

Das DEHOGA-Forum in der Halle B4 im Obergeschoß (Stand 212)

DEHOGA-Treff bei der INTERNORGA

Die INTERNORGA findet vom 13. bis 18. März in der Hamburg Messe statt. Werden Sie von neuen Produkten und Konzepten inspiriert und besuchen Sie uns auch im neuen DEHOGA-Forum in Halle B4 im 1. Obergeschoß – wir heißen Sie dort recht herzlich willkommen. Ein besonderes Highlight in diesem Jahr ist die CRAFT BEER Arena, in der Sie mit Kostproben von einzigartigen und handgebrauten Bieren verwöhnt werden.

INTERNORGA-Besuch

Wenn Sie einen Besuch der INTERNORGA planen, schauen Sie gerne im neuen DEHOGA-Forum in Halle B4 am Stand 212 bei uns vorbei. Schmökern Sie durch unsere Angebote und des Weiteren bieten wir in diesem Jahr Kurzvorträge zum Thema Mindestlohn

Countdown läuft: Astra Rakete ist startklar

3, 2, 1 – Zündung!

Unbekanntes Trinkobjekt gesichtet: Astra startet mit einem echten Party- und Umsatzknaller ins neue Jahr: Astra Rakete ist der neue Bier-Spirituos-Mix, aromatisiert mit erfrischendem Citrus-Vodka – und schmeckt am besten bei eisgekühlten 5°C.



Der spritzige Geschmack und sein Alkoholgehalt von 5,9% vol. machen Astra Rakete zum ultimativen Party-treibstoff – darauf fliegt besonders die junge Käuferzielgruppe von 18 bis 29 Jahren, denn Bier-Spirituos-Mixe haben die feierlustigen Verwender genau im Visier.

Alle Systeme bereit: Startschuss zum Umsatz-Schub!

Sympathisch eigenwillig und mit astra-typischem Humor hat die Knolle vom Kiez mit ihren Kult-Kampagnen längst das Herz einer breiten Käuferschicht erobert. Auch mit Astra Rakete herrscht zur Markteinführung reger Funkverkehr auf allen Kanälen: Eine 360°-Aktivierung inklusive Plakatwerbung, Social Media Aktivitäten,

PR, einem Online-Spot sowie Guerilla-Maßnahmen im astra-typischen Stil sorgen für reichlich Aufmerksamkeit und zusätzlichen Absatz. Kosmische Aussichten: Abverkaufsfördernde Werbemittel und Gastro-Aktionen pushen den Verkauf zusätzlich in galaktische Höhen.

Aktions-Zeitraum: Astra Rakete startet im Februar. Limitierte Saison-Auflage, erhältlich bis September 2015.

Gebinde: 27er-Kasten Steinie 0,33l und im beliebten 6er-Träger 6 x 0,33l als ideales Impulsgebinde.

Astra. Was dagegen?

Weitere Infos unter: www.Astra-Bier.de, www.facebook.com/AstraBier



Mission: Tischkult(ur).

Neue Table-Top-Kollektionen bringen Vielfalt ins Eventcatering.

Neues bieten, anders sein. Das Stichwort eines erfolgreichen Caterings heißt Differenzierung. Möglichkeiten dafür gibt es genug. Eine abgestimmte Gesamtpräsentation ist ein Weg, gastronomische Qualität harmonisch zu unterstreichen, argumentiert etwa der Non-Food-Caterer Party Rent. Als Schlüsselfaktoren setzt der Eventdienstleister auf Individualität und Wertigkeit im Segment für Table Top und antwortet damit auf Trends der Branche. Viele dieser Neuheiten präsentiert Party Rent auch auf der diesjährigen Internorga vom 13. bis 18. März in Hamburg.



Die gelungene Gesamtpräsentation ist eine komplexe Aufgabe für Caterer

Die Zeit ist reif für Nischenprodukte

Einer der neuen Stars im Eventcatering ist etwa die Craft-Kollektion des englischen Tableware-Produzenten Steelite. Craft ist rustikal, traditionell, handwerklich hergestellt. Damit verleiht das von Hand dekorierte Porzellan dem Catering eine ganz eigene Authentizität. Erdige Farbtöne

und leichte Unregelmäßigkeiten in der Formgebung verkörpern dabei die besondere Ursprünglichkeit, die an die Arbeiten früher Töpfergenerationen erinnert. Die Kollektion unterscheidet sich in jeder Hinsicht von klassischen Table-Top-Designs und stellt einen Weg dar, mehr Individualität auf den Tisch zu bringen.



