



INTERNORGA 2019

Die vielfältige METRO-Welt erleben

Düsseldorf/Hamburg, 15.03.2019 – Digitale Lösungen, Eigenmarkenprodukte und METRO-Servicewelten – das erwartet die Besucherinnen und Besucher der INTERNORGA 2019 in Hamburg. METRO Deutschland präsentiert sich vom 15. bis 19. März 2019 auf der Fachmesse für Gastronomie und Hotellerie. Fachvorträge zu den Themen Digitalisierung und Nachhaltigkeit in der Gastronomie sowie Live-Kochshows sorgen für ein abwechslungsreiches Programm.

METRO Deutschland und ihre Kooperationspartner haben viel zu bieten – und das zeigen sie auf der INTERNORGA 2019 auch. Der Messestand von METRO steht dabei ganz im Zeichen von vier Bausteinen: Qualität, Service, Nachhaltigkeit und Genuss. Auf rund 480 Quadratmetern können sich Besucher unter anderem über die METRO-Eigenmarken und aktuelle Food-Trends in Kooperation mit Industriepartnern informieren. Zudem erfahren sie alles Wissenswerte rund um den METRO-Lieferservice und die digitalen Service-Lösungen von Hospitality Digital, einer Tochtergesellschaft der METRO AG. „Mit unseren innovativen digitalen Lösungen, unserem einzigartigen Sortiment und unserer Expertise sind wir ein verlässlicher Partner für die Gastronomiebranche. Das spiegelt sich in dem Feedback unserer Kunden sowie auch in unserem Auftritt auf der INTERNORGA 2019“, erklärt Thomas Storck, CEO METRO Deutschland.

Digitalisierung in der Gastronomie

Die innovativen Lösungen von METRO Deutschland und Hospitality Digital sind auf der diesjährigen INTERNORGA ein inhaltlicher Schwerpunkt am Messestand des Großhandelsunternehmens. Dabei besonders im Fokus: DISH, die Online-Plattform für Gastronomen. Dort erwartet die Nutzer eine Reihe von digitalen Lösungen, die speziell für die Hotellerie- und Gastronomiebranche entwickelt wurden. Hierzu zählen die kostenlose Erstellung einer eigenen Gastronomie-Homepage, ein Reservierungstool, kanalübergreifende Kundenbetreuung sowie umfangreiche Personal- und Kundenmanagement-Tools. Die Lösungen von Hospitality Digital und METRO bieten Gastronomen ein Rundum-Sorglos-Paket, mit dem sie die alltäglichen Herausforderungen der Branche ohne großen Aufwand bewältigen. „Ob



professionelle Gastro-Homepage oder effizientes Online-Reservierungstool – gemeinsam mit unseren Partnern stellen wir unseren Profi-Kunden die passenden digitalen Werkzeuge zur Verfügung. Sie helfen den Gastronomen dabei, ihre Umsätze zu steigern, Kosten zu sparen und interne Arbeitsprozesse zu verbessern“, erklärt Christian Krüger, Leiter HoReCa METRO Deutschland. Am Messestand präsentiert METRO außerdem innovative Angebote junger Start-ups: Den WLAN-Hotspot von „Social Wave“, die Buchhaltungs-App „ZEITGOLD“, den Personalassistent „fragPaul“ und das Schichtplanungstool „Planday“.

Das bunte „Genusstheater“

Auf der METRO-Talkbühne und im „Genusstheater“ erleben die Besucher spannende Gesprächsrunden und Live-Kochsessions zu vielfältigen Themen. Ein Highlight: Am Montag, dem 18. März, bereitet METRO-Markenbotschafter Tim Raue mit seinem Team live am Stand ein Rezept zum Thema „Genusstrends“ zu. Die Diskussionsgäste auf der Bühne debattieren mit den Gästen über die interessantesten Trends aus der Gastro-Szene. Zum Trendthema „Nachhaltigkeit in der Gastronomie“ können sich Messebesucher am METRO-Stand zu Reduzierung von Lebensmittelverschwendung und Alternativen für Einwegplastik beraten lassen. Am Nachhaltigkeits-Stand sowie in der „Genussküche“ kann zudem täglich The Beyond Burger® gekostet werden, das amerikanische Trendprodukt auf Basis von Erbsenprotein. Darüber hinaus präsentieren die METRO-Partner Zandbergen sowie Kreyenhop & Kluge ihre Sortimente unter dem Oberthema „Qualität und Genuss“.

Den Geschmack der METRO-Eigenmarken erleben

Auf der INTERNORGA können alle Interessierten auch die Produktneuheiten von METRO direkt vor Ort probieren: Die Mitarbeiter der METRO-Akademie servieren dafür vielfältige Leckereien – zubereitet aus Eigenmarkenprodukten. Im vergangenen Jahr erweiterte METRO das Eigenmarkenangebot und viele neue Produkte wurden in die Sortimentsreihe von METRO Chef, METRO Professional und METRO Premium aufgenommen. Die klare Zuordnung aller Produkte zu Qualitäts- und Preiskategorien garantiert gegenüber den Kunden eine transparente Produktkommunikation. „Wir orientieren uns bei der Auswahl der Produkte für unsere Eigenmarken stets an den Bedürfnissen unserer Kunden. Im Rahmen von Verkostungen beziehen wir ihre Meinungen mit ein und lassen sie an den Entscheidungen direkt teilhaben“, sagt Christian Krüger.



METRO-Servicewelten

Neben Kostproben der Eigenmarkenprodukte, Fachvorträgen und spannenden Experteninterviews gibt METRO auf der INTERNORGA auch Einblick in die METRO-Servicewelten: Die Besucher können sich zum Beispiel über den Lieferservice in Verbindung mit dem METRO Online-Bestellsystem informieren. Damit bestellen Kunden ihre Waren bequem online oder per Telefon und erhalten die Lieferung bereits am nächsten Werktag. Von Frisch- über Tiefkühl-Waren bis hin zu Non Food-Produkten – Gastronomen können aus über 6.000 Gastro-Artikeln mit ständiger Verfügbarkeit wählen. METRO garantiert dabei die Frische und Qualität aller Produkte. Auf der INTERNORGA können die Besucher diesen Service auch direkt testen. Saisonhighlights für das Frühjahr und ausgewählte Non Food-Sortimente lassen sich zudem gleich vor Ort im METRO Online Shop bestellen: von der Außenbestuhlung bis hin zum Sonnenschutz.

*

Die Verwendung des Fotos ist frei bei Nennung der Quelle: METRO Deutschland

Über METRO Deutschland

Die METRO Deutschland GmbH betreibt mit rund 14.000 Mitarbeitern 103 Großmärkte und 11 Belieferungsdepots in Deutschland. Rund vier Millionen Kunden vertrauen auf das Sortiment und die Leistungen des Unternehmens. METRO versteht sich als Partner unabhängiger Unternehmer und setzt mit Großmärkten, Belieferungsservices, vernetztem Kundenmanagement und digitalen Lösungen die Standards von morgen. METRO Deutschland ist Teil von METRO, einem führenden internationalen Großhändler mit Food- und Nonfood-Sortimenten, der auf die Bedürfnisse von Hotels, Restaurants und Caterern (HoReCa) sowie von unabhängigen Händlern spezialisiert ist. Das Unternehmen ist in 35 Ländern aktiv und beschäftigt weltweit mehr als 150.000 Mitarbeiter. Im Geschäftsjahr 2017/18 erwirtschaftete METRO einen Umsatz von 36,5 Mrd. € Mehr Informationen über METRO finden Sie unter www.metroag.de sowie über METRO Deutschland unter www.metro.de.

Kontakt

METRO Deutschland
Unternehmenskommunikation
Schlüterstr. 7a || 40235 Düsseldorf
Telefon +49 (0)211 969–5562
presse@metro-cc.de
www.metro.de

Mit der Online-Plattform DISH (Digital Innovations and Solutions for Hospitality) erweitert METRO sein digitales Serviceangebot für unabhängige Unternehmen. Mehr Infos unter www.dish.co.



INTERNORGA 2019

Die vielfältige METRO-Welt erleben

Düsseldorf/Hamburg, 15.03.2019 – Digitale Lösungen, Eigenmarkenprodukte und METRO-Servicewelten – das erwartet die Besucherinnen und Besucher der INTERNORGA 2019 in Hamburg. METRO Deutschland präsentiert sich vom 15. bis 19. März 2019 auf der Fachmesse für Gastronomie und Hotellerie. Fachvorträge zu den Themen Digitalisierung und Nachhaltigkeit in der Gastronomie sowie Live-Kochshows sorgen für ein abwechslungsreiches Programm.

METRO Deutschland und ihre Kooperationspartner haben viel zu bieten – und das zeigen sie auf der INTERNORGA 2019 auch. Der Messestand von METRO steht dabei ganz im Zeichen von vier Bausteinen: Qualität, Service, Nachhaltigkeit und Genuss. Auf rund 480 Quadratmetern können sich Besucher unter anderem über die METRO-Eigenmarken und aktuelle Food-Trends in Kooperation mit Industriepartnern informieren. Zudem erfahren sie alles Wissenswerte rund um den METRO-Lieferservice und die digitalen Service-Lösungen von Hospitality Digital, einer Tochtergesellschaft der METRO AG. „Mit unseren innovativen digitalen Lösungen, unserem einzigartigen Sortiment und unserer Expertise sind wir ein verlässlicher Partner für die Gastronomiebranche. Das spiegelt sich in dem Feedback unserer Kunden sowie auch in unserem Auftritt auf der INTERNORGA 2019“, erklärt Thomas Storck, CEO METRO Deutschland.

