

Vorab-
INFO

Bald ist es wieder soweit:

Zukunftstage NRW

17. Mai 2009 - 9-18 Uhr

Rheinisches Industriemuseum Oberhausen



Erfahren Sie ...

in einem außergewöhnlichen Ambiente
auf über 2.500 m² **die Trends der Zukunft**
im **Lebensmittel-Einzelhandel**.



+ + + www.zukunftstage.com
+ + + www.zukunftstage.eu

Es erwartet Sie ...

- **Aussteller aus allen Lebensmittelbranchen**
mit Trends und Innovationen für Produktion,
Verkauf und Werbung
- **Praxisnahe Fachvorträge und**
-vorführungen – für frisches Wissen
- **Vorstellung von bewährten und neuen**
Geschäftskonzepten – für Ihren Erfolg
- **Persönliches und abwechslungsreiches**
Catering – für Ihr leibliches Wohl



! **Eintritt frei**
für Fachbesucher!

BA·RO[®]

www.baero.de

Bedford[®]

Delikat essen
www.bedford.de

BIZERBA

... closer to your business

www.bizerba.com

**BORCO
HÖHNS**



www.borco.de

Mehr als ein Ersatz für ausgefallene Regionalmessen

Die Zukunftstage NRW in Oberhausen

afz | rh | Oberhausen • Als eine konzentrierte Messe mit wenigen Ausstellern aber intensiven Kontakten stellte sich die „Zukunftstage NRW“ dar. Auf 2500 m² Fläche präsentierten 18 Aussteller ihre Produkte.

Eine Messe für selbstständige Unternehmer aus dem Lebensmittelhandwerk, dem Lebensmittelhandel und der Feinkostbranche fehlte nach der Absage der „Daily Food Business“ nach Ansicht vieler dort vertretenen Aussteller. Diese Lücke sollte gefüllt werden. Dazu fanden sich vier Veranstalter, die im Ballungsraum NRW ein großes gemeinsames Kundenpotenzial auf die Beine stellten. Und dies buchstäblich. Der Zuspruch zu den „NRW Zukunftstagen“ war mehr als nur zufriedenstellend. Von den Veranstaltern Borco-Höhns, Bizerba, Bära und Bedford waren 16.000 Einladungen versandt worden. Nach Aussagen von Alexa Buba, bei Borco-Höhns zuständig für das Marke-



Auftritt im neuen Outfit: die Crew der Essener Genossenschaft mit Bio-Sortiment und Fleischwaren aus eigener Produktion.

ting, brachte allein die erste Ankündigung eine riesige Resonanz – nicht nur bei den Besuchern, sondern auch bei anderen potenziellen Ausstellern. So zeigten sich alle 18 Partner, die gemeinsam mit den vier Veranstalterfirmen ihre Stände aufgebaut hatten, sehr zufrieden.

Alle Bereiche des mobilen Verkaufs wurden gezeigt

„Das Konzept stimmt“, freute sich auch Lothar Geißler, Geschäftsfüh-

rer von Borco-Höhns. Sein Unternehmen war mit insgesamt 16 Verkaufsfahrzeugen auf dem Hof des Museums vertreten. Dabei konnten alle Bereiche des mobilen Verkaufs in natura gezeigt werden. [...]

Wurst- und Schinkenpräsentation im „Tiffanystil“

Geradezu begeistert war Fritz Jambor (Bedford) von der Ausstellung, die sein Unternehmen mit initiiert hatte. Dabei wurde ein völlig neues Konzept der Warenpräsentation er-



Die Zukunftstage in Oberhausen wurden zum vielbeachteten Branchentreff, der im kommenden Jahr wiederholt werden soll. | Fotos: rh

probt. „Die Qualität des einzelnen Produkts soll deutlicher in den Blick gerückt werden“, so Jambor. Für das Genießen mit allen Sinnen seien auch optische Akzente notwendig, die überraschen und Impulse geben.

Warenkunde in den neuen Waagenerationen hinterlegt

Für Fritz Kiepert von Bizerba war für das Engagement auf der Messe maßgeblich, dass es nach der Absage der „Daily Food“ keine Messe für den Facheinzelhandel in Nordrhein-Westfalen mehr gab. Als wesentlichen Punkt stellte er heraus, dass auf der Absatzseite der handwerklichen Lebensmittelproduzenten noch Defizite herrschen. „Hier besteht der Bedarf, mehr Emotionalität in den Laden zu bringen“, sagte er. Die Warenkunde und Rezepte sind daher in den neuen Waagenerationen hinterlegt. Hierdurch kön-

ne auch ein „Cross-Selling“ initiiert werden. Im Klartext bedeutet das, wenn ein Käse aufgerufen wird, ist gleich die entsprechende Weinempfehlung auf dem Display zu sehen. Außerdem werden Zusatzverkäufe unterstützt. Beratungskompetenz und Einkaufserlebnis können damit individueller auf den Verbraucher abgestimmt werden. Gerade diese Beratungsfunktion sei ein großer Vorteil, den der Fachhandel in der Hand halte. „In der oberen Liga beim Service“ müsse man als Facheinzelhandel mitspielen.

Miniaturationgabe des Euroshop-Sortiments

Mit Messeneuheiten trat auch die Firma Bära auf. Vor allem Fleisereien und Bäckereien hatte man für die Ausstellung in den Blickpunkt genommen. In einer Art Miniaturausgabe des Euroshop-Sortiments wurden nicht nur Beleuchtungselemente gezeigt, sondern auch das Thema Lufthygiene in den Mittelpunkt gestellt. Mit Airwetech zeigte Bära Systeme speziell für die Installation in besonders staubbelasteten und feuchten Räumen.

Accessoires für Theken und Partyservice

Besondere Akzente für den Partyservice und für Kunden mit ausgefallenen Gourmet-Ansprüchen präsentierte die Firma Batania. Neben verschiedenen Salzmischungen vom Rosensalz bis zum Rauchsatz Orange waren es kleine Accessoires vom Salzstreuer bis zum Gourmetlöffel für kleine Happen und das „fliegende Büfett“. Ein Angebot, dass die Interessen vieler Fachbesucher traf.