

Nr. 26 / Köln, 14. Oktober 2009
Schlussbericht

Erfolgreiche Anuga 2009 stärkt den Markt

Ernährungswirtschaft sieht erste Anzeichen für Erholung der Weltwirtschaft

- Gutes Ergebnis auf hohem Niveau: Rd. 153.500 Fachbesucher aus über 180 Ländern
- Top-Entscheider aus dem In- und Ausland sorgen für gefüllte Auftragsbücher
- Branche profiliert sich überzeugend mit Corporate Social Responsibility und Nachhaltigkeit
- Rahmenprogramm stark bei Zukunftsthemen
- Partnerland Türkei präsentierte sich facettenreich dem internationalen Fachpublikum

Die 30. Anuga setzte durchweg positive Marktimpulse für die nationale und internationale Ernährungswirtschaft. Dieses Fazit zogen zum Abschluss der Weltleitmesse Veranstalter und Aussteller. „Die Anuga hat ihre herausragende Rolle als zentrale Handelsdrehscheibe und Informationsplattform für die internationale Ernährungswirtschaft klar unterstrichen. Die hervorragende Qualität der Messe hat für gute Stimmung und gute Geschäfte gesorgt“, bestätigt Gerald Böse, Vorsitzender der Geschäftsführung der Koelnmesse GmbH. „Gerade auch vor dem Hintergrund wirtschaftlich schwieriger Rahmenbedingungen hat das marktorientierte Messekonzept der Anuga erneut überzeugt.“ Mit rd. 153.500 Fachbesuchern aus über 180 Ländern, davon 61 Prozent (ca. 93.500) aus dem Ausland, lag der Besucherzuspruch leicht unter dem Ergebnis der Vorveranstaltung, blieb insgesamt aber stabil. Auch die Zahl der Aussteller bewegte sich mit 6.522 Anbietern aus 97 Ländern auf unverändert hohem Niveau. Überdies profilierte sich die Branche überzeugend mit den Themen Corporate Social Responsibility (CSR) und Nachhaltigkeit. Starke Akzente bei Zukunftsthemen setzte darüber hinaus das Rahmenprogramm. Eröffnet wurde die Anuga 2009 von EU-



Anuga
10.10. – 14.10.2009

www.anuga.de

Ihr Kontakt bei Rückfragen:
Christine Hackmann
Telefon
+ 49 221 821-2288
Telefax
+ 49 221 821-3285
E- Mail
c.hackmann @
koelnmesse.de

Koelnmesse GmbH
Messeplatz 1
50679 Köln
Postfach 21 07 60
50532 Köln
Deutschland
Telefon +49 221 821-0
Telefax +49 221 821-2574
info@koelnmesse.de
www.koelnmesse.de

Geschäftsführung:
Gerald Böse (Vorsitzender)
Oliver P. Kuhrt
Herbert Marner
Dr. Gerd Weber

Vorsitzender des Aufsichtsrates:
Oberbürgermeister
Fritz Schramma

Sitz der Gesellschaft und
Gerichtsstand: Köln
Amtsgericht Köln, HRB 952

Vizepräsident Günter Verheugen im Beisein zahlreich erschienener Prominenz aus Politik und Wirtschaft. Gelungen war der Auftritt des diesjährigen Partnerlandes Türkei, das in allen Facetten seine Leistungsfähigkeit erfolgreich darstellte.

„Von Krise war auf der Anuga nichts zu spüren“, bilanziert Dierk Frauen, Präsident des Bundesverbandes des deutschen Lebensmittelhandels (BVL). „Die Messe hat gezeigt, dass die Ernährungsbranche auch in schwierigen Zeiten stabil ist. Gegessen wird eben immer. Besonders erfreulich war die starke politische Präsenz.“ Auch die Aktivitäten des BVL wurden positiv aufgenommen, so Frauen. „Neben neuen Produkten standen Brancheninitiativen im Mittelpunkt des Interesses. So haben wir gemeinsam mit Bundesministerin Ilse Aigner den Startschuss für ein branchenübergreifendes Projekt zum Schutz der weltweiten Fischbestände gegeben.“

„Die Anuga 2009 hat ihre führende Rolle für die internationale Ernährungsbranche besonders in der gegenwärtigen Wirtschaftskrise eindrucksvoll bestätigt“, urteilte Jürgen Abraham, Vorsitzender der Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie (BVE). „Gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten zeigt sich die wichtige Funktion der Lebensmittel- und Getränkeindustrie, die national wie international auf eine stabile Geschäftslage mit weitgehend sicheren Arbeitsplätzen blicken kann. Trotz dieser positiven Grundstimmung leidet die Ernährungsindustrie in Deutschland unter dem harten Verdrängungswettbewerb. Deutsche Qualität punktet im internationalen Geschäft, national aber dominiert der Preiswettbewerb. Unser Ziel muss es sein, in Deutschland einen Wettbewerb um die besten Produkte und nicht um die niedrigsten Preise zu führen. Die BVE hat deshalb an die Politik die Aufforderung gerichtet, mit der Wirtschaft gemeinsam eine ‚Qualitätsoffensive Lebensmittel‘ zu starten.“

