

Maßgeschneidertes nachgefragt



Drei erfolgreiche Tage verbuchte die Gastro Vision Roadshow Ende Oktober in Berlin, München und Frankfurt am Main / Foto: Gastro Vision

Die Gastro Vision Roadshow in München, Frankfurt und Berlin schloss Ende Oktober nach drei Tagen erneut mit positivem Ergebnis. Alle Veranstaltungen waren gut besucht, die Stopps in Berlin und München konnten an den Vorjahreserfolg anknüpfen, Frankfurt verzeichnete darüber hinaus einen deutlichen Zuwachs an Besuchern.

Aussteller und Besucher nutzten die gewohnt entspannte Atmosphäre für intensive Gespräche und Networking. Im Fokus der Gastro Vision Roadshow stand dieses Jahr zudem das Thema ?Tailor-Made? mit maßgeschneiderten Lösungen und Produkten für Gastronomie und Hotellerie. Denn während in der Vergangenheit vor allem der Preis darüber entschied, wie gut sich Lebensmittel verkaufen, fragt die Gastronomie heute zunehmend individualisierte Lösungen nach. Die angebotenen Produkte müssen frisch sein, ohne viel Personal und großen Aufwand zubereitet werden können. Das Angebot soll auf das eigene Gastro-Konzept zugeschnitten und dort exklusiv angeboten werden. Damit ermöglicht das sogenannte ?tailor-made Food? den Lebensmittelproduzenten die Erschließung neuer Käuferschichten und Einnahmequellen.

?Die Branche leidet unter dem immensen Personalmangel, der viele gastronomische Betriebe schon längst erreicht hat. Maßgeschneiderte Lösungen spielen darum eine zunehmend große Rolle ? ein Thema, das wir auch auf der Gastro Vision im März 2020 abbilden werden?, sagt Gastro Vision-Veranstalter Klaus Klische. Gute Beispiele für tailor-made Produkte zeigten während der Gastro Vision Roadshow beispielsweise die Patisserie Walter oder Die Räucherei. Beide haben sich mit dem Großhandelsunternehmen

Fresh Food Service vernetzt, entwickeln und produzieren gemeinsam mit ihm Snacks für größere Cateringbetriebe oder Hotel- und Backereiketten, die dann dort exklusiv angeboten werden.