Digitalisierung in der Gastronomie

Die innovativen Lösungen von METRO Deutschland und Hospitality Digital sind auf der diesjährigen INTERNORGA ein inhaltlicher Schwerpunkt am Messestand des Großhandelsunternehmens. Dabei besonders im Fokus: DISH, die Online-Plattform für Gastronomen. Dort erwartet die Nutzer eine Reihe von digitalen Lösungen, die speziell für die Hotellerie- und Gastronomiebranche entwickelt wurden. Hierzu zählen die kostenlose Erstellung einer eigenen Gastronomie-Homepage, ein Reservierungstool, kanalübergreifende Kundenbetreuung sowie umfangreiche Personal- und Kundenmanagement-Tools. Die Lösungen von Hospitality Digital und METRO bieten Gastronomen ein Rundum-Sorglos-Paket, mit dem sie die alltäglichen Herausforderungen der Branche ohne großen Aufwand bewältigen. „Ob



professionelle Gastro-Homepage oder effizientes Online-Reservierungstool – gemeinsam mit unseren Partnern stellen wir unseren Profi-Kunden die passenden digitalen Werkzeuge zur Verfügung. Sie helfen den Gastronomen dabei, ihre Umsätze zu steigern, Kosten zu sparen und interne Arbeitsprozesse zu verbessern“, erklärt Christian Krüger, Leiter HoReCa METRO Deutschland. Am Messestand präsentiert METRO außerdem innovative Angebote junger Start-ups: Den WLAN-Hotspot von „Social Wave“, die Buchhaltungs-App „ZEITGOLD“, den Personalassistent „fragPaul“ und das Schichtplanungstool „Planday“.

Das bunte „Genusstheater“

Auf der METRO-Talkbühne und im „Genusstheater“ erleben die Besucher spannende Gesprächsrunden und Live-Kochsessions zu vielfältigen Themen. Ein Highlight: Am Montag, dem 18. März, bereitet METRO-Markenbotschafter Tim Raue mit seinem Team live am Stand ein Rezept zum Thema „Genusstrends“ zu. Die Diskussionsgäste auf der Bühne debattieren mit den Gästen über die interessantesten Trends aus der Gastro-Szene. Zum Trendthema „Nachhaltigkeit in der Gastronomie“ können sich Messebesucher am METRO-Stand zu Reduzierung von Lebensmittelverschwendung und Alternativen für Einwegplastik beraten lassen. Am Nachhaltigkeits-Stand sowie in der „Genussküche“ kann zudem täglich The Beyond Burger® gekostet werden, das amerikanische Trendprodukt auf Basis von Erbsenprotein. Darüber hinaus präsentieren die METRO-Partner Zandbergen sowie Kreyenhop & Kluge ihre Sortimente unter dem Oberthema „Qualität und Genuss“.

Den Geschmack der METRO-Eigenmarken erleben

Auf der INTERNORGA können alle Interessierten auch die Produktneuheiten von METRO direkt vor Ort probieren: Die Mitarbeiter der METRO-Akademie servieren dafür vielfältige Leckereien – zubereitet aus Eigenmarkenprodukten. Im vergangenen Jahr erweiterte METRO das Eigenmarkenangebot und viele neue Produkte wurden in die Sortimentsreihe von METRO Chef, METRO Professional und METRO Premium aufgenommen. Die klare Zuordnung aller Produkte zu Qualitäts- und Preiskategorien garantiert gegenüber den Kunden eine transparente Produktkommunikation. „Wir orientieren uns bei der Auswahl der Produkte für unsere Eigenmarken stets an den Bedürfnissen unserer Kunden. Im Rahmen von Verkostungen beziehen wir ihre Meinungen mit ein und lassen sie an den Entscheidungen direkt teilhaben“, sagt Christian Krüger.



METRO-Servicewelten

Neben Kostproben der Eigenmarkenprodukte, Fachvorträgen und spannenden Experteninterviews gibt METRO auf der INTERNORGA auch Einblick in die METRO-Servicewelten: Die Besucher können sich zum Beispiel über den Lieferservice in Verbindung mit dem METRO Online-Bestellsystem informieren. Damit bestellen Kunden ihre Waren bequem online oder per Telefon und erhalten die Lieferung bereits am nächsten Werktag. Von Frisch- über Tiefkühl-Waren bis hin zu Non Food-Produkten – Gastronomen können aus über 6.000 Gastro-Artikeln mit ständiger Verfügbarkeit wählen. METRO garantiert dabei die Frische und Qualität aller Produkte. Auf der INTERNORGA können die Besucher diesen Service auch direkt testen. Saisonhighlights für das Frühjahr und ausgewählte Non Food-Sortimente lassen sich zudem gleich vor Ort im METRO Online Shop bestellen: von der Außenbestuhlung bis hin zum Sonnenschutz.

*

Die Verwendung des Fotos ist frei bei Nennung der Quelle: METRO Deutschland

Über METRO Deutschland

Die METRO Deutschland GmbH betreibt mit rund 14.000 Mitarbeitern 103 Großmärkte und 11 Belieferungsdepots in Deutschland. Rund vier Millionen Kunden vertrauen auf das Sortiment und die Leistungen des Unternehmens. METRO versteht sich als Partner unabhängiger Unternehmer und setzt mit Großmärkten, Belieferungsservices, vernetztem Kundenmanagement und digitalen Lösungen die Standards von morgen. METRO Deutschland ist Teil von METRO, einem führenden internationalen Großhändler mit Food- und Nonfood-Sortimenten, der auf die Bedürfnisse von Hotels, Restaurants und Caterern (HoReCa) sowie von unabhängigen Händlern spezialisiert ist. Das Unternehmen ist in 35 Ländern aktiv und beschäftigt weltweit mehr als 150.000 Mitarbeiter. Im Geschäftsjahr 2017/18 erwirtschaftete METRO einen Umsatz von 36,5 Mrd. € Mehr Informationen über METRO finden Sie unter www.metroag.de sowie über METRO Deutschland unter www.metro.de.

Kontakt

METRO Deutschland
Unternehmenskommunikation
Schlüterstr. 7a || 40235 Düsseldorf
Telefon +49 (0)211 969–5562
presse@metro-cc.de
www.metro.de

Mit der Online-Plattform DISH (Digital Innovations and Solutions for Hospitality) erweitert METRO sein digitales Serviceangebot für unabhängige Unternehmen. Mehr Infos unter www.dish.co.



INTERNORGA 2019

Die vielfältige METRO-Welt erleben

Düsseldorf/Hamburg, 15.03.2019 – Digitale Lösungen, Eigenmarkenprodukte und METRO-Servicewelten – das erwartet die Besucherinnen und Besucher der INTERNORGA 2019 in Hamburg. METRO Deutschland präsentiert sich vom 15. bis 19. März 2019 auf der Fachmesse für Gastronomie und Hotellerie. Fachvorträge zu den Themen Digitalisierung und Nachhaltigkeit in der Gastronomie sowie Live-Kochshows sorgen für ein abwechslungsreiches Programm.

METRO Deutschland und ihre Kooperationspartner haben viel zu bieten – und das zeigen sie auf der INTERNORGA 2019 auch. Der Messestand von METRO steht dabei ganz im Zeichen von vier Bausteinen: Qualität, Service, Nachhaltigkeit und Genuss. Auf rund 480 Quadratmetern können sich Besucher unter anderem über die METRO-Eigenmarken und aktuelle Food-Trends in Kooperation mit Industriepartnern informieren. Zudem erfahren sie alles Wissenswerte rund um den METRO-Lieferservice und die digitalen Service-Lösungen von Hospitality Digital, einer Tochtergesellschaft der METRO AG. „Mit unseren innovativen digitalen Lösungen, unserem einzigartigen Sortiment und unserer Expertise sind wir ein verlässlicher Partner für die Gastronomiebranche. Das spiegelt sich in dem Feedback unserer Kunden sowie auch in unserem Auftritt auf der INTERNORGA 2019“, erklärt Thomas Storck, CEO METRO Deutschland.

Digitalisierung in der Gastronomie

Die innovativen Lösungen von METRO Deutschland und Hospitality Digital sind auf der diesjährigen INTERNORGA ein inhaltlicher Schwerpunkt am Messestand des Großhandelsunternehmens. Dabei besonders im Fokus: DISH, die Online-Plattform für Gastronomen. Dort erwartet die Nutzer eine Reihe von digitalen Lösungen, die speziell für die Hotellerie- und Gastronomiebranche entwickelt wurden. Hierzu zählen die kostenlose Erstellung einer eigenen Gastronomie-Homepage, ein Reservierungstool, kanalübergreifende Kundenbetreuung sowie umfangreiche Personal- und Kundenmanagement-Tools. Die Lösungen von Hospitality Digital und METRO bieten Gastronomen ein Rundum-Sorglos-Paket, mit dem sie die alltäglichen Herausforderungen der Branche ohne großen Aufwand bewältigen. „Ob



professionelle Gastro-Homepage oder effizientes Online-Reservierungstool – gemeinsam mit unseren Partnern stellen wir unseren Profi-Kunden die passenden digitalen Werkzeuge zur Verfügung. Sie helfen den Gastronomen dabei, ihre Umsätze zu steigern, Kosten zu sparen und interne Arbeitsprozesse zu verbessern“, erklärt Christian Krüger, Leiter HoReCa METRO Deutschland. Am Messestand präsentiert METRO außerdem innovative Angebote junger Start-ups: Den WLAN-Hotspot von „Social Wave“, die Buchhaltungs-App „ZEITGOLD“, den Personalassistent „fragPaul“ und das Schichtplanungstool „Planday“.

Das bunte „Genusstheater“

Auf der METRO-Talkbühne und im „Genusstheater“ erleben die Besucher spannende Gesprächsrunden und Live-Kochsessions zu vielfältigen Themen. Ein Highlight: Am Montag, dem 18. März, bereitet METRO-Markenbotschafter Tim Raue mit seinem Team live am Stand ein Rezept zum Thema „Genusstrends“ zu. Die Diskussionsgäste auf der Bühne debattieren mit den Gästen über die interessantesten Trends aus der Gastro-Szene. Zum Trendthema „Nachhaltigkeit in der Gastronomie“ können sich Messebesucher am METRO-Stand zu Reduzierung von Lebensmittelverschwendung und Alternativen für Einwegplastik beraten lassen. Am Nachhaltigkeits-Stand sowie in der „Genussküche“ kann zudem täglich The Beyond Burger® gekostet werden, das amerikanische Trendprodukt auf Basis von Erbsenprotein. Darüber hinaus präsentieren die METRO-Partner Zandbergen sowie Kreyenhop & Kluge ihre Sortimente unter dem Oberthema „Qualität und Genuss“.