„International sind Qualitätslebensmittel ‚made in Germany‘ weiter stark gefragt“, fügt Abraham hinzu. „Der deutsche Gemeinschaftsstand hat Deutschland hervorragend auf der Anuga repräsentiert. Beteiligt waren das Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (BMELV), die BVE mit fünf Bundesländern sowie mehr als 60 ausstellende Unternehmen.“

Ingrid Hartges, Hauptgeschäftsführerin des Deutschen Hotel- und Gaststättenverbandes e.V. (DEHOGA), Berlin, äußert sich ebenfalls sehr positiv: „Die Anuga 2009 erwies sich einmal mehr als das Trendbarometer für die internationale F&B-Branche. Trotz wirtschaftlich herausfordernder Zeiten erfreute sich die Leitmesse der Ernährungsmittelindustrie des uneingeschränkten Zuspruchs bei den gastgewerblichen Unternehmern. Mit 800 Besuchern täglich war der DEHOGA Marktplatz Gastronomie zentraler Treffpunkt für die Gastronomen sowie Partner und Freunde unserer Branche. Im Mittelpunkt der politischen Gespräche stand die DEHOGA-Forderung nach Einführung des reduzierten Mehrwertsteuersatzes für Hotellerie und Gastronomie. Auch das Forum Systemgastronomie mit dem 8. Nationalen Azubi-Award Systemgastronomie war erfolgreich. Sowohl die Rückmeldungen beim Forum als auch die vielen Gespräche an unserem Messestand lassen uns auf eine stabile Marktentwicklung für den Rest des Jahres hoffen und vorsichtig optimistisch auf das Jahr 2010 blicken.“

Top-Qualität bei den Fachbesuchern

Die Qualität der Fachbesucher stieg – auch im Vergleich zu der sehr erfolgreichen Anuga 2007 – noch einmal an. Laut der vorläufigen Besucherbefragung gaben nahezu 70 Prozent der Befragten an, ausschlaggebend oder mitentscheidend bei Einkaufs- und Beschaffungsentscheidungen des Unternehmens zu sein. Immerhin 18 Prozent bezeichneten sich darüber hinaus als beratend bei Einkaufsentscheidungen.

„Die weiter gestiegene Fachbesucherqualität ist ein entscheidendes Kriterium für den Erfolg der Messe“, erklärt Messe-Chef Böse. „Hier haben unsere verstärkten Maßnahmen zur gezielten Fachbesucherqualifizierung Früchte getragen. Die zielgerichtete Zusammenführung von Angebot und Nachfrage ist für einen ergebnisorientierten Auftritt der Unternehmen zur Anuga extrem wichtig. Dies leistet das Konzept der Anuga ‚10 Fachmessen unter einem Dach‘ mit äußerster Präzision.“

Besonders stark war der Besuch aus den Ländern des Nahen Ostens, der über 30 Prozent zunahm. Die Zahl asiatischer Einkäufer steigerte sich um etwa zehn Prozent. Besucher aus Afrika kamen ebenfalls verstärkt zur Anuga nach Köln –

ein Plus von über 20 Prozent. Leicht angestiegen ist der Besuch aus Kanada und den USA.

Seite
4/6

In allen zehn Anuga-Foodmessen präsentierte sich ein national wie international stark besetztes Teilnehmerfeld, das den Einkäufern aus Handel und Foodservice beste Informations- und Orderbedingungen bot. Der überwiegende Teil der Aussteller äußerte sich daher sehr positiv zum Messeverlauf. Viele berichteten von abgeschlossenen Verträgen. „Unsere Auftragsbücher sind gefüllt“, so war mehrfach zu hören.

Neben den großen klassischen Exportnationen beteiligten sich auch kleinere Länder wie Bahrain, Burundi oder Suriname, manchmal nur mit einem oder zwei Unternehmen, die zur Anuga in Köln ihre Chancen nutzten, Handelspartner für sich zu gewinnen. So war z. B. das Fazit der Dubai Export Development Corporation (EDC), die zum ersten Mal einen Gemeinschaftsstand zur Anuga organisiert hatten, sehr positiv. Man habe neue Kontakte knüpfen und die Beziehungen zu wichtigen Einkäufern vertiefen können, bestätigte ein Gewürzhersteller. „Hier treffen wir sogar Kunden aus Saudi-Arabien, aber auch aus vielen anderen Teilen der Welt“, bestätigt Martin van Almsick, General Manager von Al Nassma Chocolate LLC, ein Unternehmen, das Schokolade aus Kamelmilch herstellt.

