

Neuer gemeinsamer Treffpunkt für das Bäcker- und Fleischerhandwerk --
Aussteller profitieren durch deutlich erweiterte Zielgruppen -- Besucher nutzen
umfassende Angebotspalette -- Trends und Themen zeigen die Märkte von morgen.

Solide Basis: *Positive Signale für DailyFood-Business*



Für alle, die über den Tellerrand schauen, gibt es eine neue Messe: Die DailyFood-Business findet erstmals vom 17. bis 19. April statt. «Alles in Essen», wie (von links) Manfred Rycken, Stephan Ph. Kühne und Lutz Henning erläuterten.

Essen. (14.02. / dm) Veränderungen der Märkte fordern neue Kommunikationsplattformen. Dies gilt in jeder Branche und ihrer Messelandschaft. Die Deutsche Messe AG in Hannover stellt sich mit der neuen und branchenübergreifenden Fachmesse DailyFood-Business diesen Herausforderungen im Bäcker- und Fleischerhandwerk.

Rund zwei Monate vor der Premiere auf dem Essener Messegelände gab sich Stephan Ph. Kühne, Mitglied des Vorstandes der Deutschen Messe AG, anlässlich eines Pressegesprächs in Essen ausgesprochen zuversichtlich: «Es ist uns gelungen, aus dem Stand heraus die erste DailyFood-Business auf eine solide und zukunftsgerichtete Basis zu stellen. Mit fast 250 Unternehmen und einer Ausstellungsfläche von rund 7.000 Quadratmetern zeigt sie Stärke und Kompetenz in einem nicht einfachen Branchenumfeld.» Auf Seiten des ideellen Partners, der Bäko-Zentrale Nord in Duisburg, ist die Stimmung ebenso positiv.

Lutz Henning, ihr Vorstand: «Die Bäko Gruppe Nord nimmt die Herausforderungen aus dem Markt an und freut sich gemeinsam mit den Fleischern und ihrer Wirtschaftsorganisation in NRW auf die erste DailyFood-Business.» Für das Fleischerhandwerk, das diese neue Fachmesse ausdrücklich unterstützt, betonte Manfred Rycken, Präsident des Deutschen Fleischer-Verbandes: «Bei der zunehmenden Spaltung des Marktes in Bedienungs- und Selbstbedienungstheken ist es für uns wichtig, unseren Betriebsinhabern unternehmerische Entscheidungshilfen anzubieten und Alleinstellungsmerkmale aufzuzeigen.»

Markt und Konsumgewohnheiten im Wandel

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 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. Das Engagement richtet sich verstärkt auch auf die Vermarktung der eigenen Produkte. Die Fähigkeit der Betriebe, sich individuell auf die Wünsche der eigenen Kundschaft einzustellen, erleichtert diese Entwicklung.

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 im Hinblick auf die Kosteneffektivität. Der branchenübergreifende Messecharakter der DailyFood-Business bietet Erfolg versprechende 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, große Verbraucherausstellungen sowie handwerksorientierte Fachmessen -- über ein umfangreiches Know-how, um hier mit innovativem Engagement für die Aussteller und Besucher neue Marktchancen zu erschließen.



DAILYFOOD BUSINESS

ALLES IN ESSEN

Fachmesse für Bäcker, Konditoren,
Fleischer, Caterer und Eis-Cafés

17. – 19. 4. 2005

Das breite Angebot der DailyFood-Business umfasst unter anderem:

- Rohstoffe,
- Halbfabrikate,
- Convenience-Produkte,
- Snackbereitung,
- Handelsware,
- Verpackung,
- Ladenbau und Café-Einrichtungen,
- Backstuben- und Kühltechnik,
- Café-Welt,
- Bedarf für Catering- und Plattenservice sowie
- E-Commerce.

