



26. Februar 2015

Presseinformation

HOGA Nürnberg: Erfolgreiches Messejubiläum

Gesteigerte Qualität und konstant hohe Besucherzahlen lassen die Fachmesse für Hotellerie, Gastronomie & GV 2015 mit einer erfolgreichen Bilanz enden. Besucher, Aussteller und Veranstalter ziehen zum 65-jährigen HOGA-Jubiläum ein positives Fazit. Die Reichweite der Nürnberger Fachmesse und der Anteil der Fachbesucher konnten in diesem Jahr gesteigert werden. Außerdem waren mehr Entscheider mit erhöhter Investitionsbereitschaft auf der Messe.

Nürnberg – Die Besucherzahl der Fachmesse für Hotellerie, Gastronomie & GV blieb 2015 auf hohem Niveau: An vier Messtagen kamen rund 35.500 Besucher ins Nürnberger Messezentrum, um sich über Trends, Innovationen und Angebote der Branche zu informieren.

Sowohl der Anteil der Fachbesucher (93 Prozent) als auch der Entscheider konnte in diesem Jahr gesteigert werden. Mehr Geschäftsführer, Pächter oder Franchise-Nehmer, mit ausschlaggebendem Einfluss auf Einkaufs- und Beschaffungsentscheidungen, trugen zum Messeerfolg der Aussteller bei. Der Anteil dieser relevanten Besuchergruppe erhöhte sich von zuletzt 25 auf nun 35 Prozent. Nach guten Geschäften auf der HOGA signalisierte bereits jetzt ein Großteil der 680 Aussteller, darunter Food-Anbieter, Objekteinrichter, Branchenverbände, Großküchentechnik-Hersteller und Dienstleister, die Teilnahme an der HOGA 2017.

Tradition und Innovation zum 65-jährigen Messejubiläum

Zum 65-jährigen Messejubiläum warf die veranstaltende AFAG Messen GmbH den Blick zurück, auf eine lange Erfolgsgeschichte, und schärfte zugleich den Ausblick in die Zukunft: Neuheiten, Trends und innovative Konzepte runden das Angebot der Fachmesse ab. 15 der rund 680 Aussteller waren bereits 1950 bei der ersten Süddeutschen Fachschau für Hotel-Gaststätte und Konditorei in Nürnberg dabei. Die Aussteller der ersten Stunde wurden von der Bayerischen Wirtschaftsministerin Ilse Aigner als HOGA-Pioniere ausgezeichnet.

Der Bayerische Hotel- und Gaststättenverband DEHOGA Bayern setzte, als fachlicher Träger der Messe, wichtige Themenimpulse. Verbandspräsident Ulrich N. Brandl schließt mit einem positiven Fazit: „Die konstant hohen Besucherzahlen beweisen den Status der HOGA Nürnberg innerhalb der Gastronomiemessen in Deutschland und bestätigen das gelungene Konzept.“ Mit ihren fünf Hallen und rund 40.000 Quadratmetern Ausstellungsfläche bündelte die HOGA Food-Kompetenzen und Branchen-Know-how.

Gute Noten für die HOGA 2015

Die Ergebnisse einer repräsentativen Besucherbefragung, durchgeführt vom Messe-Marktforschungsunternehmen Gelszus, zeigen, dass die Erwartungen der Besucher an die Fachmesse erfüllt wurden. Das Angebot der Aussteller und die Vielfalt der Messe wurden von den Besuchern positiv aufgenommen. Vor allem die fachlichen Schaubereiche wurden sehr gut bewertet. „Die Rösterei“ thematisierte alle Facetten des Trend-Umsatzbringers Kaffee. Das Regensburger Familienunternehmen Rehorik brachte dazu die fachlichen Kompetenzen in der Sonderschau zusammen. Für die nächste HOGA plant Heiko Rehorik den Bereich auszubauen und zusätzliche Kaffeemaschinenhersteller auf die Messe zu bringen.

