

# Glänzende HOGA-Ergebnisse machen Mut

-21.01.09

## **Mit rund 35.500 Besuchern und hochzufriedenen Ausstellern knüpft die HOGA Nürnberg an das Spitzenergebnis von 2007 an/ Von trüber Stimmung in der Branche war nichts zu spüren / Fachbesucheransturm bei der 6. FOOD SPECIAL sorgte für das bislang beste Ergebnis**

**Nürnberg** – Nachdem die 25. HOGA Fachmesse für Hotellerie, Gastronomie und GV in Nürnberg als eine der ersten Branchenfachmessen des Jahres mit über 500 Ausstellern bereits einen neuen Ausstellerrekord (+10%) verbuchen konnte, erreichten zum Messeschluss auch die Besucherzahlen mit fast 35.500 Fachbesuchern das Spitzenergebnis der Vorveranstaltung.

In Zeiten negativer Wirtschaftsmeldungen gingen von der größten Gastronomiefachmesse des Jahres in Süddeutschland ausnahmslos positive Signale aus. Dies dokumentieren auch die Ergebnisse der repräsentativen Ausstellerbefragung zum Messeschluss sowie die Statements einiger Marktführer zum Messeverlauf. Einhelliger Tenor: die Branche geht die Saison 2009 durchaus mit Mut und Offensivgeist an.

Die Aussteller sprechen von einem guten bis sehr guten Geschäftsverlauf. Es standen nicht nur, wie erwartet, Ersatz- und Rationalisierungsinvestitionen im Vordergrund, sondern es wurde durchaus auch zukunftsorientiert investiert. Der hohe Anteil an Entscheidern und die Qualität der Kontakte hat viele Aussteller überrascht.

Siegfried Gallus, Präsident des Bayerischen Hotel- und Gaststättenverbandes, der an den vier Messtagen unermüdlich den Kontakt zu seinen Fachkollegen, zum Berufsnachwuchs aber auch zur Industrie, zu den Ausstellern und zur Politik suchte, sieht die Gastgewerbebranche in einer Schlüsselfunktion, insbesondere bei der Weiterentwicklung des Bayerischen Tourismus. Wir haben in Bayern eine exzellente Leistungsbilanz und die Pole-Position in Deutschland, dennoch bleibe im Wettbewerb mit anderen europäischen Anbietern noch viel zu tun. Es reiche nicht nur gute Ergebnisse zu konsolidieren, sondern wir müssen die internationalen Standards erreichen. Wir haben gemeinsam mit den Messemachern von der AFAG alles getan, um mit der HOGA zum Jahres- und Saisonbeginn Zeichen zu setzen und Perspektiven aufzuzeigen“, so Gallus in seiner Messebillanz.

„Diese HOGA macht uns Mut – für Wehklagen aufgrund der extrem schwierigen Rahmenbedingungen war kein Platz. Meine Kollegen aus ganz Süddeutschland und darüber hinaus zeigten sich sehr aufgeschlossen für Innovationen und Lösungen. Das sehr gute Ordergeschehen bei den Ausstellern überraschte selbst mich. Die HOGA bot wieder ein überzeugendes Branchenbild mit viel Glanz und kaum ein Messebesucher dürfte die HOGA ohne Inspiration, Anregungen und Ideen für die tägliche berufliche Praxis verlassen haben“, so das Fazit von Präsident Gallus.

### **FOOD SPECIAL verbuchte bestes Ergebnis aller Zeiten**

Die im Rahmen der HOGA an zwei Tagen vom Service Bund Bayern veranstaltete 6. FOOD SPECIAL - Fachbörse für Food & Beverage sowie Convenience-Produkte, war nach Aussage von Johannes Fuchs, Geschäftsführer des regionalen Service-Bund Partners TRIAS die bislang erfolgreichste Veranstaltung. Schon am Montag konnte man bei den registrierten Fachbesuchern einen neuen Rekord verbuchen, dafür war Dienstag der stärkste Ordertag, da sehr viele Entscheider von Großverbrauchern wie Betriebskantinen, Altenheimen und Krankenhäusern die FOOD SPECIAL besuchten. Auch die praktischen Vorführungen in

der Schauküche fanden großes Interesse und die Plätze waren jedes Mal komplett belegt. „Wir und unsere 108 ausstellenden Industriepartner können eine rundum positive Bilanz ziehen“, so Fuchs am letzten Messetag.

