mini-Internorga also? Nein, die DailyFood-Business setze bewusst auf Lebensmittelgewerke, sagt Projekt-Direktorin Kerstin Manke. Im Zusammenwirken von Bäckern, Konditoren, Fleischern, Caterern und Eis-Cafés lassen sich nicht nur Synergien schaffen, sondern ebenso neue Umsatzfelder erschließen. «Damit bietet die Deutsche Messe AG ab 2005 ein Messekonzept, das die deutlichen Marktveränderungen für das Bäcker- und Fleischerhandwerk aufgreift und neue Lösungen bereithält».

Bäko-Vorstand Lutz Henning sieht in der neuen Messe einen wichtigen Aufbruch: «Unsere Kunden brauchen branchenübergreifende Informationsmöglichkeiten, und das kann die bisher zersplitterte Messelandschaft in dieser Form nicht bieten». Für Stephan Ph. Kühne, Vorstandsmitglied der Deutschen Messe AG, bietet das neue Konzept der DailyFood-Business «die Chance, neue Besucherzielgruppen anzusprechen und durch das ganzheitliche Konzept echten Mehrwert für Besucher und Synergien für Aussteller anzubieten».

Veränderte Rahmenbedingungen

Zwei wesentliche Entwicklungen gaben den Anstoß, ein neues Fachmesse-Konzept für die beiden Handwerksgruppen auf den Weg zu bringen: Zum einen sind dies die sich verändernden Marktbedingungen im Bäcker- und Fleischerhandwerk. Diese Handwerksbereiche unterliegen immer noch einem starken Konzentrationsprozess. Die Zahl der Betriebe sinkt kontinuierlich, die Zahl der Filialen stagniert jedoch oder nimmt leicht zu. Die Bäckerei- und Fleischereibetriebe suchen neue Chancen in der Erweiterung ihres Angebotsspektrums. Im Vordergrund stehen hier Snack/Imbiss, Café, Convenience, Handelswaren und Ergänzungssortimente. Die eigene Wettbewerbsposition gegenüber Supermärkten, so genannten Discountbäckereien und Tankstellen wird mit einer Qualitätsoffensive gefestigt. Und schließlich stehen auch die Bäckereibetriebe vor der Einführung neuester Backstufen- und Tiefkühltechnik.

Der Markt im Fleischerhandwerk ist durch neue Qualitätsanforderungen seitens der Politik und der Verbraucher gekennzeichnet. Auf Grund sich ändernder Konsumgewohnheiten sind Themen wie Imbiss, Party-Service, Catering und Convenience von großer Bedeutung. Beide Branchen sind durch eine Reihe von Gemeinsamkeiten gekennzeichnet, zu denen beispielsweise auch ähnliche Bedarfsstrukturen bei der Betriebsausstattung gehören.

Zum anderen ergeben sich für die Messebeteiligung und den Messebesuch angesichts generell knapper Budgets neue Anforderungen in Hinblick auf die Kosteneffektivität. Der branchenübergreifende Charakter der DailyFood-Business bietet erfolgversprechende Ansätze. Auf dieser Fachmesse treffen die Aussteller auf deutlich erweiterte Besucherkernzielgruppen, die ihrerseits zahlreiche Anregungen und Impulse aus der Breite der präsentierten Produkte und Dienstleistungen aufnehmen.

Die Deutsche Messe AG verfügt als führende Messegesellschaft für internationale Fachmessen und große Verbraucherausstellungen, nicht zuletzt auch durch die langjährige Durchführung der Fachmesse Nordback, über ein umfangreiches Know-how, um hier mit innovativem Engagement für die Aussteller und Besucher neue Marktchancen zu erschließen.

Das Konzept der DailyFood-Business

Das Angebot umfasst Produkte und Dienstleistungen für Backbetriebe, Fleischereibetriebe, den Außer-Haus-Verzehr und Catering/Partyservice. Zum geplanten Rahmenprogramm gehören unter anderem Vortrags- und Podiumsdiskussionen, praktische Vorführungen, Azubi-Wettbewerbe, der Nachwuchstreff, das Abendprogramm «Meet and Eat» und die Sonderpräsentation «BIOFIT» für Handelswaren, Rohstoffe, Getreide und Fleisch aus ökologischer Produktion sowie «SNACK'IT» mit innovativen Snack- und Imbissideen sowie aktuellen Trends zum Thema Partyservice und Catering.

Im Ausstellungsbereich werden unter anderem gezeigt: Rohstoffe, Halbfabrikate, Convenience-Produkte, Snackbereitung, Handelsware, Verpackung, Ladenbau und Café-Einrichtungen, Backstuben- und Kühltechnik, Café-Welt, Bedarf für Catering- und Plattenservice sowie E-Commerce.

Zur DailyFood-Business 2005 erwartet die Deutsche Messe AG nach gegenwärtiger Planung rund 300 Aussteller mit einer Netto-Ausstellungsfläche von 8.000 Quadratmetern und 7.000 Fachbesucher.

Ende des Artikels