

FORTSETZUNG SEITE 23



barkeiten auch zukünftig nachhaltiges und verlässliches Wachstum generieren werden. Die jüngsten Quartalszahlen unseres Konzerns stimmen uns optimistisch, dass der Verbraucher gerade in unsicheren Zeiten das verlässliche Qualitäts- und Produktversprechen einer starken Marke wie Kellogg's zu schätzen weiß. Auch mit dem emotionalen Mehrwert, den wir mit Produkten wie unserer neuen Kellogg's Extra-Produktfamilie bieten, sehen wir uns für wirtschaftlich unsichere Zeiten gut gerüstet.

Zu Frage 2: Kellogg's Food Service wird mit Cereal To Go eine neue innovative Frühstücksoption für

unterwegs vorstellen. Kellogg's Cereal To Go ist eine 30-Gramm-Portion Cerealien, verpackt in einer praktischen Fertigschüssel. Der Verbraucher muss nur noch Milch hinzufügen, um eine ausgewogene und leckere Frühstücks- oder Zwischenmahlzeit zu sich zu nehmen. Das Cereal To Go ist eine ideale Alternative für alle, die keine Zeit haben, zu Hause zu frühstücken und nach einer bequemen und nahrhaften Frühstücksalternative suchen, die sie bequem auch morgens auf dem Weg zur Arbeit oder im Büro zu sich nehmen können. Wir bedienen damit auch den rasant wachsenden Snacking-Markt mit einer schmackhaften Alternative zu häufig fettreichen Zwischenmahlzeiten. Cereal To Go wird in fünf beliebten Marken erhältlich sein.

Außerdem wird Kellogg's Food Service den Messebesuchern das Best-Breakfast-Gütesiegel für Hotels vorstellen. Zusammen mit Teekanne sucht Kellogg's die besten Frühstücksbüffets in Deutschlands Hotels, um die Häuser mit dem Best-Breakfast-Gütesiegel auszuzeichnen, für deren Bekanntheit zu sorgen und durch produktübergreifende Unterstützung die Qualitätsstandards zu steigern.

Obwohl das Frühstück mitentscheidend für das Image eines Hotels ist, gab es bislang noch keine übergeordneten Bewertungskriterien, Orientierungshilfen oder Auszeichnungen, die das Frühstücksangebot objektiv klassifizieren. Kellogg's und Teekanne haben nun zusammen einen Best-Breakfast-Standard definiert. Unter allen Teilnehmern, die sich an der Initiative beteiligen und einen Fragebogen ausfüllen, wählt eine Jury die Häuser aus, die dem Best-Breakfast-Standard entsprechen und die Auszeichnung sowie alle damit verbundenen Vorteile in Anspruch nehmen dürfen.

SONJA GRUNDNIG,

Referentin Außer-Haus-Verzehr, Bioland e.V., Augsburg

Zu Frage 1: Die Finanz- und Wirtschaftskrise hat bisher nur wenig direkte Auswirkungen auf die Bio-Branche. Der Bio-Markt entwickelt sich weiter positiv, und das Umstellungsinteresse der Landwirte, Hersteller und Außer-Haus-Verpflegungsbetriebe wächst. Bioland konnte im vergangenen Jahr seine Stellung als größter Bio-Anbauverband ausbauen und 71 Prozent der Flächenzuwächse für sich gewinnen. Nach ersten Schätzungen der Zentralen Markt- und Preisberichtsstelle (ZMP) lag die Zuwachsrate der Umsätze mit Bio-Lebensmitteln 2008 wieder zweistellig bei rund 10 Prozent. Auch für die Zukunft sehen Marktexperten ein großes und weiter wachsendes Interesse der Verbraucher an Bio-Lebensmitteln, wobei die Ansprüche in Bezug auf Qualität, transparente und regionale Herkunft sowie ethische Werte steigen. Gerade für den Außer-Haus-Markt bietet sich hier noch ein breites Feld an Profilierungsmöglichkeiten mit entsprechenden Wachstumspotenzialen.