Den Geschmack der METRO-Eigenmarken erleben

Auf der INTERNORGA können alle Interessierten auch die Produktneuheiten von METRO direkt vor Ort probieren: Die Mitarbeiter der METRO-Akademie servieren dafür vielfältige Leckereien – zubereitet aus Eigenmarkenprodukten. Im vergangenen Jahr erweiterte METRO das Eigenmarkenangebot und viele neue Produkte wurden in die Sortimentsreihe von METRO Chef, METRO Professional und METRO Premium aufgenommen. Die klare Zuordnung aller Produkte zu Qualitäts- und Preiskategorien garantiert gegenüber den Kunden eine transparente Produktkommunikation. „Wir orientieren uns bei der Auswahl der Produkte für unsere Eigenmarken stets an den Bedürfnissen unserer Kunden. Im Rahmen von Verkostungen beziehen wir ihre Meinungen mit ein und lassen sie an den Entscheidungen direkt teilhaben“, sagt Christian Krüger.



METRO-Servicewelten

Neben Kostproben der Eigenmarkenprodukte, Fachvorträgen und spannenden Experteninterviews gibt METRO auf der INTERNORGA auch Einblick in die METRO-Servicewelten: Die Besucher können sich zum Beispiel über den Lieferservice in Verbindung mit dem METRO Online-Bestellsystem informieren. Damit bestellen Kunden ihre Waren bequem online oder per Telefon und erhalten die Lieferung bereits am nächsten Werktag. Von Frisch- über Tiefkühl-Waren bis hin zu Non Food-Produkten – Gastronomen können aus über 6.000 Gastro-Artikeln mit ständiger Verfügbarkeit wählen. METRO garantiert dabei die Frische und Qualität aller Produkte. Auf der INTERNORGA können die Besucher diesen Service auch direkt testen. Saisonhighlights für das Frühjahr und ausgewählte Non Food-Sortimente lassen sich zudem gleich vor Ort im METRO Online Shop bestellen: von der Außenbestuhlung bis hin zum Sonnenschutz.

*

Die Verwendung des Fotos ist frei bei Nennung der Quelle: METRO Deutschland

Über METRO Deutschland

Die METRO Deutschland GmbH betreibt mit rund 14.000 Mitarbeitern 103 Großmärkte und 11 Belieferungsdepots in Deutschland. Rund vier Millionen Kunden vertrauen auf das Sortiment und die Leistungen des Unternehmens. METRO versteht sich als Partner unabhängiger Unternehmer und setzt mit Großmärkten, Belieferungsservices, vernetztem Kundenmanagement und digitalen Lösungen die Standards von morgen. METRO Deutschland ist Teil von METRO, einem führenden internationalen Großhändler mit Food- und Nonfood-Sortimenten, der auf die Bedürfnisse von Hotels, Restaurants und Caterern (HoReCa) sowie von unabhängigen Händlern spezialisiert ist. Das Unternehmen ist in 35 Ländern aktiv und beschäftigt weltweit mehr als 150.000 Mitarbeiter. Im Geschäftsjahr 2017/18 erwirtschaftete METRO einen Umsatz von 36,5 Mrd. € Mehr Informationen über METRO finden Sie unter www.metroag.de sowie über METRO Deutschland unter www.metro.de.

Kontakt

METRO Deutschland
Unternehmenskommunikation
Schlüterstr. 7a || 40235 Düsseldorf
Telefon +49 (0)211 969–5562
presse@metro-cc.de
www.metro.de

Mit der Online-Plattform DISH (Digital Innovations and Solutions for Hospitality) erweitert METRO sein digitales Serviceangebot für unabhängige Unternehmen. Mehr Infos unter www.dish.co.



INTERNORGA 2019

Die vielfältige METRO-Welt erleben

Düsseldorf/Hamburg, 15.03.2019 – Digitale Lösungen, Eigenmarkenprodukte und METRO-Servicewelten – das erwartet die Besucherinnen und Besucher der INTERNORGA 2019 in Hamburg. METRO Deutschland präsentiert sich vom 15. bis 19. März 2019 auf der Fachmesse für Gastronomie und Hotellerie. Fachvorträge zu den Themen Digitalisierung und Nachhaltigkeit in der Gastronomie sowie Live-Kochshows sorgen für ein abwechslungsreiches Programm.

METRO Deutschland und ihre Kooperationspartner haben viel zu bieten – und das zeigen sie auf der INTERNORGA 2019 auch. Der Messestand von METRO steht dabei ganz im Zeichen von vier Bausteinen: Qualität, Service, Nachhaltigkeit und Genuss. Auf rund 480 Quadratmetern können sich Besucher unter anderem über die METRO-Eigenmarken und aktuelle Food-Trends in Kooperation mit Industriepartnern informieren. Zudem erfahren sie alles Wissenswerte rund um den METRO-Lieferservice und die digitalen Service-Lösungen von Hospitality Digital, einer Tochtergesellschaft der METRO AG. „Mit unseren innovativen digitalen Lösungen, unserem einzigartigen Sortiment und unserer Expertise sind wir ein verlässlicher Partner für die Gastronomiebranche. Das spiegelt sich in dem Feedback unserer Kunden sowie auch in unserem Auftritt auf der INTERNORGA 2019“, erklärt Thomas Storck, CEO METRO Deutschland.

Digitalisierung in der Gastronomie

Die innovativen Lösungen von METRO Deutschland und Hospitality Digital sind auf der diesjährigen INTERNORGA ein inhaltlicher Schwerpunkt am Messestand des Großhandelsunternehmens. Dabei besonders im Fokus: DISH, die Online-Plattform für Gastronomen. Dort erwartet die Nutzer eine Reihe von digitalen Lösungen, die speziell für die Hotellerie- und Gastronomiebranche entwickelt wurden. Hierzu zählen die kostenlose Erstellung einer eigenen Gastronomie-Homepage, ein Reservierungstool, kanalübergreifende Kundenbetreuung sowie umfangreiche Personal- und Kundenmanagement-Tools. Die Lösungen von Hospitality Digital und METRO bieten Gastronomen ein Rundum-Sorglos-Paket, mit dem sie die alltäglichen Herausforderungen der Branche ohne großen Aufwand bewältigen. „Ob



professionelle Gastro-Homepage oder effizientes Online-Reservierungstool – gemeinsam mit unseren Partnern stellen wir unseren Profi-Kunden die passenden digitalen Werkzeuge zur Verfügung. Sie helfen den Gastronomen dabei, ihre Umsätze zu steigern, Kosten zu sparen und interne Arbeitsprozesse zu verbessern“, erklärt Christian Krüger, Leiter HoReCa METRO Deutschland. Am Messestand präsentiert METRO außerdem innovative Angebote junger Start-ups: Den WLAN-Hotspot von „Social Wave“, die Buchhaltungs-App „ZEITGOLD“, den Personalassistent „fragPaul“ und das Schichtplanungstool „Planday“.

Das bunte „Genusstheater“

Auf der METRO-Talkbühne und im „Genusstheater“ erleben die Besucher spannende Gesprächsrunden und Live-Kochsessions zu vielfältigen Themen. Ein Highlight: Am Montag, dem 18. März, bereitet METRO-Markenbotschafter Tim Raue mit seinem Team live am Stand ein Rezept zum Thema „Genusstrends“ zu. Die Diskussionsgäste auf der Bühne debattieren mit den Gästen über die interessantesten Trends aus der Gastro-Szene. Zum Trendthema „Nachhaltigkeit in der Gastronomie“ können sich Messebesucher am METRO-Stand zu Reduzierung von Lebensmittelverschwendung und Alternativen für Einwegplastik beraten lassen. Am Nachhaltigkeits-Stand sowie in der „Genussküche“ kann zudem täglich The Beyond Burger® gekostet werden, das amerikanische Trendprodukt auf Basis von Erbsenprotein. Darüber hinaus präsentieren die METRO-Partner Zandbergen sowie Kreyenhop & Kluge ihre Sortimente unter dem Oberthema „Qualität und Genuss“.

Den Geschmack der METRO-Eigenmarken erleben

Auf der INTERNORGA können alle Interessierten auch die Produktneuheiten von METRO direkt vor Ort probieren: Die Mitarbeiter der METRO-Akademie servieren dafür vielfältige Leckereien – zubereitet aus Eigenmarkenprodukten. Im vergangenen Jahr erweiterte METRO das Eigenmarkenangebot und viele neue Produkte wurden in die Sortimentsreihe von METRO Chef, METRO Professional und METRO Premium aufgenommen. Die klare Zuordnung aller Produkte zu Qualitäts- und Preiskategorien garantiert gegenüber den Kunden eine transparente Produktkommunikation. „Wir orientieren uns bei der Auswahl der Produkte für unsere Eigenmarken stets an den Bedürfnissen unserer Kunden. Im Rahmen von Verkostungen beziehen wir ihre Meinungen mit ein und lassen sie an den Entscheidungen direkt teilhaben“, sagt Christian Krüger.



METRO-Servicewelten

Neben Kostproben der Eigenmarkenprodukte, Fachvorträgen und spannenden Experteninterviews gibt METRO auf der INTERNORGA auch Einblick in die METRO-Servicewelten: Die Besucher können sich zum Beispiel über den Lieferservice in Verbindung mit dem METRO Online-Bestellsystem informieren. Damit bestellen Kunden ihre Waren bequem online oder per Telefon und erhalten die Lieferung bereits am nächsten Werktag. Von Frisch- über Tiefkühl-Waren bis hin zu Non Food-Produkten – Gastronomen können aus über 6.000 Gastro-Artikeln mit ständiger Verfügbarkeit wählen. METRO garantiert dabei die Frische und Qualität aller Produkte. Auf der INTERNORGA können die Besucher diesen Service auch direkt testen. Saisonhighlights für das Frühjahr und ausgewählte Non Food-Sortimente lassen sich zudem gleich vor Ort im METRO Online Shop bestellen: von der Außenbestuhlung bis hin zum Sonnenschutz.