### **Spannende Wettbewerbe und Fachevents waren das Salz in der Suppe**

Einen wichtigen Anteil am Gesamterfolg der Messe hatten die hochkarätigen Wettbewerbe der HOGA, die zum einzigartigen Branchenbild beitrugen und bei denen auch der Berufsnachwuchs, wie bei keiner vergleichbaren Gastromesse, eingebunden war. Vom Wettbewerb der bayerischen Berufsschulen in den Ausbildungsberufen des Gastgewerbes über die Internationale Kochkunstschau und dem erstmals ausgetragenen Bio-Kochwettbewerb um den „Bio-Stern“ bis hin zum Wettbewerb „Show-Dining“ des BHG rund um die kreativ gedeckte Tafel und den Cocktail-Wettbewerben der Deutschen Barkeeper-Union bot die HOGA ein abwechslungsreiches Rahmenprogramm, das die Besucher begeisterte und eine hervorragende Werbung für die Branche war. Ein Höhepunkt war der neue Guinness-Weltrekord im Speed-Mixen, den Matthias Knorr, Barkeeper aus München, auf der HOGA aufstellte, indem er in einer Stunde 389 verschiedene Cocktails mixte!

Die Ergebnisse aller Wettbewerbe sind auf der Website [www.hoga-messe.de](http://www.hoga-messe.de) veröffentlicht.

### **Nachstehend einige Statements von Ausstellern und namhaften Marktführern zum Messeverlauf:**

#### **Roland Baumann (Verkaufsleiter Miele Professionell)**

*„Was positiv bei dieser Messe aufgefallen ist, ist die Tatsache, dass die Stimmung in der Branche besser ist, als man in den Medien zu hören oder zu lesen bekommt. Niemand ist mit hängendem Kopf durch die Messehallen gegangen und es war eine sehr entspannte und positive Stimmung spürbar. Entsprechend hochwertige Kundengespräche wurden auch auf unserem Stand geführt, die sicher in konkreten Aufträgen nach der Messe münden. Energie-Optimierungsmaßnahmen sind derzeit ein großes Thema in den Betrieben und das betrifft natürlich in hohem Maße auch die hoteleigenen Wäschereien. Als Marktführer in diesem Bereich profitieren wir von dieser Entwicklung“.*

#### **Marco Hirsch (Geschäftsleiter Großmarkt Nürnberg-Eibach, Metro Cash & Carry Deutschland GmbH)**

*„Wir sind mit dem Verlauf der Messe sehr zufrieden. Uns war es wichtig, als Partner der Gastronomie und als Kompetenzpartner des Bayerischen Hotel- und Gaststättenverbandes auf der HOGA vertreten zu sein. Wir konnten hier unsere Kundenklientel aus der gesamten Region informieren und haben an den vier Messtagen erfolversprechende Gespräche geführt“.*

#### **Herbert Schöll (Verkaufsleiter Burkhof Kaffee GmbH)**

*„Die Messebilanz ist für uns ausgesprochen erfreulich. An allen Tagen war unser Messestand sehr gut frequentiert. Wir hatten viele Neukunden, zu denen wir auf der HOGA Kontakte knüpfen konnten. Von Wirtschaftskrise war nichts zu spüren und das Fachpublikum auf unserem Messestand war ausgesprochen interessiert und sehr positiv eingestellt. Viele nutzten die Messe, um zu ordern“.*

#### **Nicolas Makowski (Marketingmanager Fa. FRIMA International AG)**

*Aufgrund der vielen Kontakte und Gespräche sowie des überaus großen Interesses an unseren Produkten und den Frontcooking-Aktionen erwarten wir nach der HOGA noch ein sehr gutes Nachgeschäft. Unser primäres Ziel war es, auf dieser Messe neue Kunden zu generieren und dies ist uns auch mit einem Anteil von ca. 80% neuen Interessenten sehr gut gelungen. Die Beteiligung an der HOGA hat sich auf jeden Fall für uns gelohnt“.*

#### **Peter Schiller (Kundenberater Fa. Winterhalter)**

*„Für unsere gewerblichen Spülsysteme war die Nachfrage sehr gut. Die Qualität der Besucher und der hohe Anteil an Entscheidern spricht für die HOGA Nürnberg. Wir hatten auf der Messe auch viele Direktabschlüsse. Von Rezession war nichts zu spüren“.*

*Bei Rückfragen zu diesem Abschlussbericht erreichen Sie die Pressestelle der AFAG unter Telefon 0160 / 7141145*

[<< zurück](#)