Zu Frage 2: Bioland reagiert auf die starke Nachfrage im Außer-Haus-Bereich und nutzt die INTERNORGA dieses Jahr erstmalig für einen Gemeinschaftsstand mit Bioland-Partnern. Als einziger Bio-Verband bieten wir bundesweit ein Gastronomie-Konzept an, indem wir Gastronomie, Hotellerie und Großküchen beim Einsatz von Bio-Lebensmitteln, beraten und individuell unterstützen. Ob regional zuliefernder Landwirt oder bundesweit tätiger Hersteller – mit fast 5.000 Landwirten und 800 Partnern aus Herstellung und Handel verfügen wir über ein bundesweites Netzwerk. Unsere Partner in der Gastronomie profitieren somit von einem breiten Angebot an Rohwaren, Verarbeitungsprodukten und Spezialitäten im Bio-Premium-Bereich. Wie wäre es zum Beispiel mal mit Bioland-Ziegenmilch- oder Honig-Eis?

An unserem Stand findet der Messebesucher eine vielfältige Produktauswahl (Fleisch, Säfte, Limonaden, Eis) sowie kompetente Ansprechpartner aus Herstellung, Großhandel und eine Bio-Kontrollstelle. Darüber hinaus stellt Bioland die Vorteile der Nutzung des Bioland-Qualitätszeichens sowie spezielle Dienstleistungspakete für die Großküchen-Beratung und Bio-Fortbildungsmöglichkeiten vor.

MELANIE HENN,

Product & Market Manager, SCA Hygiene Products GmbH, Mannheim

Zu Frage 1: Jeder Abschwung bietet Chancen. Auch in schwierigen Zeiten ist Qualität gefragt. Produzenten wie Dienstleister müssen sich mit hocheffizienten und leistungsfähigen Sys-



temen und Qualitäten erfolgreich gegenüber dem Wettbewerb behaupten. Außerdem sind gerade in Krisenzeiten starke und zuverlässige Partner wichtig. Tork ist für seine Kunden ein solcher Partner. Tork kann eine sichere Warenversorgung zusagen bei gleichbleibend hoher Qualität. Das sichert uns das Vertrauen unserer Kunden und gibt uns Spielraum für Investitionen. Und so sehen wir ein gutes Investitionsklima für diejenigen, die die Chancen und Möglichkeiten einer turbulenten Zeit entdecken und die ihre Produkte, Marken und Dienstleistungen in den Vordergrund rücken.

Zu Frage 2: Wir treten den Beweis an, dass sich auch bewährte Gebrauchsgegenstände wie Handtuch- oder Seifenspender völlig neu erfinden lassen. Unsere Spenderlinie Tork Elevation, die Anfang Januar auf den Markt kam, wurde von Grund auf neu konzipiert. Die gelungene Kombination aus durchdachter Funktion, Wirtschaftlichkeit und exzellenter Gestaltung ist einzigartig – sie ertete auch bereits große Anerkennung. Tork Elevation hat gleich nach Erscheinen einen iF Product Design Award 2009 des iF International Forum Design erhalten. Es würdigt damit die organischen Formen und das minimalistische Äußere, mit denen Tork Elevation in jeden Waschraum passt. Die Auszeichnung betont aber ausdrücklich auch die funktionalen Vorteile – die vielen klugen Ideen, die die Prozesse verbessern und eine intuitive, berührungsarme Bedienung mit geringem Wartungsaufwand ermöglichen.

Auch für Ausschank und Gasträume bringt Tork eine Innovation mit: das erweiterte Tork-Spenderservietten-System Interfold. Neu sind der handliche Tischspender Interfold, der neue Thekenspender Interfold aus Kunststoff, der dank der Frontalfüllung einfach gestapelt werden kann, sowie der Einbauspender Interfold, der elegant das Platzproblem enger Theken löst – indem er sich einfach einbauen lässt. Die Serviettenspender bieten trotz der kompakten Größe viel Werbefläche, die individuell und gezielt den Abverkauf unterstützt. Weil die spezielle Faltechnik immer nur die Serviette freigibt, die gerade gebraucht wird, garantieren wir Einsparungen von mindestens 25 Prozent. Das macht jedes servierte Essen und jeden verkauften Kaffee profitabler.