*

Die Verwendung des Fotos ist frei bei Nennung der Quelle: METRO Deutschland

Über METRO Deutschland

Die METRO Deutschland GmbH betreibt mit rund 14.000 Mitarbeitern 103 Großmärkte und 11 Belieferungsdepots in Deutschland. Rund vier Millionen Kunden vertrauen auf das Sortiment und die Leistungen des Unternehmens. METRO versteht sich als Partner unabhängiger Unternehmer und setzt mit Großmärkten, Belieferungsservices, vernetztem Kundenmanagement und digitalen Lösungen die Standards von morgen. METRO Deutschland ist Teil von METRO, einem führenden internationalen Großhändler mit Food- und Nonfood-Sortimenten, der auf die Bedürfnisse von Hotels, Restaurants und Caterern (HoReCa) sowie von unabhängigen Händlern spezialisiert ist. Das Unternehmen ist in 35 Ländern aktiv und beschäftigt weltweit mehr als 150.000 Mitarbeiter. Im Geschäftsjahr 2017/18 erwirtschaftete METRO einen Umsatz von 36,5 Mrd. € Mehr Informationen über METRO finden Sie unter www.metroag.de sowie über METRO Deutschland unter www.metro.de.

Kontakt

METRO Deutschland
Unternehmenskommunikation
Schlüterstr. 7a || 40235 Düsseldorf
Telefon +49 (0)211 969–5562
presse@metro-cc.de
www.metro.de

Mit der Online-Plattform DISH (Digital Innovations and Solutions for Hospitality) erweitert METRO sein digitales Serviceangebot für unabhängige Unternehmen. Mehr Infos unter www.dish.co.



INTERNORGA 2019

Die vielfältige METRO-Welt erleben

Düsseldorf/Hamburg, 15.03.2019 – Digitale Lösungen, Eigenmarkenprodukte und METRO-Servicewelten – das erwartet die Besucherinnen und Besucher der INTERNORGA 2019 in Hamburg. METRO Deutschland präsentiert sich vom 15. bis 19. März 2019 auf der Fachmesse für Gastronomie und Hotellerie. Fachvorträge zu den Themen Digitalisierung und Nachhaltigkeit in der Gastronomie sowie Live-Kochshows sorgen für ein abwechslungsreiches Programm.

METRO Deutschland und ihre Kooperationspartner haben viel zu bieten – und das zeigen sie auf der INTERNORGA 2019 auch. Der Messestand von METRO steht dabei ganz im Zeichen von vier Bausteinen: Qualität, Service, Nachhaltigkeit und Genuss. Auf rund 480 Quadratmetern können sich Besucher unter anderem über die METRO-Eigenmarken und aktuelle Food-Trends in Kooperation mit Industriepartnern informieren. Zudem erfahren sie alles Wissenswerte rund um den METRO-Lieferservice und die digitalen Service-Lösungen von Hospitality Digital, einer Tochtergesellschaft der METRO AG. „Mit unseren innovativen digitalen Lösungen, unserem einzigartigen Sortiment und unserer Expertise sind wir ein verlässlicher Partner für die Gastronomiebranche. Das spiegelt sich in dem Feedback unserer Kunden sowie auch in unserem Auftritt auf der INTERNORGA 2019“, erklärt Thomas Storck, CEO METRO Deutschland.

Digitalisierung in der Gastronomie

Die innovativen Lösungen von METRO Deutschland und Hospitality Digital sind auf der diesjährigen INTERNORGA ein inhaltlicher Schwerpunkt am Messestand des Großhandelsunternehmens. Dabei besonders im Fokus: DISH, die Online-Plattform für Gastronomen. Dort erwartet die Nutzer eine Reihe von digitalen Lösungen, die speziell für die Hotellerie- und Gastronomiebranche entwickelt wurden. Hierzu zählen die kostenlose Erstellung einer eigenen Gastronomie-Homepage, ein Reservierungstool, kanalübergreifende Kundenbetreuung sowie umfangreiche Personal- und Kundenmanagement-Tools. Die Lösungen von Hospitality Digital und METRO bieten Gastronomen ein Rundum-Sorglos-Paket, mit dem sie die alltäglichen Herausforderungen der Branche ohne großen Aufwand bewältigen. „Ob



professionelle Gastro-Homepage oder effizientes Online-Reservierungstool – gemeinsam mit unseren Partnern stellen wir unseren Profi-Kunden die passenden digitalen Werkzeuge zur Verfügung. Sie helfen den Gastronomen dabei, ihre Umsätze zu steigern, Kosten zu sparen und interne Arbeitsprozesse zu verbessern“, erklärt Christian Krüger, Leiter HoReCa METRO Deutschland. Am Messestand präsentiert METRO außerdem innovative Angebote junger Start-ups: Den WLAN-Hotspot von „Social Wave“, die Buchhaltungs-App „ZEITGOLD“, den Personalassistent „fragPaul“ und das Schichtplanungstool „Planday“.

Das bunte „Genusstheater“

Auf der METRO-Talkbühne und im „Genusstheater“ erleben die Besucher spannende Gesprächsrunden und Live-Kochsessions zu vielfältigen Themen. Ein Highlight: Am Montag, dem 18. März, bereitet METRO-Markenbotschafter Tim Raue mit seinem Team live am Stand ein Rezept zum Thema „Genusstrends“ zu. Die Diskussionsgäste auf der Bühne debattieren mit den Gästen über die interessantesten Trends aus der Gastro-Szene. Zum Trendthema „Nachhaltigkeit in der Gastronomie“ können sich Messebesucher am METRO-Stand zu Reduzierung von Lebensmittelverschwendung und Alternativen für Einwegplastik beraten lassen. Am Nachhaltigkeits-Stand sowie in der „Genussküche“ kann zudem täglich The Beyond Burger® gekostet werden, das amerikanische Trendprodukt auf Basis von Erbsenprotein. Darüber hinaus präsentieren die METRO-Partner Zandbergen sowie Kreyenhop & Kluge ihre Sortimente unter dem Oberthema „Qualität und Genuss“.

Den Geschmack der METRO-Eigenmarken erleben

Auf der INTERNORGA können alle Interessierten auch die Produktneuheiten von METRO direkt vor Ort probieren: Die Mitarbeiter der METRO-Akademie servieren dafür vielfältige Leckereien – zubereitet aus Eigenmarkenprodukten. Im vergangenen Jahr erweiterte METRO das Eigenmarkenangebot und viele neue Produkte wurden in die Sortimentsreihe von METRO Chef, METRO Professional und METRO Premium aufgenommen. Die klare Zuordnung aller Produkte zu Qualitäts- und Preiskategorien garantiert gegenüber den Kunden eine transparente Produktkommunikation. „Wir orientieren uns bei der Auswahl der Produkte für unsere Eigenmarken stets an den Bedürfnissen unserer Kunden. Im Rahmen von Verkostungen beziehen wir ihre Meinungen mit ein und lassen sie an den Entscheidungen direkt teilhaben“, sagt Christian Krüger.



METRO-Servicewelten

Neben Kostproben der Eigenmarkenprodukte, Fachvorträgen und spannenden Experteninterviews gibt METRO auf der INTERNORGA auch Einblick in die METRO-Servicewelten: Die Besucher können sich zum Beispiel über den Lieferservice in Verbindung mit dem METRO Online-Bestellsystem informieren. Damit bestellen Kunden ihre Waren bequem online oder per Telefon und erhalten die Lieferung bereits am nächsten Werktag. Von Frisch- über Tiefkühl-Waren bis hin zu Non Food-Produkten – Gastronomen können aus über 6.000 Gastro-Artikeln mit ständiger Verfügbarkeit wählen. METRO garantiert dabei die Frische und Qualität aller Produkte. Auf der INTERNORGA können die Besucher diesen Service auch direkt testen. Saisonhighlights für das Frühjahr und ausgewählte Non Food-Sortimente lassen sich zudem gleich vor Ort im METRO Online Shop bestellen: von der Außenbestuhlung bis hin zum Sonnenschutz.

*

Die Verwendung des Fotos ist frei bei Nennung der Quelle: METRO Deutschland

Über METRO Deutschland

Die METRO Deutschland GmbH betreibt mit rund 14.000 Mitarbeitern 103 Großmärkte und 11 Belieferungsdepots in Deutschland. Rund vier Millionen Kunden vertrauen auf das Sortiment und die Leistungen des Unternehmens. METRO versteht sich als Partner unabhängiger Unternehmer und setzt mit Großmärkten, Belieferungsservices, vernetztem Kundenmanagement und digitalen Lösungen die Standards von morgen. METRO Deutschland ist Teil von METRO, einem führenden internationalen Großhändler mit Food- und Nonfood-Sortimenten, der auf die Bedürfnisse von Hotels, Restaurants und Caterern (HoReCa) sowie von unabhängigen Händlern spezialisiert ist. Das Unternehmen ist in 35 Ländern aktiv und beschäftigt weltweit mehr als 150.000 Mitarbeiter. Im Geschäftsjahr 2017/18 erwirtschaftete METRO einen Umsatz von 36,5 Mrd. € Mehr Informationen über METRO finden Sie unter www.metroag.de sowie über METRO Deutschland unter www.metro.de.

Kontakt

METRO Deutschland
Unternehmenskommunikation
Schlüterstr. 7a || 40235 Düsseldorf
Telefon +49 (0)211 969–5562
presse@metro-cc.de
www.metro.de

Mit der Online-Plattform DISH (Digital Innovations and Solutions for Hospitality) erweitert METRO sein digitales Serviceangebot für unabhängige Unternehmen. Mehr Infos unter www.dish.co.