## **Glänzende HOGA-Ergebnisse machen Mut**

-21.01.09

### **Mit rund 35.500 Besuchern und hochzufriedenen Ausstellern knüpft die HOGA Nürnberg an das Spitzenergebnis von 2007 an/ Von trüber Stimmung in der Branche war nichts zu spüren / Fachbesucheransturm bei der 6. FOOD SPECIAL sorgte für das bislang beste Ergebnis**

**Nürnberg** – Nachdem die 25. HOGA Fachmesse für Hotellerie, Gastronomie und GV in Nürnberg als eine der ersten Branchenfachmessen des Jahres mit über 500 Ausstellern bereits einen neuen Ausstellerrekord (+10%) verbuchen konnte, erreichten zum Messeschluss auch die Besucherzahlen mit fast 35.500 Fachbesuchern das Spitzenergebnis der Vorveranstaltung.

In Zeiten negativer Wirtschaftsmeldungen gingen von der größten Gastronomiefachmesse des Jahres in Süddeutschland ausnahmslos positive Signale aus. Dies dokumentieren auch die Ergebnisse der repräsentativen Ausstellerbefragung zum Messeschluss sowie die Statements einiger Marktführer zum Messeverlauf. Einhelliger Tenor: die Branche geht die Saison 2009 durchaus mit Mut und Offensivgeist an.

Die Aussteller sprechen von einem guten bis sehr guten Geschäftsverlauf. Es standen nicht nur, wie erwartet, Ersatz- und Rationalisierungsinvestitionen im Vordergrund, sondern es wurde durchaus auch zukunftsorientiert investiert. Der hohe Anteil an Entscheidern und die Qualität der Kontakte hat viele Aussteller überrascht.

Siegfried Gallus, Präsident des Bayerischen Hotel- und Gaststättenverbandes, der an den vier Messtagen unermüdlich den Kontakt zu seinen Fachkollegen, zum Berufsnachwuchs aber auch zur Industrie, zu den Ausstellern und zur Politik suchte, sieht die Gastgewerbebranche in einer Schlüsselfunktion, insbesondere bei der Weiterentwicklung des Bayerischen Tourismus. Wir haben in Bayern eine exzellente Leistungsbilanz und die Pole-Position in Deutschland, dennoch bleibe im Wettbewerb mit anderen europäischen Anbietern noch viel zu tun. Es reiche nicht nur gute Ergebnisse zu konsolidieren, sondern wir müssen die internationalen Standards erreichen. Wir haben gemeinsam mit den Messeemachern von der AFAG alles getan, um mit der HOGA zum Jahres- und Saisonbeginn Zeichen zu setzen und Perspektiven aufzuzeigen“, so Gallus in seiner Messebilanz.

„Diese HOGA macht uns Mut – für Wehklagen aufgrund der extrem schwierigen Rahmenbedingungen war kein Platz. Meine Kollegen aus ganz Süddeutschland und darüber hinaus zeigten sich sehr aufgeschlossen für Innovationen und Lösungen. Das sehr gute Ordergeschehen bei den Ausstellern überraschte selbst mich. Die HOGA bot wieder ein überzeugendes Branchenbild mit viel Glanz und kaum ein Messebesucher dürfte die HOGA ohne Inspiration, Anregungen und Ideen für die tägliche berufliche Praxis verlassen haben“, so das Fazit von Präsident Gallus.

**FOOD SPECIAL verbuchte bestes Ergebnis aller Zeiten**

Die im Rahmen der HOGA an zwei Tagen vom Service Bund Bayern veranstaltete 6. FOOD SPECIAL - Fachbörse für Food & Beverage sowie Convenience-Produkte, war nach Aussage von Johannes Fuchs, Geschäftsführer des regionalen Service-Bund Partners TRIAS die bislang erfolgreichste Veranstaltung. Schon am Montag konnte man bei den registrierten Fachbesuchern einen neuen Rekord verbuchen, dafür war Dienstag der stärkste Ordertag, da sehr viele Entscheider von Großverbrauchern wie Betriebskantinen, Altenheimen und Krankenhäusern die FOOD SPECIAL besuchten. Auch die praktischen Vorführungen in der Schauküche fanden großes Interesse und die Plätze waren jedes Mal komplett belegt. „Wir und unsere 108 ausstellenden Industriepartner können eine rundum positive Bilanz ziehen“, so Fuchs am letzten Messetag.

