

«Ich bin Koch  
aus Leidenschaft  
und will Applaus  
für die Qualität  
meiner Speisen.»



## «WIR WOLLEN UNSERE KUNDEN INSPIRIEREN»

Der Anspruch der Messeleitung, die Igeho als «ein Muss im Kalender aller Marktteilnehmer der Hospitality-Industrie» zu verankern, wird eingelöst. Das bestätigen Aussteller und Teilnehmende.

TEXT CHRISTIAN GERIG  
FOTOS ZVG



Hugentobler Schweizer  
Kochsysteme AG  
sind an ihrem 15.  
Igeho-Auftritt in  
Basel präsent.

Die Igeho liefert als das Branchen-event schlechthin «wichtige Impulse und eine gute Austauschmöglichkeit in Bezug auf die Branchenentwicklung, die wir als Unternehmen unterstützen», sagt Roger Juon, Leiter Sales Services & Communication und Mitglied der Geschäftsleitung von Saviva Food Services. Entsprechend gross ist denn auch der Aufwand, den der führende Geschäftspartner im Zustellgrosshandel für die Gastronomie, Hotellerie und die Gesundheitsbranche für seine Präsenz an der Fachmesse betreibt. Seit einem halben Jahr, so Juon, befasst man sich intensiv mit den Vorbereitungen für den Messeauftritt.

Damit ist Saviva nicht allein. Mit einem 25-köpfigen Verkaufsteam ist die altingesessene Berner Hugentobler Kochsysteme AG an ihrem 15. Igeho-Auftritt in Basel präsent. Während der ganzen fünf Tage. «Das sind 125 Arbeitstage Präsenzzeit, plus circa 3 Wochen Vorbereitung für Projekt-Management, Marketing und Administration», rechnet Markus Steiner, Leiter Marketing & Kommunikation, vor.



Als Ihre Schweizer Innovationsplattform sind wir spezialisiert auf die Beratung von Getränke-Start-Up's, Prototyping sowie Abfüllung von personalisierten Getränken in Klein- und Kleinstmengen.

**Igeho**  
Halle 1.1 / C205

**CREATIVE**  
FOOD AND BEVERAGE  
COMPANY • AG

Creative Food and Beverage Company AG  
Individuelle Getränkeherstellung  
Individual Beverage Production  
Produzione di Bevande Individuali  
Phone: +41 31 544 36 48  
talkingbottles@creativefncb.ch  
Alte Brauerei Villa, Gurtenbrauerei 14  
CH-3084, Wabern / Schweiz  
creativefncb.ch • lohnabfuellung.ch

In Steiners Augen eine sinnvolle Investition: «Die Igeho ist die grösste Messe der Branche in der Schweiz. Für viele unserer Kunden ist die Herbstmesse darum ein fixer Termin in der Agenda.»

#### «SUPER-SPIRIT» DER IGEHO

An der Messe geht es zwar für Aussteller und Besucherinnen und Besucher auch um Networking, doch dieses steht für die Küchenbauerprofis nicht im Zentrum. Es gehe um Information, Präsentation und Promotion. Beispielsweise um die Verbesserung von Prozessen und optimale Kochsysteme. «Es ist unser Ziel, Gastronomen Wege aufzuzeigen, eine 10 bis 15 Prozent höhere Küchenrendite zu erwirtschaften.» Zu diesem Thema habe man extra einen kurzen Film gedreht, der in der «Hugi-Air» gezeigt wird. Natürlich würden auch direkte Aufträge über Apparate oder auch gesamte Objekte generiert, doch das seien häufig schon bestehende Kontakte. Auch für Saviva stehen die Betreuung

und die Vorstellung ihrer Produkte und Service-Leistungen im Vordergrund. «Wir wollen unsere Kunden inspirieren und zeigen ihnen Lösungen auf, die ihnen den Alltag erleichtern», sagt Juon.

#### PERSÖNLICHE EINLADUNG

Die sorgfältige und massgeschneiderte «Bewirtschaftung» der Kunden – das kann gemäss Alexander Ryser von der Igeho-Leitung klar belegt werden – ist nur erfolgreich, wenn sie nicht erst an der Messe beginnt. Dem tragen die Aussteller ausnahmslos Rechnung. «Das Besuchermarketing ist für uns sehr wichtig», sagt Juon. «Auch, um die Igeho als Branchenevent zu unterstützen. Unsere Kunden laden wir aktiv über ihren Kundenberater an die Messe ein und weisen über diverse Kommunikationskanäle auf unsere Messepräsenz hin.» Auch bei Hugentobler wird die Kundschaft «situa-tiv persönlich mit einem Brief von einem Aussendienstmitarbeiter eingeladen.»