STEVE JONES,

Field Force Director, Unilever Food Solutions, Heilbronn



Zu Frage 1: Die Wirtschaft lebt von der mentalen Einstellung derjenigen, die in ihr wirken. So ist auch unser Unternehmen und unser Erfolg abhängig von der Einstellung der Menschen, die für uns tätig sind. Wenn wir glauben, es wird ein schlechtes Jahr, wird es das wahrscheinlich, wenn wir jedoch an ein erfolgreiches Jahr glauben, sind wir diesem Ziel näher. Wir werden in Hamburg mit einer „wir können & wir wollen“ – Einstellung auftreten und sehen keinen Grund, warum wir unser Geschäft in einem sich verändernden Umfeld nicht voranbringen können. Die Veränderungen ergeben schließlich auch neue Chancen. Durch langes und intensives Training unserer Verkaufsteams und die Entwicklung authentischer, erstklassiger und wirklich innovativer Produkte, Konzepte und Methoden sind wir sehr gut gerüstet für die kommenden Verhandlungen. Unser Leitbild Chefmanship zeigte bislang, dass wir genau wissen, was unsere Kunden erwartet haben und erwarten werden. Wir werden deshalb auf unserem Stand Hunderte neuer Kunden begrüßen und unsere Stammkunden wieder willkommen heißen.

Zu Frage 2: Auf der Messe werden wir in der nochmals erweiterten ChefmanshipArena noch stärker auf die einzelnen Kundengruppen eingehen. Ob Hotellerie, Gastronomie, Sozialverpflegung oder Betriebsgastronomie – für nahezu jeden Anwendungsbereich zeigen wir Konzepte und Lösungen. Zum Beispiel die Erweiterung des Gastronomie-Guides, den neuen Ratgeber UniKit für Krankenhäuser, Kliniken und Heime und für die Betriebsgastronomie, Mensen, aber auch für die Schulverpflegung und Kindertagesstätten, das neue Sexy-Gemüse-Konzept. Wir erweitern unsere Knorr-Professional-Reihe, die erfolgreich mit den Bouillons startete, um eine weitere echte Innovation: Kräuter- und Gewürzpasten. Sie sind authentisch, nahezu wie hausgemacht und verleihen Gerichten einen frischen und natürlichen Geschmack sowie kräftige Farben.

AXEL GELHOT,

Trade Marketing Manager Professional Division, Duni GmbH & Co. KG, Bramsche



Frage 1: Wir teilen den Optimismus auf jeden Fall! Denn wo, wenn nicht auf der INTERNORGA, finden Gastronomen und Hoteliers gleich zu Beginn des Jahres bessere Ideen, um sich weiterhin erfolgreich zu behaupten? Die INTERNORGA mit allen Veranstaltungen und Foren ist weit mehr als eine klassische Messe, wir sehen sie eher als Inspiration, als „Ideenbörse für eine ordentliche Portion Optimismus“.

Frage 2: Ähnlich wie viele andere Aussteller möchten wir von Duni auf der INTERNORGA Konzepte und Ideen vorstellen, die dabei unterstützen, die Anziehungskraft der Gastgeber bei den Gästen beizubehalten oder gar zu erhöhen. Schöne Tische sind der „Point of Sale“ des Gastronomen, das Schaufenster für den Gast. Wir zeigen zahlreiche Möglichkeiten, den Gästen mit we-

nig Aufwand dennoch ein „Wow“ zu entlocken. Dazu tragen unsere Innovationen wie die neue „Sensia 3D-Kollektion“ und weitere, spannende Produktneuheiten bei. Unser Vertriebsbereich Duni Foodsolutions macht zudem viel Appetit auf neue Umsätze, beispielsweise im Take-out- oder Fingerfood-Segment.