Ein Auszug aus der Craft-Kollektion: „Craft Bowls“

Auf den Tisch gehört vor allem eins: Vielfalt.

Craft ist nur ein Beispiel für die neuen Dimensionen der Tischinszenierung. Bei Party Rent ist man überzeugt, dass auf die bereits mietfähigen Produktlinien noch eine Vielzahl weiterer Kollektionen folgen wird – Alternativen auf jeder Budgetstufe eben. Um das abbilden zu können, baut der Non-Food-Caterer sein Sortiment strategisch aus: Portfolio analysieren, Kunden befragen, und leistungsfähige Lieferanten in Europa finden, um Lücken im Sortiment zu schließen.



INTERVIEW BEN CUDOK

Ben Cudok ist Geschäftsführer des Münchener Standortes der Party Rent Group. Aus der Hotellerie kommend verantwortet Cudok die Einführung neuer Kollektionen im Bereich Table Top.

Redaktion: Herr Cudok, Tisch decken im Jahr 2014, auf was kommt es an?

Ich könnte jetzt von neuen Stilrichtungen wie Vintage und ausgefallenen Farben erzählen, aber im Grunde beschränkt sich doch alles wieder auf eine beständige Entwicklung: Mehr Individualität. Das erleben wir ja nicht nur im Eventcatering. Viele Marken im Konsumgüterbereich feiern mit Mass Customization ja derzeit große Erfolge. Als Vermieter müssen auch wir die Waage finden: Wie tief bedient man eine bestimmte Nische, welche Special-Interest-Produkte kann man Caterern anbieten, ohne zu riskieren, dass diese kurze Zeit später in den Regalen vollstauben.

Okay, aber ganz praktisch: Wie bringt man als Caterer denn mehr Individualität auf den Tisch?



Rustikal, traditionell, ursprünglich:
Table Top mit individuellem Charakter



„Mehr Individualität“:
Ben Cudok beschreibt die Entwicklung bei der Inszenierung von Tischkultur.

Ich finde es immer wichtig, das große Ganze – also das komplette Set – zu sehen. In der Basis ein Porzellan, das zum Anspruch des Caterings passt, zu luxuriös muss es an der Stelle gar nicht sein. Wer experimentierfreudig ist, kann tatsächlich mit Farben und Formen arbeiten. Hier gibt es wunderbare Kombinationsmöglichkeiten mit Glas und Besteck. Akzente setzt man mit

dekorativen Elementen. Floristik, Kerzen, Vasen, auch Holz – so lässt sich wunderbar das Thema des Caterings auf dem Tisch inszenieren. Nur übertreiben sollte man es damit nicht, das wäre einfach nicht mehr zeitgemäß und lenkt womöglich zu sehr vom Catering ab. All diese Elemente lassen sehr viel Variation zu, in der Folge erlebt der Gast immer neue Präsentationen.

Redaktion: Wer immer etwas Neues auf den Tisch bringen will, greift womöglich tief in die Tasche...

Innovationen und Einsparungen passen nicht zusammen, so viel steht fest. Langfristig kann man aus Kostensicht für ein eigenes Sortiment argumentieren, anfangs ist das Investment dann aber umso höher. Bis sich das amortisiert hat, ist bereits der nächste Trend da. Fakt ist, dass das Darstellungsspektrum eines festen Sortiments irgendwann ausgeschöpft ist. Letztlich muss man es vom eigenen Konzept abhängig machen: Die neuen Pop-Up-Caterings leben beispielsweise von genau dieser Abwechslung. Hier profitieren Betreiber von dem Vermiet-system und immer neuen Produkten. Bezahlbarkeit gehört zu den wichtigsten Kriterien bei der Auswahl neuer Produkte. Es ist und bleibt ein Spannungsfeld zwischen „Modeimpulsen“ und nachhaltiger Nutzbarkeit.

Schicken Sie uns Ihre **E-Mail Adresse** und Sie erhalten die **BRANCHEN NEWS digital, schneller und aktueller!**
E-Mail an kluess@dehoga-hamburg.de