INTERNORGA 2019

Die vielfältige METRO-Welt erleben

Düsseldorf/Hamburg, 15.03.2019 – Digitale Lösungen, Eigenmarkenprodukte und METRO-Servicewelten – das erwartet die Besucherinnen und Besucher der INTERNORGA 2019 in Hamburg. METRO Deutschland präsentiert sich vom 15. bis 19. März 2019 auf der Fachmesse für Gastronomie und Hotellerie. Fachvorträge zu den Themen Digitalisierung und Nachhaltigkeit in der Gastronomie sowie Live-Kochshows sorgen für ein abwechslungsreiches Programm.

METRO Deutschland und ihre Kooperationspartner haben viel zu bieten – und das zeigen sie auf der INTERNORGA 2019 auch. Der Messestand von METRO steht dabei ganz im Zeichen von vier Bausteinen: Qualität, Service, Nachhaltigkeit und Genuss. Auf rund 480 Quadratmetern können sich Besucher unter anderem über die METRO-Eigenmarken und aktuelle Food-Trends in Kooperation mit Industriepartnern informieren. Zudem erfahren sie alles Wissenswerte rund um den METRO-Lieferservice und die digitalen Service-Lösungen von Hospitality Digital, einer Tochtergesellschaft der METRO AG. „Mit unseren innovativen digitalen Lösungen, unserem einzigartigen Sortiment und unserer Expertise sind wir ein verlässlicher Partner für die Gastronomiebranche. Das spiegelt sich in dem Feedback unserer Kunden sowie auch in unserem Auftritt auf der INTERNORGA 2019“, erklärt Thomas Storck, CEO METRO Deutschland.

Digitalisierung in der Gastronomie

Die innovativen Lösungen von METRO Deutschland und Hospitality Digital sind auf der diesjährigen INTERNORGA ein inhaltlicher Schwerpunkt am Messestand des Großhandelsunternehmens. Dabei besonders im Fokus: DISH, die Online-Plattform für Gastronomen. Dort erwartet die Nutzer eine Reihe von digitalen Lösungen, die speziell für die Hotellerie- und Gastronomiebranche entwickelt wurden. Hierzu zählen die kostenlose Erstellung einer eigenen Gastronomie-Homepage, ein Reservierungstool, kanalübergreifende Kundenbetreuung sowie umfangreiche Personal- und Kundenmanagement-Tools. Die Lösungen von Hospitality Digital und METRO bieten Gastronomen ein Rundum-Sorglos-Paket, mit dem sie die alltäglichen Herausforderungen der Branche ohne großen Aufwand bewältigen. „Ob



professionelle Gastro-Homepage oder effizientes Online-Reservierungstool – gemeinsam mit unseren Partnern stellen wir unseren Profi-Kunden die passenden digitalen Werkzeuge zur Verfügung. Sie helfen den Gastronomen dabei, ihre Umsätze zu steigern, Kosten zu sparen und interne Arbeitsprozesse zu verbessern“, erklärt Christian Krüger, Leiter HoReCa METRO Deutschland. Am Messestand präsentiert METRO außerdem innovative Angebote junger Start-ups: Den WLAN-Hotspot von „Social Wave“, die Buchhaltungs-App „ZEITGOLD“, den Personalassistent „fragPaul“ und das Schichtplanungstool „Planday“.

Das bunte „Genusstheater“

Auf der METRO-Talkbühne und im „Genusstheater“ erleben die Besucher spannende Gesprächsrunden und Live-Kochsessions zu vielfältigen Themen. Ein Highlight: Am Montag, dem 18. März, bereitet METRO-Markenbotschafter Tim Raue mit seinem Team live am Stand ein Rezept zum Thema „Genusstrends“ zu. Die Diskussionsgäste auf der Bühne debattieren mit den Gästen über die interessantesten Trends aus der Gastro-Szene. Zum Trendthema „Nachhaltigkeit in der Gastronomie“ können sich Messebesucher am METRO-Stand zu Reduzierung von Lebensmittelverschwendung und Alternativen für Einwegplastik beraten lassen. Am Nachhaltigkeits-Stand sowie in der „Genussküche“ kann zudem täglich The Beyond Burger® gekostet werden, das amerikanische Trendprodukt auf Basis von Erbsenprotein. Darüber hinaus präsentieren die METRO-Partner Zandbergen sowie Kreyenhop & Kluge ihre Sortimente unter dem Oberthema „Qualität und Genuss“.

Den Geschmack der METRO-Eigenmarken erleben

Auf der INTERNORGA können alle Interessierten auch die Produktneuheiten von METRO direkt vor Ort probieren: Die Mitarbeiter der METRO-Akademie servieren dafür vielfältige Leckereien – zubereitet aus Eigenmarkenprodukten. Im vergangenen Jahr erweiterte METRO das Eigenmarkenangebot und viele neue Produkte wurden in die Sortimentsreihe von METRO Chef, METRO Professional und METRO Premium aufgenommen. Die klare Zuordnung aller Produkte zu Qualitäts- und Preiskategorien garantiert gegenüber den Kunden eine transparente Produktkommunikation. „Wir orientieren uns bei der Auswahl der Produkte für unsere Eigenmarken stets an den Bedürfnissen unserer Kunden. Im Rahmen von Verkostungen beziehen wir ihre Meinungen mit ein und lassen sie an den Entscheidungen direkt teilhaben“, sagt Christian Krüger.



METRO-Servicewelten

Neben Kostproben der Eigenmarkenprodukte, Fachvorträgen und spannenden Experteninterviews gibt METRO auf der INTERNORGA auch Einblick in die METRO-Servicewelten: Die Besucher können sich zum Beispiel über den Lieferservice in Verbindung mit dem METRO Online-Bestellsystem informieren. Damit bestellen Kunden ihre Waren bequem online oder per Telefon und erhalten die Lieferung bereits am nächsten Werktag. Von Frisch- über Tiefkühl-Waren bis hin zu Non Food-Produkten – Gastronomen können aus über 6.000 Gastro-Artikeln mit ständiger Verfügbarkeit wählen. METRO garantiert dabei die Frische und Qualität aller Produkte. Auf der INTERNORGA können die Besucher diesen Service auch direkt testen. Saisonhighlights für das Frühjahr und ausgewählte Non Food-Sortimente lassen sich zudem gleich vor Ort im METRO Online Shop bestellen: von der Außenbestuhlung bis hin zum Sonnenschutz.

*

Die Verwendung des Fotos ist frei bei Nennung der Quelle: METRO Deutschland

Über METRO Deutschland

Die METRO Deutschland GmbH betreibt mit rund 14.000 Mitarbeitern 103 Großmärkte und 11 Belieferungsdepots in Deutschland. Rund vier Millionen Kunden vertrauen auf das Sortiment und die Leistungen des Unternehmens. METRO versteht sich als Partner unabhängiger Unternehmer und setzt mit Großmärkten, Belieferungsservices, vernetztem Kundenmanagement und digitalen Lösungen die Standards von morgen. METRO Deutschland ist Teil von METRO, einem führenden internationalen Großhändler mit Food- und Nonfood-Sortimenten, der auf die Bedürfnisse von Hotels, Restaurants und Caterern (HoReCa) sowie von unabhängigen Händlern spezialisiert ist. Das Unternehmen ist in 35 Ländern aktiv und beschäftigt weltweit mehr als 150.000 Mitarbeiter. Im Geschäftsjahr 2017/18 erwirtschaftete METRO einen Umsatz von 36,5 Mrd. € Mehr Informationen über METRO finden Sie unter www.metroag.de sowie über METRO Deutschland unter www.metro.de.

Kontakt

METRO Deutschland
Unternehmenskommunikation
Schlüterstr. 7a || 40235 Düsseldorf
Telefon +49 (0)211 969–5562
presse@metro-cc.de
www.metro.de

Mit der Online-Plattform DISH (Digital Innovations and Solutions for Hospitality) erweitert METRO sein digitales Serviceangebot für unabhängige Unternehmen. Mehr Infos unter www.dish.co.



INTERNORGA 2019

Die vielfältige METRO-Welt erleben

Düsseldorf/Hamburg, 15.03.2019 – Digitale Lösungen, Eigenmarkenprodukte und METRO-Servicewelten – das erwartet die Besucherinnen und Besucher der INTERNORGA 2019 in Hamburg. METRO Deutschland präsentiert sich vom 15. bis 19. März 2019 auf der Fachmesse für Gastronomie und Hotellerie. Fachvorträge zu den Themen Digitalisierung und Nachhaltigkeit in der Gastronomie sowie Live-Kochshows sorgen für ein abwechslungsreiches Programm.

METRO Deutschland und ihre Kooperationspartner haben viel zu bieten – und das zeigen sie auf der INTERNORGA 2019 auch. Der Messestand von METRO steht dabei ganz im Zeichen von vier Bausteinen: Qualität, Service, Nachhaltigkeit und Genuss. Auf rund 480 Quadratmetern können sich Besucher unter anderem über die METRO-Eigenmarken und aktuelle Food-Trends in Kooperation mit Industriepartnern informieren. Zudem erfahren sie alles Wissenswerte rund um den METRO-Lieferservice und die digitalen Service-Lösungen von Hospitality Digital, einer Tochtergesellschaft der METRO AG. „Mit unseren innovativen digitalen Lösungen, unserem einzigartigen Sortiment und unserer Expertise sind wir ein verlässlicher Partner für die Gastronomiebranche. Das spiegelt sich in dem Feedback unserer Kunden sowie auch in unserem Auftritt auf der INTERNORGA 2019“, erklärt Thomas Storck, CEO METRO Deutschland.