STEFAN GÖRING, Geschäftsführer Jura Gastro Vertriebs-GmbH, Grainau, Schweiz



Frage 1: Wie die Messe Hamburg sind wir ebenfalls fest davon überzeugt, dass trotz der Finanzkrise und der Rezessions-Horror szenarien die Zukunft für unsere Branche alles andere als düster aussieht. Der Abschluss des Geschäftsjahres 2008 und auch der Beginn des Jahres 2009 sind für Jura Gastro positiv zu bewerten. Einmal mehr sehen wir uns bestätigt: Gerade in turbulenten Zeiten kann man nur mit überzeugenden Produkten und Lösungen bestehen.

Frage 2: Erstmals präsentieren wir für die Jura Gastro ein Kaffeefüllautomaten-Konzept für das Hotelzimmer. Damit bieten wir der Hotellerie die Möglichkeit, ihre Gäste mit hochwertigem Kaffeegenuss auf den Zimmern zu verwöhnen. Gemäß unserer Philosophie, wonach für eine Tasse Kaffee frisch gemahlene Bohnen unerlässlich sind, steht die ganze Bohne im Fokus. Das neue Jura-System eröffnet völlig neue Absatzmöglichkeiten. Daneben wird sicherlich die bereits im Herbst auf der Hogatec erstmals vorgestellte Impressa X9 WIN alle Blicke auf sich ziehen. Die Resonanz auf diese interaktive Innovation war und ist überwältigend. Eine ähnliche Reaktion erwarten wir auch für unsere zweite Marke, Macchiavalley. Hier hebt sich jetzt der Vorhang für den brandneuen Vollautomaten ZION. Nach der Messe können wir hier nun die Serienproduktion in Angriff nehmen. Mit einer Tageskapazität von 200 Tassen schließt er die Lücke zwischen dem Angebot von Jura und den bestehenden Macchiavalley-Maschinen.

CHRISTOPH BERNARD

Leiter Marketing & Unternehmenskommunikation, Party Rent Bomers GmbH, Bocholt



Zu Frage 1: Nicht nur die Wirtschaftsturbulenzen der vergangenen Monate, auch die sich immer schneller wandelnden Kundenerwartungen verlangen von uns permanent neue und vielfältige Ideen. Auch in unserer Branche, in

HYGIENE & SICHERHEIT

Technik für Sicherheit und Hygiene !

MEIKO Gläser- und Geschirrspülautomaten überzeugen durch ausgezeichnete Spülergebnisse:

- hygienisch
- sicher
- wirtschaftlich

Überzeugen Sie sich an unserem Messestand...

Internorga, Hamburg
 Halle A4 - Stand A4.315

MEIKO Maschinenbau GmbH & Co. KG
 Englerstraße 3 · D-77652 Offenburg · Germany
 Telefon: 0781/203-0 · Telefax: 0781/203-1179
 E-Mail: info@meiko.de · <http://www.meiko.de>

der es „nur“ darum geht, Ausstattungsgegenstände rechtzeitig an einen Veranstaltungsort anzuliefern, muss man sich etwas einfallen lassen, um sich von der breiten Masse abzuheben. Die Punkte Verlässlichkeit, Qualität sowie Innovation werden bei uns in diesem Zusammenhang besonders groß geschrieben. Daher ist unser Blick stets nach vorn gerichtet – nach dem Motto „Investition statt Stagnation“. Im gesamten Netzwerk der Party Rent Group geht es trendorientiert voran: Wir nehmen interne Prozessoptimierungen vor und investieren verstärkt in Neuheiten. Davon profitieren vor allem unsere Kunden. 2008 ist die gesamte Gruppe als bester Non-Food-Caterer mit dem Catering Star ausgezeichnet worden – einem Award, der für Top-Innovationen von Unternehmen steht. Diese Auszeichnung sehen wir gern als Bestätigung unserer Arbeit an. Mittlerweile haben wir ein deutschlandweit aufgestelltes Franchisesystem mit insgesamt acht Standorten. Mit drei Auslandsstandorten in den Niederlanden, Luxemburg und Frankreich ist der Wachstumspfad vorgezeichnet. Ein Expansionsschritt in Richtung Süd- und Ostdeutschland sowie die Systemerweiterung in andere europäische Länder werden das Liefernetz der Party Rent Group verdichten. Vor diesen Hintergründen blicken wir der Zukunft mit Optimismus entgegen.

