

Anuga: internationale Handelsdrehscheibe für Nahrungsmittel

Mit einem sehr guten Ergebnis endete am 9. Oktober 2013 die 32. Anuga in Köln. Rund 155.000 Fachbesucher aus 187 Ländern sorgten fünf Tage lang für rege Betriebsamkeit an den Ständen der 6.777 Aussteller.



"Die Anuga ist für das internationale Foodbusiness die weltweit wichtigste Plattform." Mit diesen Worten zog Gerald Böse, Vorsitzender der Geschäftsführung der Koelnmesse GmbH, Bilanz. "Nirgendwo sonst werden Angebot und Nachfrage in dieser Qualität so effektiv zueinander geführt wie zur Anuga in Köln". Dabei werde die Anuga sowohl auf nationaler als auch auf internationaler Ebene ihrer Bedeutung für die weltweite Handelstätigkeit in der Ernährungswirtschaft gerecht. Mit rund 65 Prozent Auslandsanteil erwies sich die Anuga erneut als die

internationale Handelsdrehscheibe für Nahrungsmittel und Getränke. Die ausstellenden Unternehmen lobten übereinstimmend die Qualität und Internationalität der Fachbesucher und berichteten von intensiven Gesprächen auf hohem Entscheidungsniveau. ??

Friedhelm Dornseifer, Präsident des Bundesverbandes des Deutschen Lebensmittelhandels (BVLH), betonte darüber hinaus die Bedeutung der Anuga als Forum für Politik und Wirtschaft: "Minister und Staatssekretäre aus aller Welt sind nach Deutschland gereist, um die Anuga zu besuchen. Diese starke Präsenz unterstreicht den Stellenwert der Messe für die weltweite Lebensmittelwirtschaft. Darüber hinaus zeigt sie, dass die Anuga für die internationale Politik eine wichtige Dialogplattform ist. Die starke Präsenz wirtschaftspolitischer Delegationen unterstreicht eindrucksvoll das Ansehen, das die Anuga bei der internationalen Politik genießt." ?? "Die steigende Beliebtheit deutscher Qualitätslebensmittel im Ausland treibt das nachhaltige Wachstum der Branche an - das konnten wir auch wieder auf der Anuga feststellen", meinte Dr. Werner Ingold, Vorsitzender der Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie (BVE). "Lebensmittel in Deutschland waren noch nie so hochwertig, sicher, preisgünstig und vielfältig wie heute. Deswegen müssen wir die Wertschätzung für unsere Produkte stärken und über die Leistungen der Lebensmittelhersteller aufklären. Die Anuga hat Wirtschaft und Politik richtungsweisende Impulse gegeben." ?? Auch der DEHOGA Bundesverband zog eine sehr positive Schlussbilanz.

Hauptgeschäftsführerin Ingrid Hartges: "Die erfolgreichen Messtage in Köln haben eindrucksvoll die Bedeutung der Anuga für unsere Branche belegt. Gastronomen, Küchenchefs, Betriebsleiter haben die Anuga als Inspirations- und Informationsquelle genutzt. Der 'DEHOGA Marktplatz

Gastronomie' war der Treffpunkt der gastronomischen Branche."??Die Atmosphäre der Anuga war gekennzeichnet durch Business und Networking. Entscheider aus dem nationalen wie aus dem internationalen Handel, führende Importeure und die Einkäufer wichtiger Caterer-Unternehmen informierten sich umfassend über das Angebot. Viele Unternehmen berichteten von guter Ordertätigkeit. Allgemein werde ein gutes Nachmessegeschäft erwartet, so ein Firmensprecher. ??Die Ernährungsindustrie nutzte die Anuga erneut als Leistungsschau der Branche. Neue Produkte als Ergebnis weiterentwickelter Produktionsmethoden ebenso wie neue Marketingkonzepte sorgten für Impulse. ??Zu den Trends: Convenience ist weiter auf dem Vormarsch. Die Lebensmittelkette bedient damit konsequent die Bedürfnisse von immer mehr Menschen, deren Ernährungsgewohnheiten sich den veränderten Alltagssituationen zunehmend anpassen. Dabei stellen mehr und mehr Hersteller- und Handelsmarkenprodukte neben der hohen Qualität die Aspekte Genuss, Frische, Gesundheit und Nachhaltigkeit in den Fokus.??Auch die Frage nach der Wertschätzung von Lebensmitteln prägte die Diskussionen auf der Anuga. Das Motto "Food Values", unter dem die Debatte geführt wurde, beleuchtete Änderungen im Konsumer-Verhalten ebenso wie die Anstrengungen der Branche für mehr Dialog und Transparenz. Im Trend lagen auf der Messe auch zielgruppenorientierte Angebote, beispielsweise für Vegetarier, Veganer oder Menschen mit Lebensmittelunverträglichkeiten. Ungebrochen war das Interesse für Biolebensmittel, fair gehandelte Produkte und regionale Spezialitäten. (Red/ Anuga)

Besuchen Sie uns auf: fleischundco.at