

# „Bühne der Begegnung“

## PRO FachHANDEL 2016 in Frankfurt

*Am 23. und 24. September 2016 wird die von der GES eG veranstaltete Messe PRO FachHANDEL neu aufgelegt. Austragungsort wird in diesem Jahr erstmals Frankfurt sein. Neben der im letzten Jahr eingeführten Sonderschau „Bier Live“ soll es diesmal zusätzlich eine Newcomer-Lounge geben, bei der sich kleinere Hersteller mit ihren kreativen Produktinnovationen aus den einzelnen Getränkesparten präsentieren können. Der GETRÄNKEFACHGROSSHANDEL sprach mit GES-Vorstand Alexander Berger über den Standortwechsel, Neuheiten und Highlights der Veranstaltung. (eis)*

**GETRÄNKEFACHGROSSHANDEL:** Mit der PRO FachHANDEL 2016 wurde als Veranstaltungsort nicht wie in den letzten Jahren Nürnberg, sondern Frankfurt gewählt. Was ist der Grund dafür?

**Alexander Berger:** Mit dem diesjährigen Messestandort Frankfurt wollen wir unserem Anspruch als nationale Messe für die Branche gerecht werden und allen Teilnehmern, Ausstellern, wie Fachbesuchern die Anreise so einfach wie möglich machen.

Wir testen erstmals einen zentralen Standort in Deutschland und kommen damit dem Wunsch vieler Fachbesucher nach, die, bisher aus dem Norden, Osten und Westen kommend, einen weiten Weg auf sich genommen haben. Wir werden die Ergebnisse abwarten und uns damit offenhalten, mit welchem Messestandort wir in den nächsten Jahren planen.

**GFGH:** Wird sich die Veranstaltung dadurch auch flächenmäßig in neuen Dimensionen präsentieren?

**Berger:** Geplant ist eine Fachmesse in der Dimension der letzten Jahre. Jedoch stehen uns in Frankfurt Kapazitäten zur Verfügung, die durchaus eine Ausdehnung der Messe möglich machen. Sollte der Zuspruch von Ausstellerseite weiterhin steigen, können wir uns sehr gut vorstellen, die Fläche auszuweiten.

**GFGH:** Mit „Bier Live“ wurde im letzten Jahr von der GES erstmals ein neues Konzept aufgelegt, das besonderen Fokus auf Craftbiere und besondere Bierspezialitäten legt. Wie beurteilen Sie rückblickend die Resonanz seitens der Aussteller und Besucher auf diesen Teil der Veranstaltung, gab es auch Kritikpunkte?



GES-Vorstand  
Alexander Berger

**Berger:** Die Resonanz vonseiten der Aussteller war sehr gut und wir waren schneller ausgebucht, als wir geplant hatten. In Gesprächen mit dem Fachhandel erhielten wir durchweg positive Rückmeldungen. Wir wurden in unserem Engagement in diesem für den Handel in den letzten Jahren vielleicht als zu selbstverständlich betrachteten Segment als Impulsgeber gesehen, der die Herstellerseite und den Handel zum erneuten, aktiven Dialog aufforderte.

In den letzten Jahren haben sich die Jahresgespräche im Segment Bier meist ausschließlich um Lieferbedingungen und Preise gedreht, weniger um Möglichkeiten, das Thema Bier wertgebend nach vorne zu bringen. Verbraucher suchen jedoch nach regionalen, kleineren Brauereien, nach besonderen Bierspezialitäten, und diese Entwicklung muss unserer Meinung nach aufgegriffen werden, sie stellt die Chance für den Getränkefachhandel der Zukunft dar.

**GFGH:** Und die Messe ist dabei...

**Berger:** ...eine ideale Plattform, auf der der Handel sich umschaun und neue Sortimente zusammenstellen kann. Für kleine und mittelständische Brauereien bietet sich hier die Möglichkeit, nationale und regionale Player kompakt an zwei Tagen zu treffen, mit denen sie vielleicht im Jahresverlauf sonst nicht sprechen könnten oder die sie nicht im Visier ihrer Vertriebsaktivitäten gehabt hätten. Mit einem Punkt waren wir in der Tat nicht ganz so glücklich und werden daher in diesem Jahr in der Kommunikation etwas anders vorgehen.