Zu Frage 2: Wir werden unseren ersten Messeauftritt auf der INTERNORGA vor allem dazu nutzen, unsere Dienstleistungen sowie Produktneuheiten vorzustellen. Im Mittelpunkt werden die ausgestellten Produkte stehen, die stellvertretend für die über 600 neu ins Programm aufgenommenen Mietartikel gezeigt werden. Ein weiteres Messehighlight wird die Präsentation unseres zweiten Bildbandes „products & services“ sein. Standen beim ersten Band „we create atmosphere“ die Gesamtsinzenierungen im Vordergrund, so liegt der Fokus nun auf dem Produktportfolio. Auf Branding und Preisauszeichnungen wird komplett verzichtet, so dass die exklusiven Bücher bestens als Vertriebsinstrument eingesetzt werden können. Die Preise unseres Portfolios sind in dem ebenfalls neu aufgelegten Gesamtkatalog zu finden. Sowohl die Bildbände als auch der Gesamtkatalog können unter www.partyrent.com bestellt werden. Auf die Reaktion der Messebesucher freut sich die Party Rent Group bereits heute.

RICHARD KRISTMANN, Geschäftsführer, Stierlen GmbH, Rastatt
Frage 1: Unserer Einschätzung nach hatte sich für 2009 im Care-Bereich



im Vergleich zu früheren Jahren eine spürbar höhere Investitionstätigkeit angedeutet. Die Anschaffungspläne vieler Krankenhäuser und Altenheime haben auch im GV-Barometer ihren messbaren Niederschlag gefunden. Wir hoffen natürlich sehr, dass sich diese Marktentwicklung trotz der allgemein angespannten wirtschaftlichen Lage fortsetzen wird. 2009 begeht die Traditionsmarke Stierlen ihr 120-jähriges Jubiläum: Aus diesem Anlass werden sich viele Augen auf Stierlen, den Systemlieferanten für Großküchen aus Rastatt und sein nahezu lückenloses und bewährtes Produktportfolio für die Speisenverteilung und -logistik sowie Spül- und Kochtechnik richten. Zum Auftakt des Jubiläumsjahres werden wir im Rahmen der diesjährigen INTERNORGA eine Vielzahl von Mes-

seneuheiten und Produktpremierenvorstellen. Der Nachhaltigkeitsgedanke zum Wohl unserer Kunden steht bei allen technischen Entwicklungen von Stierlen stets im Vordergrund – wir punkten mit Wirtschaftlichkeit und Effizienz in Arbeitsabläufen und Handling.

Frage 2: Zum Auftakt des Stierlen-Jubiläumsjahres stellen wir eine breite Palette von Messeneuheiten vor. Sie ergänzen auf optimale Weise das umfangreiche und ausgeklügelte Produktportfolio, mit dem Stierlen sich auch künftig als einer der wichtigsten Lieferanten für Komplettsysteme in der Großküche profilieren wird. Alle Neuheiten und Produktoptimierungen wurden mit Blick auf die klaren Vorteile in puncto Hygiene, flexibler Cook & Chill-Einsatz, Ergonomie und Wirtschaftlichkeit entwickelt. So ist der neue Stierlen-Frühstück-Bankettwagen zum Servieren von Frühstückstabletts oder von Speisesaal-Portionen in zwei Ausführungen erhältlich und lässt sich flexibel bei allen marktüblichen Systemen einsetzen. Ein äußerst variabler und wirtschaftlicher Einsatz wird ab sofort auch mit dem Stierlen-Tablett-Transportwagen TTW möglich: Für bestückte Speisentabletts bietet der TTW jetzt auch passive Kühlung. Der Stierlen RTS Ready to Serve stellt für die Speisenversorgung mit

heißen und kalten Komponenten immer die richtige Lösung dar, denn er ist ab sofort auch wahlweise mit Kühlung auf der Warmseite lieferbar und somit komplett Cook & Chill-tauglich. Auch beim Spülen bietet Stierlen viel Neues: Dazu zählen patentierte Klarspülmodule bei der Serie BTM EcoClean, aber auch neue Kleinspülautomaten wie Hauben-, Gläserspül- und Untertischmaschinen, die mit schnellem Programmablauf, optimierter Steuerung und sparsamem Einsatz von Ressourcen und Chemikalien überzeugen.