Der „Mercato Italiano“ fasste erstmals italienische Gastronomiebetriebe, Hersteller und Food-Anbieter in einem Angebotsbereich zusammen und widmete sich damit einem bedeutenden gastronomischen Sektor: Italienische Betriebe stellen nach deutschen Gaststätten den größten Marktanteil im Gastgewerbe. Das Konzept des „Mercato Italiano“ wurde sowohl von Aussteller- als auch von Besucherseite gut angenommen. Durch neue und ausgebauten Informationsangebote, speziell für Metzger und Bäcker, erweiterte die HOGA erfolgreich ihre Zielgruppe. Die stetige Verzahnung der Bereiche Hotellerie, Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung mit Bäckereibetrieben und Metzgern, die sich vor allem im Mittagsgeschäft zeigt, wurde durch BÄKO und Evenord

aufgegriffen. Der Berufsnachwuchs und die Profis des Gastgewerbes integrierten sich durch spannende Wettbewerbe und Meisterschaften in die Messe. Beliebte Anlaufstelle war auch in diesem Jahr wieder die FOOD SPECIAL, als Messe in der Messe des Servicebundes.

Süddeutschlands wichtigste Branchenmesse 2015

Die HOGA 2015 untermauerte ihre Bedeutung als eine der wichtigsten deutschen Fachmessen des Gastgewerbes. Wie schon bei der letzten Besucherbefragung, hat sich auch in diesem Jahr gezeigt, dass die Hälfte aller HOGA Besucher ausschließlich die Nürnberger Fachmesse besucht. Als Branchenbarometer verdeutlichte sie die gestiegene Dispositionsbereitschaft von Gastronomen und Hoteliers: Durch die positive bayerische und fränkische Tourismusbilanz für das Jahr 2014, hat sich die Investitionsbereitschaft im Gastgewerbe erhöht. Der Anteil der Messebesucher, die aus geschäftlichem Anlass und mit konkreten Investitionsabsichten auf die Messe kamen, stieg auch auf der HOGA 2015 an: 57 Prozent der Messebesucher haben direkt auf der HOGA investiert, 40 Prozent wollen noch im Nachgang Einkäufe tätigen.

Die Reichweite der Messe konnte in diesem Jahr gesteigert werden: Fast doppelt so viele Besucher aus Thüringen, wie bisher, kamen zur Fachmesse nach Nürnberg und auch der Anteil der hessischen Messebesucher nahm deutlich zu. 36 Prozent der HOGA-Besucher reisten aus einer Entfernung von über 100 Kilometern an und verdeutlichten damit die überregionale Bedeutung der Branchenmesse.

Die HOGA 2015 schuf wiederholt die Symbiose von Hotellerie, Tourismus, Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung auf einer Messe. Die Präsenz der bayerischen Minister Ilse Aigner, Helmut Brunner und Emilia Müller unterstreicht den Stellenwert der HOGA als bedeutender Branchentreffpunkt.

Die nächste HOGA findet vom 15. bis 18. Januar 2017 im Nürnberger Messezentrum statt.

Presse-Kontakt:

AFAG Messen und Ausstellungen GmbH
Unternehmens-Kommunikation
Messezentrum 1, 90471 Nürnberg
Telefon: 0911/98833-145/-147
E-Mail: presse@afag.de

Ausstellerstimmen zur HOGA 2015:

Ulrich N. Brandl, Präsident des Bayerischen Hotel- und Gaststättenverbandes DEHOGA Bayern (fachlicher Träger der HOGA)