**GFGH:** Und zwar?

**Berger:** Craftbier ist in aller Munde und daher wurde unser zusätzlicher Fokus auf Bier im vergangenen Jahr schnell ausschließlich damit in Verbindung gebracht. Bei den Gesprächen im Vorfeld haben einige mittelständische Brauereien zunächst von einer Teilnahme abgesehen, da für sie das Thema Craftbier keine Rolle spielt.

Sie bieten aber tolle Bierspezialitäten an und sind in unseren Augen daher genau die Aussteller, die wir suchen. Wir wollen nicht ausschließlich eine Sonderschau von Craftbieren bieten, sondern suchen in erster Linie auch nach kleinen und mittelständischen Brauereien, die besondere Bierspezialitäten im Portfolio haben.

**GFGH:** „Bier Live“ wird auch in Frankfurt wieder an den Start gehen. Skizzieren Sie bitte kurz die diesjährigen Highlights, was diesen Bereich angeht. Wird es wieder ein Vortragsprogramm mit Keynote-Speaker geben, ein Bier-Tasting etc.?

**Berger:** Beim Rahmenprogramm haben wir aus dem letzten Jahr wertvolle Erfahrungen mit in die Planung für das laufende Jahr genommen. Wir werden keine Vorträge und Referate mehr anbieten, denn die Besucher sind vor allem an den persönlichen Gesprächen mit den Ausstellern interessiert und wollen das kompakte Zeitbudget, das sie für die Messe eingeplant haben, nutzen, um alle Aussteller zu besuchen, weniger um sich Fachvorträge anzuhören. Daher werden wir wie im letzten Jahr geführte Verkostungen anbieten, bei denen die Händler einen Einblick in die Thematik Bierspezialitäten gewinnen können, um dann die Ansprache der Brauereien noch gezielter planen zu können.

**GFGH:** *Wie stellt sich das bisherige Ausstellerinteresse für die „Bier Live“ dar, und welcher flächenmäßige Rahmen wird dem Konzept prozentual zur Gesamtausstellerfläche eingeräumt?*

**Berger:** Genaue Prozentangaben können wir zu diesem Zeitpunkt noch nicht machen, da wir uns, wie gesagt, die Option offenhalten wollen, bei einer großen Nachfrage die Messegesamtfläche auszuweiten. Das Thema Bierspezialitäten wird sich den Fachbesuchern jedoch im ähnlichen Umfang wie im vergangenen Jahr präsentieren.

**GFGH:** *Einen weiteren innovativen Schwerpunkt soll in diesem Jahr erstmals ein Newcomer-Bereich bilden. Erläutern Sie bitte kurz das Konzept dafür?*

**Berger:** Gerne. Wir wollen innovativen Craftspirituosen, alkoholfreien Getränken und Convenience-Produkten eine einzigartige Bühne bieten. Kleine Hersteller mit tollen Ideen und spannenden Produkten, die das Gespräch mit Getränkefachhändlern suchen, die in erster Linie die Gastronomie beliefern. Trends der Getränkebranche werden nach wie vor in der Gastronomie geboren und bekannt gemacht. Start-ups im Spirituosen- und AfG-Bereich brauchen Partner, die die Gastroszene kennen und beliefern.

Einige dieser jungen Hersteller haben schon Kunden aus der Barszene, aber nicht die Logistik, um sie beliefern zu können. Hier wollen wir als Mittler fungieren und für beide Seiten eine Chance auf zusätzlichen Umsatz bieten. Die Newcomer-Lounge wird kein klassisches Standkonzept sein, sondern ein Platz der Begegnung.

Die Start-ups, die oftmals keine finanziellen und personellen Ressourcen haben, können mit ihren Produkten kommen und sich in einer entspannten Atmosphäre an Tischen präsentieren. Sicherlich wollen wir auch im Bierbereich junge Brauer unterstützen, diese sehen wir thematisch jedoch dann in der Bierspezialitäten-Fläche.