Partnerland Türkei

Die Türkei präsentierte sich erfolgreich als agrarisch und ernährungswirtschaftlich leistungsstarke Nation. Dies unterstrich nicht zuletzt der türkische Landwirtschaftsminister Mehmet Mehdi Eker, der eigens zur Eröffnung der Anuga nach Köln gereist war. Der zentrale Stand der türkischen Gemeinschaftsbeteiligung bot neben kompetenter Fachinformation auch türkische Küche und Folklore vom Feinsten. Koordiniert wurden alle Partnerland-Aktivitäten von der Istanbul Chamber of Commerce.

Prominent besetzt war der Anuga Executive Summit mit Alain Caparros, CEO der REWE Group, Deutschland, und Matthias Berninger, Global Head of Public Policy, Mars Inc., USA. Das Thema des hochklassigen Meetings - „Corporate Social Responsibility“ - wurde im Laufe des Abends bei Speisen von 3-Sterne-Koch Joachim Wissler und Starkoch Serkan Boskurt aus der Türkei intensiv diskutiert.

Die neue Studie der BVE „Consumers' Choice“ zu Corporate Responsibility in der Ernährungsindustrie, die gemeinsam mit GfK Panel Services und Roland Berger entstanden ist, leistete dazu ebenfalls einen wichtigen Beitrag. Die Vorträge des BVL und seiner Partner zu „Nachhaltiger Fischerei“ rundeten das Thema hervorragend ab.

Neue Produkte standen wie immer im Fokus der Anuga. Die Sonderschau *taste09* bot hier Orientierung und Überblick. Als führende Trendthemen kristallisierten sich Convenience-Produkte, WellFood-Produkte und „Free-From“-Produkte heraus.

Dementsprechend wurden die Foren und Vorträge des Rahmenprogramms besonders gut aufgenommen, die sich mit Zukunftsthemen befassten. Dazu gehörten das WellFood-Forum, der Adult Nutrition und das Trend Forum Drinks, auf denen u. a. die Zukunftsinstitut-Studie „Trends shaping Drinks“ vorgestellt wurde.

„Halal Food“ war ein Schwerpunktthema der Anuga 2009. So war das Interesse am ersten Halal-Kongress mit Experten aus zahlreichen Ländern im Rahmen der Anuga groß. Gute Kontakte kamen zustande, und die vielen Fragen der Ernährungsindustrie wurden kompetent beantwortet.

Der Gemeinschaftsstand von DEHOGA, Bayer Gastronomie und Koelnmesse überzeugte nicht nur als Kommunikationsplattform, sondern auch mit einem abwechslungsreichen Infotainment-Programm. Der erstmalig durchgeführte Anuga-Frühshoppen mit WDR-Moderator Gisbert Baltes, die Vorträge des Gastrotrend-Experten Pierre Nierhaus sowie das Seminar mit dem amtierenden Eis-Weltmeister Sergio Colalucci und die Vorstellung der deutschen Mannschaft für den Gelato Worldcup 2010 sorgten für einen informativen und unterhaltsamen Anuga-Besuch. Referenten zum 19. Forum Systemgastronomie wie Extrembergsteiger Thomas Bubendorfer, Jochen Pinsker von der npdgroup deutschland, Bayer Gastronomie-Geschäftsführer Axel Fischer und Hooters-Deutschland-Chef Michael Rennig begeisterten die 700 Teilnehmer, darunter alle Top-Entscheider der Branche. Mit ihren Präsentationen zeigten die Forums-Redner auf, wie man auch in einem schwierigen Umfeld seine Chancen nutzen und erfolgreich sein kann.

Die Foodservice-Branche fand auch in der „Anuga Creative Kitchen“ und in der „Visions of Cooking“ Ansprechpartner sowie praxisnahe Vorführungen. Beide Schauen waren sehr gut besucht, und die Aussteller konnten von guten Aufträgen berichten.

Im Rahmen des 1. IFOAM Organic Trade Forums steuerte WalMart Mexiko einen viel beachteten Vortrag bei.

Gute Resultate verzeichnete auch das Anuga Wine Special. Insgesamt wurden 89 Weine von Sommelier Markus Del Monego und der Fachjury prämiert.

Die Anuga in Zahlen:

An der Anuga 2009 beteiligten sich 6.522 Unternehmen aus 97 Ländern auf einer Bruttoausstellungsfläche von 287.000 m². Darunter befanden sich 888 Aussteller und 130 zusätzlich vertretene Unternehmen aus Deutschland sowie 5.307 Aussteller und 197 zusätzlich vertretene Unternehmen aus dem Ausland. Der Auslandsanteil betrug 84 Prozent. Zur Anuga 2009 kamen rd. 153.500 Fachbesucher aus über 180 Ländern, der Auslandsanteil lag bei über 61 Prozent.

Die nächste Anuga findet statt
vom 8. bis 12. Oktober 2011.

Mehr Informationen: www.anuga.de (www.anuga.com).