Unser neues Standkonzept mit der wunderschönen Bühne, in der DEHOGA-Bayern Arena der Halle 8, hat überzeugt und ist gut bei den Fachbesuchern angekommen. Das Beratungsaufkommen und die Frequenz an unserem Stand waren höher als vor zwei Jahren. Unser Team konnte die Mitglieder des DEHOGA über neue Dienstleistungsangebote informieren und viele neue Mitglieder gewinnen. Die Anliegen und Probleme der Branche konnten gut vermittelt und in die Öffentlichkeit gebracht werden. Das Interesse und die Präsenz der Bayerischen Staatsminister unterstreicht die Bedeutung der Branche mit ihren 345.000 Erwerbstätigen im Bayerischen Gastgewerbe. Sicher hat auch das Rekordjahr des bayerischen und fränkischen Tourismus sowie die momentane Situation auf dem Kapitalmarkt, mit günstigen Krediten und drohenden Strafzinsen, dazu beigetragen, dass eine erhebliche Steigerung der Investitionsbereitschaft verzeichnet werden konnte. Die konstant hohen Besucherzahlen beweisen den Status der HOGA Nürnberg innerhalb der Gastronomiemessen in Deutschland und bestätigen das gelungene Konzept.

Neal Bauer, Geschäftsführer BÄKO Franken Oberbayern-Nord eG, Langenzenn

Unsere Präsentation auf der HOGA 2015 war wieder einmal ein voller Erfolg. Wir konnten alle unsere wichtigsten Kunden auf unserem um etwa zehn Prozent vergrößerten Messestand begrüßen und sehr viele Neukunden ansprechen. Im Vergleich zu unserer früheren Hausmesse, die wir seit 2013 auf die HOGA verlagert haben, bietet uns die HOGA ein riesiges Forum in ansprechender Messeatmosphäre. Unsere Kunden begrüßen die Möglichkeit, über den „Tellerrand“ zu blicken und neben unserem Angebot auch noch das breite Gesamtangebot für Hotellerie, Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung kennen zu lernen. Auch unsere sogenannten Konzeptstände, bei denen unsere Zulieferer sich gemeinschaftlich in einer Musterbäckerei präsentieren, haben sich bewährt, wir werden diese Art der Präsentation auch zur nächsten HOGA wiederholen.

Hans Kittler, Geschäftsführer Evenord eG, Nürnberg

Durch unsere neue Intension, neben den traditionellen Metzgereien verstärkt auch Gastrokunden anzusprechen, waren wir seit langem wieder einmal Aussteller auf der HOGA. Neben der bekannten Produktpalette unseres Fleischangebotes konnten wir auf der Messe auch unsere Spezialitäten vorstellen, wie deutsches oder amerikanisches Rindfleisch, hier war unser

„Tomahawk-Steak“ der Renner, und unser Angebot an Tiefkühlprodukten, wie Desserts und Fisch, den wir auf Vorbestellung auch frisch liefern können. Besonders gefragt waren unsere Serviceangebote, wie die Lage-, Werkstatt- und Kühlraumplanung sowie die Dienstleistung, Gesamtkonzepte für Metzgereien und Betriebskantinen zu entwickeln. Unsere Zielsetzungen haben sich an den vier Messetagen mehr als erfüllt und wir können schon heute sagen, dass wir im Jahr 2017 wieder dabei sein werden.

Heiko Rehorik, Geschäftsführer Die Kaffee & Genuss Akademie, Regensburg

Das Thema Qualitäts-Kaffee aus fairem Handel im neuen Bereich „Die Rösterei“ kam bei den Fachbesuchern gut an. Unter Beteiligung verschiedener kleiner Röstereibetriebe wurde handwerklich gerösteter Kaffee, wie ihn z.B. die Bavarian Roasting Company aus Amberg anbot, vorgestellt. Kaffee gilt immerhin als einer der größten Umsatzbringer der Gastronomie. Die in der Rösterei angebotenen Managementseminare und die Seminare zu Themen wie Barista & Latte Art wurden vom Fachpublikum gut angenommen. Auch über unser Serviceangebot der Arbeitsplatzorganisation, Angebotskonzepte und die richtigen Workflow-Planung konnten wir umfassend informieren. Wir sind sicher, dass dieser Bereich in zwei Jahren noch größer kommen wird und wir wollen dann zusätzliche Maschinenhersteller auf der HOGA präsentieren.