*Mit der Newcomer-Lounge möchten wir kleinen Herstellern mit tollen Ideen und spannenden Produkten, die das Gespräch mit Getränkefachhändlern suchen, eine geeignete Plattform bieten.“*

**GFGH:** *Welche Themen und Highlights werden sonst auf der PRO FachHANDEL in Frankfurt im Fokus stehen?*

**Berger:** Die innovativen Highlights werden von unseren Ausstellern kommen, wie auch in den vergangenen Jahren. Auf der Messe präsentieren alle großen Player aus der Schaumwein- und Spirituosenindustrie ihre Aktionen für das kommende Jahr exklusiv. Daher sehen wir uns als Veranstalter nur in der Pflicht, die Branche zusammenzubringen und die Plattform für den Erfahrungsaustausch zu bieten; die Innovationen und Highlights kommen aus deren Reihen.

**GFGH:** *Die PRO FachHANDEL setzte sich in den letzten Jahren immer aus dem Messe- und Ordergeschehen tagsüber und einer immer gut besuchten Abendveranstaltung zusammen. Wird dieses Programm auch in diesem Jahr so beibehalten, und wenn ja, was dürfen die Teilnehmer diesmal vom Abendprogramm erwarten?*

**Berger:** Bei der Abendveranstaltung steht die Kommunikation im Mittelpunkt, wir bieten einen exklusiven Rahmen, der es Ausstellern und Fachbesuchern ermöglicht, die neu geknüpften Kontakte in geselliger Atmosphäre am Abend zu vertiefen. An der Bier- und

Spirituosenbar können die Neuheiten der kommenden Saison verkostet werden, und natürlich wird unser Büfett den kulinarischen Kleks der hochwertigen Abendveranstaltung darstellen.

**GFGH:** *Eine Kombination aus konzentriertem Messegeschehen und intensivem Erfahrungsaustausch – so lautete Ihr Ziel im letzten Jahr. Ist dies rückblickend gelungen und welche Maßstäbe hat sich die GES eG in diesem Jahr bezüglich der Messe gesetzt?*

**Berger:** In der Nachbearbeitung der PRO FachHANDEL 2015 wurde uns bestätigt, dass wir unser primäres Ziel erreicht haben. Wir sind die Verbundgruppe in Deutschland, die sich des Themas kommunikativ annimmt und mit der Messe bieten wir eine nationale Veranstaltung für die Branche.

Der Getränkefachhandel sollte diese Bühne nutzen, um kompakt mit Herstellern Jahresgespräche zu führen und Trends zu erspüren; diese gilt es, zu pflegen und für alle weiter auszubauen. Wir sind der Zielsetzung, eine nationale Branchenmesse zu sein, einen großen Schritt näher gekommen.

**GFGH:** *Was sind Ihre persönlichen Erwartungen an die PRO FachHANDEL 2016?*

**Berger:** Diese decken sich natürlich in weiten Teilen mit den Erwartungen der gesamten Verbundgruppe. Ich persönlich wünsche mir, dass wir noch mehr Zuspruch bei den Besuchern bekommen und weiter wachsende Zahlen verbuchen können. Und natürlich freue ich mich auf die Gespräche mit allen Beteiligten.

**GFGH:** *Herr Berger, wir bedanken uns für das Gespräch.* □

## Stimmen aus der Branche

*„Mit Bierspezialitäten setzt die PRO FachHANDEL genau auf den richtigen Schwerpunkt: Denn für den Getränkefachgroßhandel erwachsen aus dem Spezialitäten- und Craftbier-Trend definitiv Chancen auf mehr Umsatz und neue Zielgruppen. Der Auftritt mittelständischer, traditioneller Brauereien greift auch den Regionaltrend auf. Schön, dass sich für die gesamte Branche eine handelsspezifische Bühne gefunden hat.“*

**Günther Guder, BV GFGH**

(Bundesverband des deutschen Getränkefachgroßhandels e.V.)

*„Was ich an der PRO FachHANDEL schätze, ist die übersichtliche Struktur, kombiniert mit innovativen Ansätzen und Themen. So ist die Sonderausstellungsfläche oder die Newcomer-Lounge für mich immer besonders spannend.“*

**Ralf Kämer, Krämer Getränke GmbH & Co. KG**

*„Natürlich ist insbesondere für Einkäufer die PRO FachHANDEL ein Pflichtterminus als echte Ordermesse. Und für die gesamte Branche eine Bühne, um sich ins Gespräch zu bringen oder Erfahrungen auszutauschen und Branchentrends mit nach Hause zu nehmen.“*

**Samir Rezgui, Horst Lehmann Getränke GmbH**