

Jeder Tag „ein Ritt auf der Rasierklinge“

Ein Besuch auf der Messe Food-Sensation

EGV kann ja vieles heißen. „Einkauf für Großverbraucher“ heißt es heute tatsächlich. 1928 hieß es „Eier und Geflügel Verwertung“. Christian Heumann ist Vorstand der EGV-Gruppe, er sagt, wenn es bei der EGV privat würde, dann stünde EGV für „ein geiler Verein“. Willkommen bei der Food-Sensation in den Westfalenhallen, einer Messe für „Profi-Gastronomen“. Vereinfacht gesagt geht es hier um Kunden, die in Großküchen arbeiten, in Sozialeinrichtungen, Krankenkassen, Altenheimen oder Kantinen. Und damit geht es hier letztlich um Verbraucher, denn wer, fragt Heumann, „nimmt denn heute noch die Tupperdose mit ins Büro?“ Es gebe einen „absoluten Trend“ zur Verpflegung außer Haus, „wir verkaufen die Dinge, die wir auch selber essen“. 2500 Besucher werden es werden, schätzt Heumann, die sich bei 160 Ausstellern die Trends anschauen können, die Verpflegungsmanager, Cateringfachwirte oder Großküchenköche begeistern sollen.

Kalkulationsfragen

Der demographische Wandel sei gut für die Branche, sagt Heumann, genaue Zahlen über die Entwicklung habe er aber leider nicht. Sein Vorstandskollege Thomas Wallraabenstein gibt zu bedenken, dass zum Beispiel das Geld, das in Pflegeheimen für Essen ausgegeben würde, knapp bemessen sei. Knapp über fünf

Euro pro Tag seien das im Schnitt. „Budget und Qualität machen jeden Tag zu einem Ritt auf der Rasierklinge“, sagt Heumann.

Es sind Großkonzerne unter den Ausstellern, Unilever etwa, oder Nestle. Die Standard-Produktverpackung kommt größer daher, der Joghurtbecher oder das Marmeladenglas sind hier in der Regel eher ein Eimer. Fünf Liter „Voll-ei“, was de facto flüssiges Ei ohne Schale ist, entsprechen 100 Eiern. Es scheint, als würden die Trends, die sich in Kochshows abzeichnen und über die an Supermarktkassen abgestimmt wird (regionale Produkte, vegetarisch oder vegan, etc.) mit ein bisschen Verspätung in den Großküchen aufschlagen. „Von dort werden sie dann wiederum verstärkt“, sagt Heumann. Was nicht für alle Produkte gilt, gelten kann: Frank Lagoda von der Firma Resama aus Homburg hat Teller an seinem Stand, auf ihnen liegen unter anderem gestrichene Marmeladenbrote. Die Marmeladenbrote sind echt und auch wieder nicht, alles, was hier zu sehen ist, ist passierte Nahrung, die dann wieder in Form gebracht wurde. Nur eben weicher, die Zielgruppe, sagt Lagoda, ist groß: Acht Millionen Menschen gebe es mit Schluckbeschwerden. *tgk*



Da lacht die Kuh über der Fischtheke: Die Messe Foodsensation des Lebensmittelgroßhändlers EGV.

RN-FOTO SCHÜTZE