Giorgio Zurlo, Geschäftsführer Menu IT GmbH, Nürnberg

Das Konzept mit dem „Mercato Italiano“ ist für uns aufgegangen. Durch die Zusammenfassung der italienischen Angebote in einem eigenen Messebereich wurde unsere Zielgruppe gut erreicht. Wir sind bereits seit vielen Jahren auf der HOGA vertreten und die Resonanz war auch 2015 wieder gut. Wir sind zufrieden mit der diesjährigen Messe.

Johannes Fuchs, Geschäftsführer Trias Food, Organisator FOOD SPECIAL, Lauf a.d. Pegnitz

Das Food Special-Konzept, als Messe in der Messe, mit Informationen zu Neuheiten und Trends in familiärer Atmosphäre, Fachvorträgen von Spitzenköchen und Referenten in der Showküche, war auch dieses Jahr auf der HOGA ein Besuchermagnet. Die Messe hat in diesem Jahr neue Maßstäbe gesetzt. Wir haben unsere bisherigen Besucherzahlen zu einem neuen Rekord steigern können. Die Begeisterung der Besucher spiegelte sich wider in einer großartigen Neukundengewinnung, Auftragserteilung und letztendlich in der Zufriedenheit unserer Aussteller. Wir haben ausschließlich positives Feedback erhalten.

Sven Coesfeld, HOSHIZAKI Deutschland, Vertriebsleitung Bayern

Unser internationales Unternehmen, das in 60 Ländern mit 2 Mrd. US-Dollar Weltmarktführer im Bereich der Eisbereiter ist, ist von der HOGA in Nürnberg begeistert. Wir sind auf allen großen Messen vertreten und waren nun zum ersten Mal in Nürnberg. Hier konnten wir unerwartet viele Händler- und Kundengespräche führen und haben dabei eine große Anzahl Neukunden getroffen, die wir bisher nicht erreicht haben. Die Kooperation mit der Deutschen Barkeeperunion war für uns sehr gut. Wir rechnen zu den direkt getätigten Abschlüssen zu 100% mit einem großen, erfolgreichen Nachgeschäft. Ganz sicher sind wir bei der nächsten HOGA 2017 wieder und größer dabei. Die Beteiligung in Nürnberg hat sich für uns als sehr wichtig erwiesen.

Marc-Henning Lentz, Verkaufsleiter Eternum, Raubach

Als Produzenten von Besteck und Tafelgeschirr haben wir mit der HOGA eine positive Ersterfahrung gemacht. Die Fachmesse war eine perfekte Plattform für uns, da wir nicht den Weg über Fachgroßhändler nehmen, sondern im direkten Kontakt mit Endkunden stehen. Auf der HOGA waren gute Restaurants und tolle Landgasthöfe, die sich für unsere Produkte interessierten. Wir waren sowohl mit dem Besucheraufkommen als auch mit der Qualität der Gespräche sehr zufrieden und haben gute Aussichten, aus der Messe einen wirtschaftlichen Erfolg zu ziehen. Unser Resümee: Die HOGA 2015 war eine gute Messe, wir waren zum ersten Mal dabei und wir werden 2017 wieder kommen. Wir waren auf der HOGA in einem guten Umfeld mit wertigen Mitausstellern platziert und die HOGA hat allgemein ein gutes fachliches Niveau.

Matthias Wiedemann, Wehrfritz GmbH, Bad Rodach

Wir produzieren Produkte für Kinderspielecken in Restaurants und Hotels und waren erstmals auf einer Gastronomiemesse vertreten. Wir haben auf der HOGA guten Anklang gefunden, da immer mehr Gastronomen erkennen, dass die Kinder oft bestimmen, wo es hingehet und, dass die Kinderecken zur Umsatzsteigerung beitragen können. Wir konnten sehr viele, vielfältige Kontakte knüpfen: Architekten, Planer, Gastronomiebetriebe, Hotels, Cafés und Bäckereien, größtenteils aus der Region, haben sich für unser Angebot auf der HOGA interessiert.