Digitalisierung in der Gastronomie

Die innovativen Lösungen von METRO Deutschland und Hospitality Digital sind auf der diesjährigen INTERNORGA ein inhaltlicher Schwerpunkt am Messestand des Großhandelsunternehmens. Dabei besonders im Fokus: DISH, die Online-Plattform für Gastronomen. Dort erwartet die Nutzer eine Reihe von digitalen Lösungen, die speziell für die Hotellerie- und Gastronomiebranche entwickelt wurden. Hierzu zählen die kostenlose Erstellung einer eigenen Gastronomie-Homepage, ein Reservierungstool, kanalübergreifende Kundenbetreuung sowie umfangreiche Personal- und Kundenmanagement-Tools. Die Lösungen von Hospitality Digital und METRO bieten Gastronomen ein Rundum-Sorglos-Paket, mit dem sie die alltäglichen Herausforderungen der Branche ohne großen Aufwand bewältigen. „Ob



professionelle Gastro-Homepage oder effizientes Online-Reservierungstool – gemeinsam mit unseren Partnern stellen wir unseren Profi-Kunden die passenden digitalen Werkzeuge zur Verfügung. Sie helfen den Gastronomen dabei, ihre Umsätze zu steigern, Kosten zu sparen und interne Arbeitsprozesse zu verbessern“, erklärt Christian Krüger, Leiter HoReCa METRO Deutschland. Am Messestand präsentiert METRO außerdem innovative Angebote junger Start-ups: Den WLAN-Hotspot von „Social Wave“, die Buchhaltungs-App „ZEITGOLD“, den Personalassistent „fragPaul“ und das Schichtplanungstool „Planday“.

Das bunte „Genusstheater“

Auf der METRO-Talkbühne und im „Genusstheater“ erleben die Besucher spannende Gesprächsrunden und Live-Kochsessions zu vielfältigen Themen. Ein Highlight: Am Montag, dem 18. März, bereitet METRO-Markenbotschafter Tim Raue mit seinem Team live am Stand ein Rezept zum Thema „Genusstrends“ zu. Die Diskussionsgäste auf der Bühne debattieren mit den Gästen über die interessantesten Trends aus der Gastro-Szene. Zum Trendthema „Nachhaltigkeit in der Gastronomie“ können sich Messebesucher am METRO-Stand zu Reduzierung von Lebensmittelverschwendung und Alternativen für Einwegplastik beraten lassen. Am Nachhaltigkeits-Stand sowie in der „Genussküche“ kann zudem täglich The Beyond Burger® gekostet werden, das amerikanische Trendprodukt auf Basis von Erbsenprotein. Darüber hinaus präsentieren die METRO-Partner Zandbergen sowie Kreyenhop & Kluge ihre Sortimente unter dem Oberthema „Qualität und Genuss“.

Den Geschmack der METRO-Eigenmarken erleben

Auf der INTERNORGA können alle Interessierten auch die Produktneuheiten von METRO direkt vor Ort probieren: Die Mitarbeiter der METRO-Akademie servieren dafür vielfältige Leckereien – zubereitet aus Eigenmarkenprodukten. Im vergangenen Jahr erweiterte METRO das Eigenmarkenangebot und viele neue Produkte wurden in die Sortimentsreihe von METRO Chef, METRO Professional und METRO Premium aufgenommen. Die klare Zuordnung aller Produkte zu Qualitäts- und Preiskategorien garantiert gegenüber den Kunden eine transparente Produktkommunikation. „Wir orientieren uns bei der Auswahl der Produkte für unsere Eigenmarken stets an den Bedürfnissen unserer Kunden. Im Rahmen von Verkostungen beziehen wir ihre Meinungen mit ein und lassen sie an den Entscheidungen direkt teilhaben“, sagt Christian Krüger.



METRO-Servicewelten

Neben Kostproben der Eigenmarkenprodukte, Fachvorträgen und spannenden Experteninterviews gibt METRO auf der INTERNORGA auch Einblick in die METRO-Servicewelten: Die Besucher können sich zum Beispiel über den Lieferservice in Verbindung mit dem METRO Online-Bestellsystem informieren. Damit bestellen Kunden ihre Waren bequem online oder per Telefon und erhalten die Lieferung bereits am nächsten Werktag. Von Frisch- über Tiefkühl-Waren bis hin zu Non Food-Produkten – Gastronomen können aus über 6.000 Gastro-Artikeln mit ständiger Verfügbarkeit wählen. METRO garantiert dabei die Frische und Qualität aller Produkte. Auf der INTERNORGA können die Besucher diesen Service auch direkt testen. Saisonhighlights für das Frühjahr und ausgewählte Non Food-Sortimente lassen sich zudem gleich vor Ort im METRO Online Shop bestellen: von der Außenbestuhlung bis hin zum Sonnenschutz.

*

Die Verwendung des Fotos ist frei bei Nennung der Quelle: METRO Deutschland

Über METRO Deutschland

Die METRO Deutschland GmbH betreibt mit rund 14.000 Mitarbeitern 103 Großmärkte und 11 Belieferungsdepots in Deutschland. Rund vier Millionen Kunden vertrauen auf das Sortiment und die Leistungen des Unternehmens. METRO versteht sich als Partner unabhängiger Unternehmer und setzt mit Großmärkten, Belieferungsservices, vernetztem Kundenmanagement und digitalen Lösungen die Standards von morgen. METRO Deutschland ist Teil von METRO, einem führenden internationalen Großhändler mit Food- und Nonfood-Sortimenten, der auf die Bedürfnisse von Hotels, Restaurants und Caterern (HoReCa) sowie von unabhängigen Händlern spezialisiert ist. Das Unternehmen ist in 35 Ländern aktiv und beschäftigt weltweit mehr als 150.000 Mitarbeiter. Im Geschäftsjahr 2017/18 erwirtschaftete METRO einen Umsatz von 36,5 Mrd. € Mehr Informationen über METRO finden Sie unter www.metroag.de sowie über METRO Deutschland unter www.metro.de.

Kontakt

METRO Deutschland
Unternehmenskommunikation
Schlüterstr. 7a || 40235 Düsseldorf
Telefon +49 (0)211 969–5562
presse@metro-cc.de
www.metro.de

Mit der Online-Plattform DISH (Digital Innovations and Solutions for Hospitality) erweitert METRO sein digitales Serviceangebot für unabhängige Unternehmen. Mehr Infos unter www.dish.co.



INTERNORGA 2019

Die vielfältige METRO-Welt erleben

Düsseldorf/Hamburg, 15.03.2019 – Digitale Lösungen, Eigenmarkenprodukte und METRO-Servicewelten – das erwartet die Besucherinnen und Besucher der INTERNORGA 2019 in Hamburg. METRO Deutschland präsentiert sich vom 15. bis 19. März 2019 auf der Fachmesse für Gastronomie und Hotellerie. Fachvorträge zu den Themen Digitalisierung und Nachhaltigkeit in der Gastronomie sowie Live-Kochshows sorgen für ein abwechslungsreiches Programm.

METRO Deutschland und ihre Kooperationspartner haben viel zu bieten – und das zeigen sie auf der INTERNORGA 2019 auch. Der Messestand von METRO steht dabei ganz im Zeichen von vier Bausteinen: Qualität, Service, Nachhaltigkeit und Genuss. Auf rund 480 Quadratmetern können sich Besucher unter anderem über die METRO-Eigenmarken und aktuelle Food-Trends in Kooperation mit Industriepartnern informieren. Zudem erfahren sie alles Wissenswerte rund um den METRO-Lieferservice und die digitalen Service-Lösungen von Hospitality Digital, einer Tochtergesellschaft der METRO AG. „Mit unseren innovativen digitalen Lösungen, unserem einzigartigen Sortiment und unserer Expertise sind wir ein verlässlicher Partner für die Gastronomiebranche. Das spiegelt sich in dem Feedback unserer Kunden sowie auch in unserem Auftritt auf der INTERNORGA 2019“, erklärt Thomas Storck, CEO METRO Deutschland.

Digitalisierung in der Gastronomie

Die innovativen Lösungen von METRO Deutschland und Hospitality Digital sind auf der diesjährigen INTERNORGA ein inhaltlicher Schwerpunkt am Messestand des Großhandelsunternehmens. Dabei besonders im Fokus: DISH, die Online-Plattform für Gastronomen. Dort erwartet die Nutzer eine Reihe von digitalen Lösungen, die speziell für die Hotellerie- und Gastronomiebranche entwickelt wurden. Hierzu zählen die kostenlose Erstellung einer eigenen Gastronomie-Homepage, ein Reservierungstool, kanalübergreifende Kundenbetreuung sowie umfangreiche Personal- und Kundenmanagement-Tools. Die Lösungen von Hospitality Digital und METRO bieten Gastronomen ein Rundum-Sorglos-Paket, mit dem sie die alltäglichen Herausforderungen der Branche ohne großen Aufwand bewältigen. „Ob



professionelle Gastro-Homepage oder effizientes Online-Reservierungstool – gemeinsam mit unseren Partnern stellen wir unseren Profi-Kunden die passenden digitalen Werkzeuge zur Verfügung. Sie helfen den Gastronomen dabei, ihre Umsätze zu steigern, Kosten zu sparen und interne Arbeitsprozesse zu verbessern“, erklärt Christian Krüger, Leiter HoReCa METRO Deutschland. Am Messestand präsentiert METRO außerdem innovative Angebote junger Start-ups: Den WLAN-Hotspot von „Social Wave“, die Buchhaltungs-App „ZEITGOLD“, den Personalassistent „fragPaul“ und das Schichtplanungstool „Planday“.

Das bunte „Genusstheater“

Auf der METRO-Talkbühne und im „Genusstheater“ erleben die Besucher spannende Gesprächsrunden und Live-Kochsessions zu vielfältigen Themen. Ein Highlight: Am Montag, dem 18. März, bereitet METRO-Markenbotschafter Tim Raue mit seinem Team live am Stand ein Rezept zum Thema „Genusstrends“ zu. Die Diskussionsgäste auf der Bühne debattieren mit den Gästen über die interessantesten Trends aus der Gastro-Szene. Zum Trendthema „Nachhaltigkeit in der Gastronomie“ können sich Messebesucher am METRO-Stand zu Reduzierung von Lebensmittelverschwendung und Alternativen für Einwegplastik beraten lassen. Am Nachhaltigkeits-Stand sowie in der „Genussküche“ kann zudem täglich The Beyond Burger® gekostet werden, das amerikanische Trendprodukt auf Basis von Erbsenprotein. Darüber hinaus präsentieren die METRO-Partner Zandbergen sowie Kreyenhop & Kluge ihre Sortimente unter dem Oberthema „Qualität und Genuss“.

