

## Ein voller Erfolg



Das Vito-Team USA nahm an der National Restaurant Association Show in Chicago teil / Foto: Vito AG

Nach drei Jahren corona-bedingtem Ausfall konnte die National Restaurant Association Show (NRA Show) diesen Mai in den USA wieder stattfinden. Bei der Messe handelt es sich um die größte, jährliche Zusammenkunft von Fachleuten der Gastronomie in der westlichen Hemisphäre und gilt als ein Muss für internationale agierende Unternehmen der Branche, so wie auch für Vito. Dieses Jahr kamen über 1.700 Aussteller und 51.000 Besucher aus der ganzen Welt in Chicago zusammen.

Das Messeteam bestand aus dem Vito-USA Team, das ebenfalls in Chicago angesiedelt ist. Zur Unterstützung kamen auch CEO Andreas Schmidt und Export-Managerin Sina Maier aus dem Hauptsitz in Tuttlingen.

Die Veranstaltung bietet eine Plattform, um Kontakte mit Betrieben und Händlern zu schließen, die flächendeckend in den USA verteilt sind. Die Resonanz der Kunden am Stand hat unsere Erwartungen übertroffen. Vor allem die Themen Nachhaltigkeit und die Einsparung von Ressourcen waren sehr präsent und da hat der Vito-Effekt natürlich den Zahn der Zeit getroffen. Wir haben uns besonders über das positive Feedback unserer Bestandskunden und das internationale Interesse an unseren Produkten gefreut. Unsere Partner aus Mexiko, Peru, Kolumbien, der Dominikanischen Republik, Australien und Kanada waren ebenfalls auf der Messe vertreten, worüber wir sehr erfreut waren, so Schmidt.

Der hohe Ölverbrauch vieler großer Ketten aus dem amerikanischen Raum im Zusammenspiel mit den hohen Ölpreisen weckten ein besonders großes Interesse am

Frittierölfilter. Auch der Öltester war in Bezug auf die Sicherung einer konstanten Ölqualität sehr gefragt. Jason Sawitsky, Vito Partner aus Kanada berichtet: ?Die Ölpreise in Kanada sind um 250 Prozent gestiegen und das Interesse an einer Lösung zur Kosteneinsparung war enorm. Die Show bietet aber auch immer eine sehr gute Möglichkeit, den Kontakt zu den Vito Partnern aus benachbarten Regionen zu pflegen. Wir tauschen uns über gemeinsame Projekte und unsere aktuellen Erfahrungen auf dem Markt aus.?

Die allgemeine Stimmung war positiv und die Investitionsbereitschaft steige. Das bestätigt auch Luis Salazar, Vito Partner aus Mexiko: ?Wir waren begeistert, wie viele Kunden aus Mexiko und Südamerika trotz der Strapazen der vergangenen Jahre bereit waren zu reisen und die Messe zu besuchen. Die Betriebe stellen sich darauf ein, ihre Prozesse zu optimieren und ihr Öl Management effizient und smart zu gestalten. Wir freuen uns zu sehen, dass alle in die Zukunft blicken und die Geschäfte wieder Fahrt aufnehmen?.