### **Spannende Wettbewerbe und Fachevents waren das Salz in der Suppe**

Einen wichtigen Anteil am Gesamterfolg der Messe hatten die hochkarätigen Wettbewerbe der HOGA, die zum einzigartigen Branchenbild beitrugen und bei denen auch der Berufsnachwuchs, wie bei keiner vergleichbaren Gastromesse, eingebunden war. Vom Wettbewerb der bayerischen Berufsschulen in den Ausbildungsberufen des Gastgewerbes über die Internationale Kochkunstschau und dem erstmals ausgetragenen Bio-Kochwettbewerb um den „Bio-Stern“ bis hin zum Wettbewerb „Show-Dining“ des BHG rund um die kreativ gedeckte Tafel und den Cocktail-Wettbewerben der Deutschen Barkeeper-Union bot die HOGA ein abwechslungsreiches Rahmenprogramm, das die Besucher begeisterte und eine hervorragende Werbung für die Branche war. Ein Höhepunkt war der neue Guinness-Weltrekord im Speed-Mixen, den Matthias Knorr, Barkeeper aus München, auf der HOGA aufstellte, indem er in einer Stunde 389 verschiedene Cocktails mixte!

Die Ergebnisse aller Wettbewerbe sind auf der Website [www.hoga-messe.de](http://www.hoga-messe.de) veröffentlicht.

### **Nachstehend einige Statements von Ausstellern und namhaften Marktführern zum Messeverlauf:**

#### **Roland Baumann (Verkaufsleiter Miele Professionell)**

*„Was positiv bei dieser Messe aufgefallen ist, ist die Tatsache, dass die Stimmung in der Branche besser ist, als man in den Medien zu hören oder zu lesen bekommt. Niemand ist mit hängendem Kopf durch die Messehallen gegangen und es war eine sehr entspannte und positive Stimmung spürbar. Entsprechend hochwertige Kundengespräche wurden auch auf unserem Stand geführt, die sicher in konkreten Aufträgen nach der Messe münden. Energie-Optimierungsmaßnahmen sind derzeit ein großes Thema in den Betrieben und das betrifft natürlich in hohem Maße auch die hoteleigenen Wäschereien. Als Marktführer in diesem Bereich profitieren wir von dieser Entwicklung“.*

#### **Marco Hirsch (Geschäftsleiter Großmarkt Nürnberg-Eibach, Metro Cash & Carry Deutschland GmbH)**

*„Wir sind mit dem Verlauf der Messe sehr zufrieden. Uns war es wichtig, als Partner der Gastronomie und als Kompetenzpartner des Bayerischen Hotel- und Gaststättenverbandes auf der HOGA vertreten zu sein. Wir konnten hier unsere Kundenklientel aus der gesamten Region informieren und haben an den vier Messetagen erfolversprechende Gespräche geführt“.*

#### **Herbert Schöll (Verkaufsleiter Burkhof Kaffee GmbH)**

*„Die Messebilanz ist für uns ausgesprochen erfreulich. An allen Tagen war unser Messestand sehr gut frequentiert. Wir hatten viele Neukunden, zu denen wir auf der HOGA Kontakte knüpfen konnten. Von Wirtschaftskrise war nichts zu spüren und das Fachpublikum auf unserem Messestand war ausgesprochen interessiert und sehr positiv eingestellt. Viele nutzten die Messe, um zu ordern“.*

#### **Nicolas Makowski (Marketingmanager Fa. FRIMA International AG)**

*Aufgrund der vielen Kontakte und Gespräche sowie des überaus großen Interesses an unseren Produkten und den Frontcooking-Aktionen erwarten wir nach der HOGA noch ein sehr gutes Nachgeschäft. Unser primäres Ziel war es, auf dieser Messe neue Kunden zu generieren und dies ist uns auch mit einem Anteil von ca. 80% neuen Interessenten sehr gut gelungen. Die Beteiligung an der HOGA hat sich auf jeden Fall für uns gelohnt“.*

**Peter Schiller (Kundenberater Fa. Winterhalter)**

*„Für unsere gewerblichen Spülsysteme war die Nachfrage sehr gut. Die Qualität der Besucher und der hohe Anteil an Entscheidern spricht für die HOGA Nürnberg. Wir hatten auf der Messe auch viele Direktabschlüsse. Von Rezession war nichts zu spüren“.*

***Bei Rückfragen zu diesem Abschlussbericht erreichen Sie die Pressestelle der AFAG unter Telefon 0160 / 7141145***

[<< zurück](#)