Der ganze Aufwand muss sich für die Aussteller natürlich auch lohnen. Gibt

#### WICHTIG FÜR DIE BRANCHE

Die Creative Food and Beverage Company AG ist 2019 erstmals als Ausstellerin an der Igeho. Can Kalayci ist Marketingverantwortlicher des jungen Berner Unternehmens für «individuelle Getränkeherstellung». Er kennt als ehemaliger Besucher die Messe und deren Wichtigkeit für die Branche. Entsprechend wendet Kalayci «viel Zeit» auf für die Vorbereitung auf die Messe, persönliche Einladungen inklusive. Natürlich sei er mit seinen Kunden und Kundinnen über die Kanäle und Plattformen der sozialen Medien in

ständigem Kontakt, trotzdem sei die Igeho wichtig: für Networking, direkte Aufträge («Für uns Kreative schwer voneinander trennbar!»), vor allem aber auch, «weil Messen für Fachleute ein angenehmer Treffpunkt mit produktivem Austausch sind» und somit unersetzbar seien. «Die Igeho ist natürlich ein wichtiger Schauplatz. Man will sehen und gesehen werden.» Das Essensangebot findet Kalayci überflüssig, dafür hat er keine Zeit. Lieber kümmert er sich um interessierte Gastronomen, welche ihn in der Halle 1.1 / Stand C205 besuchen möchten.

es für Messen einen «RoI», einen «Return on Investment»? Sicher – wenn man weiche Faktoren angemessen in die Rechnung aufnimmt. «Wir werten drei Messgrössen aus», sagt Markus Steiner, «die Besuchsberichte, den erzielten Umsatz und die persönliche Einschätzung unserer Mitarbeitenden. Wenn wir neue Kontakte knüpfen und bestehende Partnerschaften mit unseren Kunden vertiefen konnten, wenn wir als Aussendienstmannschaft gemeinsam die Umsatzziele erreicht haben und ein Super-Spirit spürbar wurde, dann war das eine erfolgreiche Igeho!»

#### IMPULSE FÜR DEN ALLTAG

Dass Messen ihre Wichtigkeit dank sozialen Medien, Plattformen und Kanälen eingebüsst hätten, verneinen die Kommunikationsverantwortlichen der Aussteller vehement. Lediglich ihre Rolle habe sich verändert. «Die Igeho ist ein Kanal, der im November ein paar Tage offen ist.» In diesem Fenster können sich Kundinnen und Kunden einen Überblick über sämtliche Neuerungen und Möglichkeiten in der Gastronomiebranche verschaffen.

Innovative Produktentwicklungen der Creative Food & Beverage Company.





Der Messeauftritt von SAVIVA an der Igeho.

«Ich kann Lösungen anschauen, anfassen, vergleichen und zeitgleich noch Beziehungen pflegen. Das dürfte mit Social Media allein schwierig und viel aufwendiger sein!», skizziert Steiner das Zusammenspiel von Online und Offline. Klar, eine Messe dauere nur kurz. «Unsere Beziehungen pflegen wir deshalb das ganze Jahr über, auf allen anderen Kanälen.» Diese Arbeitsteilung bestätigt auch Juon von Saviva: «Die Kommunikation gegenüber Kunden verändert sich. So nutzen wir nebst unseren Messeauftritten auch alternative und neue Kommunikationskanäle, um mit unserer bestehenden Kundschaft sowie Neukunden in Kontakt zu treten.» Die Igeho, bestätigt Juon, sei für Saviva als Plattform interessant. Dabei leiste auch der Austausch mit Lieferantenpartnern einen wertvollen und wichtigen Beitrag. Ebenso die Rahmenprogramme wie «Campus», das die Messeleitung angestossen und dieses Jahr erstmals in Zusammenarbeit mit HotellerieSuisse organisiert hat. «Der Campus gibt gute Impulse für den Alltag», bekräftigt Markus Steiner. Aber auch über

die Kocharena höre man immer wieder lobende Worte. «Wenn Kochprofis in der Kocharena andere an ihrem Wissen teilhaben lassen, ist das toll und freut uns doppelt: Erstens, weil uns der Kochberuf am Herzen liegt, und zweitens, weil die Profis in der Arena mit unseren Küchengeräten arbeiten.»

Viel Arbeit, doch die sozialen Kontakte kommen nicht zu kurz. «Die Zeit an der Igeho ist sehr knapp bemessen, aber für einen kurzen Austausch mit unseren Partnern und Marktbegleitern reicht es alleweil», meint Steiner.

HANDY RAUS, KAMERA DRAUF  
UND ONLINE LESEN.



# BRESC

Produits Culinaires

EINFACHE  
HANDHABUNG

FRISCH  
IM GESCHMACK

VIELSEITIG  
ANWENDBAR



IGEHO MESSE BASEL  
16-20 NOVEMBER 2019  
HALLE 1.2 STAND B044 - BELL FOOD GROUP



**Bresc, der Spezialist von kühlfrischen Knoblauch- und Kräuterprodukten.**

Bresc richtet sich auf den europäischen Gastronomiemarkt. Von einfachen Kräutern und Knoblauch bis zu Kräutermelangen und „ready-to-use“ Lösungen.

bresc.com

Hügli Nahrungsmittel AG, Bleichstrasse 31, 9323 Steinach, Switzerland  
Gratis Tel: 0800 55 46 92, Fax: 071 447 29 94, verkauf.ch@huegli.com

• • • huegli.com