KAY HILLER, Marketingleiter, Service-Bund GmbH & Co. KG, Lübeck
Zu Frage 1: Die Wirtschafts- und Finanzunruhen der letzten vier bis fünf Monate waren sicher für alle Unternehmen problematisch. Auch der Service-Bund rechnete mit größeren Umsatzeinbußen. Unsere Bilanz für das Jahr 2008 zeigt jedoch, dass der Service-Bund trotz schlechtesten Markt-Prognosen und Umsatzrückgängen in der Gastronomie seinen Umsatz um 13 Prozent steigern konnte. Mit diesem Bonus starteten wir in das Jahr 2009. Und schon geht es positiv für uns weiter – unsere regionale Messe „Food Special“ in Nürnberg (anlässlich der Hoga) Mitte Januar wurde

trotz aller Unkenrufe die erfolgreichste Messe seit Bestehen. Der Food-Service-Markt mag gesamtheitlich Einbußen und Veränderungen hinnehmen müssen, der Service-Bund jedoch hat eine solide Basis. Mit einer hervorragenden EK-Quote, innovativen Konzept-Ideen und hoch motivierten Mitarbeitern werden wir auch das Jahr 2009 erfolgreich abschließen. Krise? Ohne uns! Krise sehen wir als Chance.

Zu Frage 2: Eines unserer Themen wird die Eigenmarke „FleischPlus“ sein. Fleisch, das von der Aufzucht über die Schlachtung, bis zur Zerlegung detailliert nachvollzogen werden kann – Qualitätsfleisch vom Feinsten. Als weiteres Highlight stellen wir unsere Lachs-Eigenmarke „FischPlus“ vor. Hier handelt es sich um einen Premium-Lachs aus Norwegen, der ohne Antibiotika, Zusatzstoffe etc. aufgezogen und in einem besonderen Verfahren (Kaltschlachtverfahren) verarbeitet wird. Dies zeigt sich in Farbe, Frische, Geschmack und Haltbarkeit (vakuumverpackt zehn Tage haltbar). An unserer Front-Cooking-Station werden wir Bio-Gerichte aus unserem „Easy-Bio“-Convenience-Programm zubereiten und kosten. Gleichzeitig stellen zehn Service-Bund-Lieferanten auf unserem „Marktplatz“ neue und innovative Produkte vor.

WINTERHALTER GASTRONOM

Im Messelabor Spülergebnisse testen

Das Thema Energiesparen wird auch in Zukunft ein Dauerbrenner sein“, sagt Ralph Kölch, Leiter Business Unit Deutschland bei Winterhalter. „Deshalb tun wir alles, damit unsere innovativen Geräte so sparsam wie möglich arbeiten. Damit schonen wir nicht nur die Umwelt, sondern auch den Geldbeutel unserer Kunden.“

Im Mittelpunkt des Messeauftritts der Winterhalter Gastronom GmbH stehen darum die energiesparensamen Korbdurchschub- und Gerätespülmaschinen der Serien GS 500 Energy+ und GS 600 Energy, die sich zwischenzeitlich zu Topsellern entwickelt haben. Der Anwender profitiert mit den Geräten sowohl von niedrigeren Betriebskosten, als auch von einem wesentlich verbesserten Raumklima. Wie Maschinenteknik, Reini-



IM MESSELABOR auf dem Winterhalter-Stand darf experimentiert werden. Foto: Winterhalter

gerprodukte, Wasseraufbereitung und Zubehör exakt aufeinander abgestimmt werden, um perfekte Spülergebnisse zu erzielen, können die Messebesucher im eigens konzipierten Winterhalter Messelabor erleben. Dort können sie sich dem Thema Reiniger- und Hygieneprodukte für gewerbliche Spülmaschinen auf experimentelle Art nähern. Mehrere Versuchsanordnungen zeigen, wie Reiniger und Klarspüler perfekt auf das Spülgut und dessen Verschmutzungsgrad abgestimmt werden.

