

Ernährungsindustrie | 06.10.2017 | Lesezeit 3 Min.

Anuga: Hot Beverages und Blumenkohl

Allein die deutschen Nahrungsmittelhersteller bringen jedes Jahr rund 40.000 neue Produkte auf den Markt. Was es weltweit zu essen und zu trinken gibt, zeigte die Kölner Ernährungsmesse Anuga.

Ein bisschen gleicht die Kölner Ernährungsmesse Anuga dem Kinderbuchklassiker „Die kleine Raupe Nimmersatt“. Denn so, wie sich Eric Carles Raupe jeden Tag mehr und mehr Essbares einverleibt, um von einem kleinen, umtriebigen Wesen zu einer ziemlich üppigen Wulst zu mutieren, geht es auch der Anuga: Im Jahr 1919 als Wanderausstellung gestartet, ist sie seit 1951 in Köln zu Hause, wo sie sich innerhalb weniger Jahre zur führenden Messe für Nahrungsmittel und Getränke entwickelt hat. Und dieses Jahr versammelte die 34. Anuga, die vom 7. bis 11. Oktober in den Kölner Messehallen stattfand, so viele Anbieter wie noch nie: **Mit mehr als 7.400 Ausstellern aus insgesamt 107 Ländern ist die Anuga die weltweit größte Messe für Nahrungsmittel und Getränke.** Gigantisch ist die Veranstaltung in vielerlei Hinsicht: Dieses Jahr waren rund 165.000 Fachbesucher zu Gast, die sich auf annähernd 290.000 Quadratmetern Ausstellungsfläche zurechtfinden mussten. Damit dies halbwegs funktionieren konnte, gliederte sich die Messe in zehn Fachmessen – Feinkost, Gourmetartikel sowie Grundnahrungsmittel zum Beispiel fanden sich in der „Fine Food“-Sektion, Milch- und Molkereiprodukte auf der „Anuga Dairy“ und Bio-Produkte in den „Organic“-Hallen. Neu war in diesem Jahr die „Anuga Hot Beverages“, die mehr als 160 Kaffee- und Teeaussteller anlockte.

Die Weltspiele der Ernährungsindustrie

Obwohl es einen großen Trend zur Regionalküche gibt, wurden in Köln die „Weltspiele der Ernährungsindustrie abgehalten“ – so zumindest formulierte es Gerald Böse, Vorsitzender der Geschäftsführung der Koelnmesse. Kein Wunder: Mehr als 90 Prozent der Anuga-Aussteller kommen aus dem Ausland, dasselbe gilt für rund 70 Prozent der Besucher.

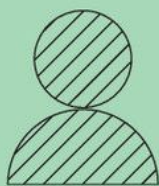
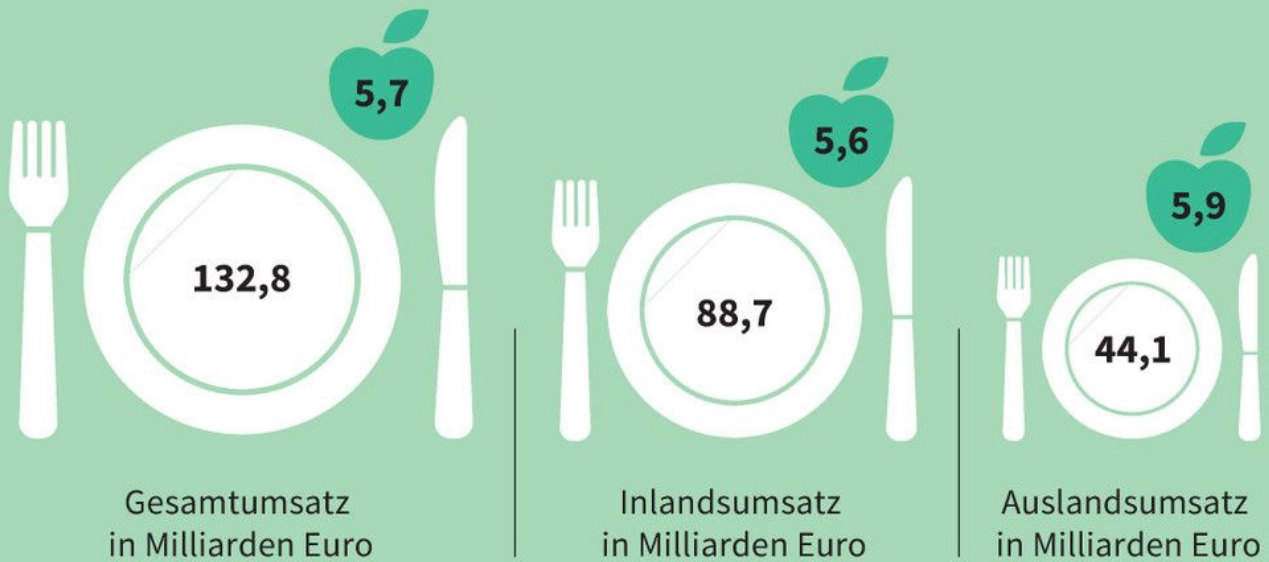
Das Umsatzwachstum in der deutschen Ernährungsindustrie ist vor allem preisbedingt.