Den Geschmack der METRO-Eigenmarken erleben

Auf der INTERNORGA können alle Interessierten auch die Produktneuheiten von METRO direkt vor Ort probieren: Die Mitarbeiter der METRO-Akademie servieren dafür vielfältige Leckereien – zubereitet aus Eigenmarkenprodukten. Im vergangenen Jahr erweiterte METRO das Eigenmarkenangebot und viele neue Produkte wurden in die Sortimentsreihe von METRO Chef, METRO Professional und METRO Premium aufgenommen. Die klare Zuordnung aller Produkte zu Qualitäts- und Preiskategorien garantiert gegenüber den Kunden eine transparente Produktkommunikation. „Wir orientieren uns bei der Auswahl der Produkte für unsere Eigenmarken stets an den Bedürfnissen unserer Kunden. Im Rahmen von Verkostungen beziehen wir ihre Meinungen mit ein und lassen sie an den Entscheidungen direkt teilhaben“, sagt Christian Krüger.



METRO-Servicewelten

Neben Kostproben der Eigenmarkenprodukte, Fachvorträgen und spannenden Experteninterviews gibt METRO auf der INTERNORGA auch Einblick in die METRO-Servicewelten: Die Besucher können sich zum Beispiel über den Lieferservice in Verbindung mit dem METRO Online-Bestellsystem informieren. Damit bestellen Kunden ihre Waren bequem online oder per Telefon und erhalten die Lieferung bereits am nächsten Werktag. Von Frisch- über Tiefkühl-Waren bis hin zu Non Food-Produkten – Gastronomen können aus über 6.000 Gastro-Artikeln mit ständiger Verfügbarkeit wählen. METRO garantiert dabei die Frische und Qualität aller Produkte. Auf der INTERNORGA können die Besucher diesen Service auch direkt testen. Saisonhighlights für das Frühjahr und ausgewählte Non Food-Sortimente lassen sich zudem gleich vor Ort im METRO Online Shop bestellen: von der Außenbestuhlung bis hin zum Sonnenschutz.

*

Die Verwendung des Fotos ist frei bei Nennung der Quelle: METRO Deutschland

Über METRO Deutschland

Die METRO Deutschland GmbH betreibt mit rund 14.000 Mitarbeitern 103 Großmärkte und 11 Belieferungsdepots in Deutschland. Rund vier Millionen Kunden vertrauen auf das Sortiment und die Leistungen des Unternehmens. METRO versteht sich als Partner unabhängiger Unternehmer und setzt mit Großmärkten, Belieferungsservices, vernetztem Kundenmanagement und digitalen Lösungen die Standards von morgen. METRO Deutschland ist Teil von METRO, einem führenden internationalen Großhändler mit Food- und Nonfood-Sortimenten, der auf die Bedürfnisse von Hotels, Restaurants und Caterern (HoReCa) sowie von unabhängigen Händlern spezialisiert ist. Das Unternehmen ist in 35 Ländern aktiv und beschäftigt weltweit mehr als 150.000 Mitarbeiter. Im Geschäftsjahr 2017/18 erwirtschaftete METRO einen Umsatz von 36,5 Mrd. € Mehr Informationen über METRO finden Sie unter www.metroag.de sowie über METRO Deutschland unter www.metro.de.

Kontakt

METRO Deutschland
Unternehmenskommunikation
Schlüterstr. 7a || 40235 Düsseldorf
Telefon +49 (0)211 969–5562
presse@metro-cc.de
www.metro.de

Mit der Online-Plattform DISH (Digital Innovations and Solutions for Hospitality) erweitert METRO sein digitales Serviceangebot für unabhängige Unternehmen. Mehr Infos unter www.dish.co.



INTERNORGA 2019

Die vielfältige METRO-Welt erleben

Düsseldorf/Hamburg, 15.03.2019 – Digitale Lösungen, Eigenmarkenprodukte und METRO-Servicewelten – das erwartet die Besucherinnen und Besucher der INTERNORGA 2019 in Hamburg. METRO Deutschland präsentiert sich vom 15. bis 19. März 2019 auf der Fachmesse für Gastronomie und Hotellerie. Fachvorträge zu den Themen Digitalisierung und Nachhaltigkeit in der Gastronomie sowie Live-Kochshows sorgen für ein abwechslungsreiches Programm.

METRO Deutschland und ihre Kooperationspartner haben viel zu bieten – und das zeigen sie auf der INTERNORGA 2019 auch. Der Messestand von METRO steht dabei ganz im Zeichen von vier Bausteinen: Qualität, Service, Nachhaltigkeit und Genuss. Auf rund 480 Quadratmetern können sich Besucher unter anderem über die METRO-Eigenmarken und aktuelle Food-Trends in Kooperation mit Industriepartnern informieren. Zudem erfahren sie alles Wissenswerte rund um den METRO-Lieferservice und die digitalen Service-Lösungen von Hospitality Digital, einer Tochtergesellschaft der METRO AG. „Mit unseren innovativen digitalen Lösungen, unserem einzigartigen Sortiment und unserer Expertise sind wir ein verlässlicher Partner für die Gastronomiebranche. Das spiegelt sich in dem Feedback unserer Kunden sowie auch in unserem Auftritt auf der INTERNORGA 2019“, erklärt Thomas Storck, CEO METRO Deutschland.

Digitalisierung in der Gastronomie

Die innovativen Lösungen von METRO Deutschland und Hospitality Digital sind auf der diesjährigen INTERNORGA ein inhaltlicher Schwerpunkt am Messestand des Großhandelsunternehmens. Dabei besonders im Fokus: DISH, die Online-Plattform für Gastronomen. Dort erwartet die Nutzer eine Reihe von digitalen Lösungen, die speziell für die Hotellerie- und Gastronomiebranche entwickelt wurden. Hierzu zählen die kostenlose Erstellung einer eigenen Gastronomie-Homepage, ein Reservierungstool, kanalübergreifende Kundenbetreuung sowie umfangreiche Personal- und Kundenmanagement-Tools. Die Lösungen von Hospitality Digital und METRO bieten Gastronomen ein Rundum-Sorglos-Paket, mit dem sie die alltäglichen Herausforderungen der Branche ohne großen Aufwand bewältigen. „Ob



professionelle Gastro-Homepage oder effizientes Online-Reservierungstool – gemeinsam mit unseren Partnern stellen wir unseren Profi-Kunden die passenden digitalen Werkzeuge zur Verfügung. Sie helfen den Gastronomen dabei, ihre Umsätze zu steigern, Kosten zu sparen und interne Arbeitsprozesse zu verbessern“, erklärt Christian Krüger, Leiter HoReCa METRO Deutschland. Am Messestand präsentiert METRO außerdem innovative Angebote junger Start-ups: Den WLAN-Hotspot von „Social Wave“, die Buchhaltungs-App „ZEITGOLD“, den Personalassistent „fragPaul“ und das Schichtplanungstool „Planday“.

Das bunte „Genusstheater“

Auf der METRO-Talkbühne und im „Genusstheater“ erleben die Besucher spannende Gesprächsrunden und Live-Kochsessions zu vielfältigen Themen. Ein Highlight: Am Montag, dem 18. März, bereitet METRO-Markenbotschafter Tim Raue mit seinem Team live am Stand ein Rezept zum Thema „Genusstrends“ zu. Die Diskussionsgäste auf der Bühne debattieren mit den Gästen über die interessantesten Trends aus der Gastro-Szene. Zum Trendthema „Nachhaltigkeit in der Gastronomie“ können sich Messebesucher am METRO-Stand zu Reduzierung von Lebensmittelverschwendung und Alternativen für Einwegplastik beraten lassen. Am Nachhaltigkeits-Stand sowie in der „Genussküche“ kann zudem täglich The Beyond Burger® gekostet werden, das amerikanische Trendprodukt auf Basis von Erbsenprotein. Darüber hinaus präsentieren die METRO-Partner Zandbergen sowie Kreyenhop & Kluge ihre Sortimente unter dem Oberthema „Qualität und Genuss“.

Den Geschmack der METRO-Eigenmarken erleben

Auf der INTERNORGA können alle Interessierten auch die Produktneuheiten von METRO direkt vor Ort probieren: Die Mitarbeiter der METRO-Akademie servieren dafür vielfältige Leckereien – zubereitet aus Eigenmarkenprodukten. Im vergangenen Jahr erweiterte METRO das Eigenmarkenangebot und viele neue Produkte wurden in die Sortimentsreihe von METRO Chef, METRO Professional und METRO Premium aufgenommen. Die klare Zuordnung aller Produkte zu Qualitäts- und Preiskategorien garantiert gegenüber den Kunden eine transparente Produktkommunikation. „Wir orientieren uns bei der Auswahl der Produkte für unsere Eigenmarken stets an den Bedürfnissen unserer Kunden. Im Rahmen von Verkostungen beziehen wir ihre Meinungen mit ein und lassen sie an den Entscheidungen direkt teilhaben“, sagt Christian Krüger.



METRO-Servicewelten

Neben Kostproben der Eigenmarkenprodukte, Fachvorträgen und spannenden Experteninterviews gibt METRO auf der INTERNORGA auch Einblick in die METRO-Servicewelten: Die Besucher können sich zum Beispiel über den Lieferservice in Verbindung mit dem METRO Online-Bestellsystem informieren. Damit bestellen Kunden ihre Waren bequem online oder per Telefon und erhalten die Lieferung bereits am nächsten Werktag. Von Frisch- über Tiefkühl-Waren bis hin zu Non Food-Produkten – Gastronomen können aus über 6.000 Gastro-Artikeln mit ständiger Verfügbarkeit wählen. METRO garantiert dabei die Frische und Qualität aller Produkte. Auf der INTERNORGA können die Besucher diesen Service auch direkt testen. Saisonhighlights für das Frühjahr und ausgewählte Non Food-Sortimente lassen sich zudem gleich vor Ort im METRO Online Shop bestellen: von der Außenbestuhlung bis hin zum Sonnenschutz.