Zu den bisher schon gemeldeten Ausstellern zählen zahlreiche Marktführer, so zum Beispiel BÄ.RO, Bayha + Strackbein, Bedford, Borco-Höhns, Liebherr, Hobart, Ireks, Jungheinrich, Emil Kemper, Seydelmann, Treif, Werner + Pfleiderer Lebensmitteltechnik, MIWE, Duni und Backaldrin.

Innovative Ideen und Trendthemen ergänzen die Fachmesse

Snack'it: Die Sonderschau «Snack'it» widmet sich innovativen Snack- und Imbiss-Ideen für vielfältige Verzehranlässe: vom morgendlichen Frühstück über die kleine Mittagsmahlzeit bis zum Abendsnack. Präsentiert werden Snack-Zutaten und Tipps für neue Rezepturen bis hin zu kreativen Ladenkonzepten für die Zukunft. Mit vielen Ideen zur Erweiterung des Leistungs- und Angebotspektrums erstreckt sich ein breites Angebot dieser Sonderschau. Führende Aussteller-Firmen zeigen in Praxisvorträgen den optimalen Einsatz ihrer Produkte.

Ideenwettbewerb: In einem großen Ideenwettbewerb zur DailyFood-Business für alle Auszubildenden im Bäcker-, Fleischer- und Konditorenhandwerk werden einmalige Snack-Ideen aus fünf Verkaufsfeldern gesucht und prämiert. Die fünf Kategorien sind:

- Automatenservice: frisch verpackte Snacks in Selbstbedienung,
- Einkauf: köstliche Snackspezialitäten mit Beratung,
- Front-Snacking: frisch und schnell hergestellte Snacks nach individuellem Kundenwunsch,
- Bistro: Snacks mit einem Getränk frisch genießen,
- Deli-Service: verpackte Snacks und/oder kleine Mahlzeiten ins Haus gebracht.

BioFit: Im Mittelpunkt der Sonderschau «BioFit» stehen die Rohstoffe und Produkte aus der ökologischen Landwirtschaft. Der Bioland-Verband NRW sowie weitere Unternehmen aus dem stetig wachsenden Marktsegment «Bio» stellen sich vor. Best-Practice-Beispiele aus dem Bäcker- und Fleischerhandwerk demonstrieren, was heute machbar ist. Erfolgreiche Marktteilnehmer stehen zum Fachgespräch bereit, und es gibt Bio-Convenience zum Probieren.

Fachforen: Eine große Zahl von Fachforen greift weitere aktuelle Themen aus dem Bäcker-/Konditor- und Fleischerhandwerk auf. Dazu zählen zum Beispiel der Wettbewerb und die Preisverleihung zum «Deutschen Fleischwurstpokal», eine Podiumsdiskussion zum Thema «Lebensmittelhandwerk in der Zukunft», E-Learning zur Mitarbeiterqualifikation im Bäckerhandwerk und in der Meisterausbildung sowie weitere Vorträge zum Thema «Dienstleistungsqualität».

Breite Unterstützung für das neue Messekonzept

Ideeller Träger der «DailyFood-Business» ist die Bäko-Zentrale Nord eG, Duisburg. Unterstützung erfährt die Fachmesse durch den Verband des Rheinischen Bäckerhandwerks, den Bäckerinnungsverband Westfalen-Lippe und den Bäckerinnungsverband Niedersachsen/Bremen. Aus dem Fleischerhandwerk unterstützen die drei Organisationen Fleischerverband Nordrhein-Westfalen, F-G-R-Frisch-Markt-Fleischergenossenschaft, Ruhr, und Fleischer-Einkauf Gelsenkirchen die DailyFood-Business.

Besuchererwartung: Neben Nordrhein-Westfalen mit seiner hohen Bevölkerungsdichte erschließt der Veranstaltungsort Essen auch den norddeutschen und westdeutschen Raum sowie die angrenzenden Beneluxstaaten. Die Veranstalter erwarten an den drei Messetagen über 7.000 Fachbesucher.

Info: <http://www.dailyfood-business.de>