Die größten internationalen Ausstellernationen waren in diesem Jahr Italien mit 853 Ausstellern, gefolgt von Spanien, China, der Türkei und Griechenland. Mit 111 Ausstellern präsentierte sich außerdem Indien, das diesjährige Partnerland der Anuga. 716 Unternehmen vertraten in diesem Jahr die deutsche Ernährungsindustrie, die ihren Umsatz in den ersten neun Monaten dieses Jahres noch einmal kräftig gesteigert hat (Grafik): **Zwischen Januar und September 2017 erzielte die deutsche Ernährungsindustrie Erlöse von annähernd 133 Milliarden Euro - das waren fast 6 Prozent mehr als im Vorjahreszeitraum.**

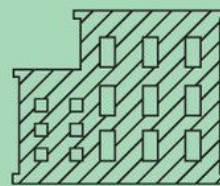
Gegessen wird immer

Ernährungsindustrie in Deutschland

- Januar bis September 2017
- Veränderung gegenüber Vorjahreszeitraum in Prozent




580.030
Beschäftigte



5.940
Betriebe

Umsätze: Prognose
Stand: 11. September 2017
Beschäftigte und Betriebe: Januar bis Dezember 2016

Quelle: Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie
© 2017 IW Medien / iwd

 Institut der deutschen
Wirtschaft Köln

Das Umsatzwachstum ist laut Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie vor allem preisbedingt. Zwar bemühen sich die Lebensmittelhersteller emsig, neue Kreationen zu entwickeln, doch den Verbrauchern schmeckt vieles davon offenbar nicht: **Von den 40.000 neuen Produkten, die die deutschen Lebensmittelhersteller jährlich auf den Markt bringen, sind nach zwei Jahren nur noch rund 13.000 übrig.** Zu den besonders erfolgreichen Neuentwicklungen zählen Nahrungsmittel, die mit einer Extraportion Protein angereichert sind – zum Beispiel Quark und Müsliriegel. Auch Sojaprodukte und vegetarische Lebensmittel verzeichnen hohe Wachstumsraten.

Trendgemüse auch in der Stadt: Blumenkohl

Dass Essen ein hippesthema ist, kann auch der Deutsche Hotel- und Gaststättenverband (Dehoga) bestätigen. Die meisten Gastronomen und Hoteliers dürften sich über die aktuellen Gästezahlen freuen, die den 220.000 Unternehmen im vergangenen Jahr ein Umsatzplus von 2,9 Prozent auf fast 81 Milliarden Euro bescherten. In den deutschen Restaurants – sei es die Hotelküche, das Betriebscasino oder die Mensa – boomt derzeit die regionale Küche. Kaum zu glauben, aber wahr: Der neueste Food-Trend in der Gastronomie ist Blumenkohl – besonders gerne wird das Blütengemüse übrigens in Großstädten geordert.

Kernaussagen in Kürze:

- Die deutsche Ernährungsindustrie setzte zwischen Januar und September 2017 fast 133 Milliarden Euro um.
- Von den 40.000 neuen Produkten, die die deutschen Nahrungsmittelhersteller jedes Jahr auf den Markt bringen, sind nach zwei Jahren nur noch 13.000 übrig.
- Besonders gefragt sind derzeit proteinreiche und vegetarische Nahrungsmittel.