*

Die Verwendung des Fotos ist frei bei Nennung der Quelle: METRO Deutschland

Über METRO Deutschland

Die METRO Deutschland GmbH betreibt mit rund 14.000 Mitarbeitern 103 Großmärkte und 11 Belieferungsdepots in Deutschland. Rund vier Millionen Kunden vertrauen auf das Sortiment und die Leistungen des Unternehmens. METRO versteht sich als Partner unabhängiger Unternehmer und setzt mit Großmärkten, Belieferungsservices, vernetztem Kundenmanagement und digitalen Lösungen die Standards von morgen. METRO Deutschland ist Teil von METRO, einem führenden internationalen Großhändler mit Food- und Nonfood-Sortimenten, der auf die Bedürfnisse von Hotels, Restaurants und Caterern (HoReCa) sowie von unabhängigen Händlern spezialisiert ist. Das Unternehmen ist in 35 Ländern aktiv und beschäftigt weltweit mehr als 150.000 Mitarbeiter. Im Geschäftsjahr 2017/18 erwirtschaftete METRO einen Umsatz von 36,5 Mrd. € Mehr Informationen über METRO finden Sie unter www.metroag.de sowie über METRO Deutschland unter www.metro.de.

Kontakt

METRO Deutschland
Unternehmenskommunikation
Schlüterstr. 7a || 40235 Düsseldorf
Telefon +49 (0)211 969–5562
presse@metro-cc.de
www.metro.de

Mit der Online-Plattform DISH (Digital Innovations and Solutions for Hospitality) erweitert METRO sein digitales Serviceangebot für unabhängige Unternehmen. Mehr Infos unter www.dish.co.



INTERNORGA 2019

Die vielfältige METRO-Welt erleben

Düsseldorf/Hamburg, 15.03.2019 – Digitale Lösungen, Eigenmarkenprodukte und METRO-Servicewelten – das erwartet die Besucherinnen und Besucher der INTERNORGA 2019 in Hamburg. METRO Deutschland präsentiert sich vom 15. bis 19. März 2019 auf der Fachmesse für Gastronomie und Hotellerie. Fachvorträge zu den Themen Digitalisierung und Nachhaltigkeit in der Gastronomie sowie Live-Kochshows sorgen für ein abwechslungsreiches Programm.

METRO Deutschland und ihre Kooperationspartner haben viel zu bieten – und das zeigen sie auf der INTERNORGA 2019 auch. Der Messestand von METRO steht dabei ganz im Zeichen von vier Bausteinen: Qualität, Service, Nachhaltigkeit und Genuss. Auf rund 480 Quadratmetern können sich Besucher unter anderem über die METRO-Eigenmarken und aktuelle Food-Trends in Kooperation mit Industriepartnern informieren. Zudem erfahren sie alles Wissenswerte rund um den METRO-Lieferservice und die digitalen Service-Lösungen von Hospitality Digital, einer Tochtergesellschaft der METRO AG. „Mit unseren innovativen digitalen Lösungen, unserem einzigartigen Sortiment und unserer Expertise sind wir ein verlässlicher Partner für die Gastronomiebranche. Das spiegelt sich in dem Feedback unserer Kunden sowie auch in unserem Auftritt auf der INTERNORGA 2019“, erklärt Thomas Storck, CEO METRO Deutschland.

Digitalisierung in der Gastronomie

Die innovativen Lösungen von METRO Deutschland und Hospitality Digital sind auf der diesjährigen INTERNORGA ein inhaltlicher Schwerpunkt am Messestand des Großhandelsunternehmens. Dabei besonders im Fokus: DISH, die Online-Plattform für Gastronomen. Dort erwartet die Nutzer eine Reihe von digitalen Lösungen, die speziell für die Hotellerie- und Gastronomiebranche entwickelt wurden. Hierzu zählen die kostenlose Erstellung einer eigenen Gastronomie-Homepage, ein Reservierungstool, kanalübergreifende Kundenbetreuung sowie umfangreiche Personal- und Kundenmanagement-Tools. Die Lösungen von Hospitality Digital und METRO bieten Gastronomen ein Rundum-Sorglos-Paket, mit dem sie die alltäglichen Herausforderungen der Branche ohne großen Aufwand bewältigen. „Ob



professionelle Gastro-Homepage oder effizientes Online-Reservierungstool – gemeinsam mit unseren Partnern stellen wir unseren Profi-Kunden die passenden digitalen Werkzeuge zur Verfügung. Sie helfen den Gastronomen dabei, ihre Umsätze zu steigern, Kosten zu sparen und interne Arbeitsprozesse zu verbessern“, erklärt Christian Krüger, Leiter HoReCa METRO Deutschland. Am Messestand präsentiert METRO außerdem innovative Angebote junger Start-ups: Den WLAN-Hotspot von „Social Wave“, die Buchhaltungs-App „ZEITGOLD“, den Personalassistent „fragPaul“ und das Schichtplanungstool „Planday“.

Das bunte „Genusstheater“

Auf der METRO-Talkbühne und im „Genusstheater“ erleben die Besucher spannende Gesprächsrunden und Live-Kochsessions zu vielfältigen Themen. Ein Highlight: Am Montag, dem 18. März, bereitet METRO-Markenbotschafter Tim Raue mit seinem Team live am Stand ein Rezept zum Thema „Genusstrends“ zu. Die Diskussionsgäste auf der Bühne debattieren mit den Gästen über die interessantesten Trends aus der Gastro-Szene. Zum Trendthema „Nachhaltigkeit in der Gastronomie“ können sich Messebesucher am METRO-Stand zu Reduzierung von Lebensmittelverschwendung und Alternativen für Einwegplastik beraten lassen. Am Nachhaltigkeits-Stand sowie in der „Genussküche“ kann zudem täglich The Beyond Burger® gekostet werden, das amerikanische Trendprodukt auf Basis von Erbsenprotein. Darüber hinaus präsentieren die METRO-Partner Zandbergen sowie Kreyenhop & Kluge ihre Sortimente unter dem Oberthema „Qualität und Genuss“.

Den Geschmack der METRO-Eigenmarken erleben

Auf der INTERNORGA können alle Interessierten auch die Produktneuheiten von METRO direkt vor Ort probieren: Die Mitarbeiter der METRO-Akademie servieren dafür vielfältige Leckereien – zubereitet aus Eigenmarkenprodukten. Im vergangenen Jahr erweiterte METRO das Eigenmarkenangebot und viele neue Produkte wurden in die Sortimentsreihe von METRO Chef, METRO Professional und METRO Premium aufgenommen. Die klare Zuordnung aller Produkte zu Qualitäts- und Preiskategorien garantiert gegenüber den Kunden eine transparente Produktkommunikation. „Wir orientieren uns bei der Auswahl der Produkte für unsere Eigenmarken stets an den Bedürfnissen unserer Kunden. Im Rahmen von Verkostungen beziehen wir ihre Meinungen mit ein und lassen sie an den Entscheidungen direkt teilhaben“, sagt Christian Krüger.



METRO-Servicewelten

Neben Kostproben der Eigenmarkenprodukte, Fachvorträgen und spannenden Experteninterviews gibt METRO auf der INTERNORGA auch Einblick in die METRO-Servicewelten: Die Besucher können sich zum Beispiel über den Lieferservice in Verbindung mit dem METRO Online-Bestellsystem informieren. Damit bestellen Kunden ihre Waren bequem online oder per Telefon und erhalten die Lieferung bereits am nächsten Werktag. Von Frisch- über Tiefkühl-Waren bis hin zu Non Food-Produkten – Gastronomen können aus über 6.000 Gastro-Artikeln mit ständiger Verfügbarkeit wählen. METRO garantiert dabei die Frische und Qualität aller Produkte. Auf der INTERNORGA können die Besucher diesen Service auch direkt testen. Saisonhighlights für das Frühjahr und ausgewählte Non Food-Sortimente lassen sich zudem gleich vor Ort im METRO Online Shop bestellen: von der Außenbestuhlung bis hin zum Sonnenschutz.

*

Die Verwendung des Fotos ist frei bei Nennung der Quelle: METRO Deutschland

Über METRO Deutschland

Die METRO Deutschland GmbH betreibt mit rund 14.000 Mitarbeitern 103 Großmärkte und 11 Belieferungsdepots in Deutschland. Rund vier Millionen Kunden vertrauen auf das Sortiment und die Leistungen des Unternehmens. METRO versteht sich als Partner unabhängiger Unternehmer und setzt mit Großmärkten, Belieferungsservices, vernetztem Kundenmanagement und digitalen Lösungen die Standards von morgen. METRO Deutschland ist Teil von METRO, einem führenden internationalen Großhändler mit Food- und Nonfood-Sortimenten, der auf die Bedürfnisse von Hotels, Restaurants und Caterern (HoReCa) sowie von unabhängigen Händlern spezialisiert ist. Das Unternehmen ist in 35 Ländern aktiv und beschäftigt weltweit mehr als 150.000 Mitarbeiter. Im Geschäftsjahr 2017/18 erwirtschaftete METRO einen Umsatz von 36,5 Mrd. € Mehr Informationen über METRO finden Sie unter www.metroag.de sowie über METRO Deutschland unter www.metro.de.

Kontakt

METRO Deutschland
Unternehmenskommunikation
Schlüterstr. 7a || 40235 Düsseldorf
Telefon +49 (0)211 969–5562
presse@metro-cc.de
www.metro.de

Mit der Online-Plattform DISH (Digital Innovations and Solutions for Hospitality) erweitert METRO sein digitales Serviceangebot für unabhängige Unternehmen. Mehr Infos unter www.dish.co.