Winterhalter hat in den letzten Jahren seine gesamte Produktpalette im Hinblick auf Energieeffizienz überarbeitet und das Konzept unter dem Namen IRT (Intelligente Ressourcenschonende Technologien) zusammengefasst.

Halle A4, Stand A 402

FRIEDR. DICK

Messer für hohe Ansprüche

Das Unternehmen Friedr. Dick bringt die neue Messerserie „Superior“ auf den Markt. Die Messer sind in Form und Funktion modern und bestechen gleichzeitig mit einem traditionellem Griffdesign mit drei Nieten. Das Messer liegt optimal in der Hand, ein sanftes, zielstrebiges und exaktes Schneiden wird Realität. Ein spezielles Fertigungsverfahren stellt sicher, dass Klinge und Griff ohne Spalt fest miteinander verbunden sind und das Messer dadurch hygienisch einwandfrei ist. Dank des durchgehenden Stahls von Klinge

bis zum Griff wird eine hohe Stabilität erreicht. Der Stahl besteht aus der hochwertigen Legierung X55Cr-Mo14. Diese Bestandteile garantieren eine dauerhafte Schnithaltigkeit und hohe Standzeit bei entsprechender Zähigkeit und einer hohen Korrosionsbeständigkeit. Das Superior-Sortiment bietet für jeden Zweck das richtige Messer, ob mit kurzer oder langer Klinge, starr oder flexibel, schmal oder breit, Wellenschliff oder glatter Schneide.

Halle A4, Stand 117



KLINGE UND GRIFF DER SUPERIOR-MESSER sind ohne Spalt fest miteinander verbunden und dadurch hygienisch einwandfrei. Foto: Friedr. Dick

WATER+MORE

Filtern mit Zusatznutzen

Einer guten Wasserqualität hat sich water+more aus Wiesbaden verschrieben. In Hamburg stellt das Unternehmen seine bestmax-Premium-Filterkerzen vor. Neben einer optimalen Wasserfiltration bringt die AromaPlus-Formel den Mineralienhaushalt im Wasser zugunsten von Magnesium wieder in ein ausgewogenes Gleichgewicht. So können sich die Aromen von Kalt- und Heißgetränken richtig entfalten und der Gast kann Tasse für Tasse, Glas für Glas genießen.

Zusätzlich verfügen die bestmax-Premium-Filterkerzen über alle Vorteile der Standard-bestmax-Produkte, wie beispielsweise der vierfachen Filtration, Filtration des Bypass-Wassers und dem flexiblen Anschlusskopf. Water+more zeigt auf der Messe außerdem Lösungen für den Kaffee- und Vendingbe-

reich, die Aufmineralisierung von salzarmem Wasser oder die Vollentsalzung bei salzreichem Wasser.

Halle A3, Stand 306



DIE BESTMAX-PREMIUM-FILTERKERZEN optimieren den Mineralienhaushalt des Wassers. Foto: water+more



STÜHLE

TISCHE

BARHOCKER

MODULARE SYSTEME

Besuchen Sie uns vom 13.03.09 - 18.03.09

in Hamburg auf der **INTERNORGA**

Halle B5, Stand 423



München

Berlin

Paris

Wien

GO IN

Bestellen Sie unseren Hauptkatalog 2009 mit über 370 Seiten **KOSTENFREI!**



GO IN GmbH
Justus-von-Liebig-Straße 3-5
86899 Landsberg am Lech
Deutschland

T +49 (0) 81 91 / 91 94 -0
F +49 (0) 81 91 / 91 94 -199
M info@go.in
N www.go.in

GO IN GmbH
Im Lilienthalpark, Lilienthalstraße 1d
12529 Schönefeld/ OT Waltersdorf
Deutschland

T +49 (0) 3 37 62 / 82 19 -0
F +49 (0) 3 37 62 / 82 19 -79
M berlin@go.in
N www.go.in