

Internorga FoodZoom beleuchtet Trends



Gesund, grün und natürlich soll es sein: Vegane und vegetarische Ernährungsformen sind laut Internorga FoodZoom nach wie vor ein großer Trend / Motivbild: www.pexels.com

Von Ernährungsweisen des Plantarismus über Gastronomiekonzepte im Bereich Street Food-Transfer und Food (-service) 4.0 bis zum Revival traditioneller Garmethoden: Der Internorga FoodZoom liefert einen Überblick über internationale Trends.

Im Auftrag der Internorga untersuchte Karin Tischer, Food-Trendforscherin und Inhaberin vom Forschungs- und Entwicklungsinstitut food & more in Kaarst, die aktuellen Entwicklungen im internationalen Außer-Haus-Markt und fasste die Resultate im Internorga FoodZoom zusammen. Genauer unter die Lupe genommen wurden Highlights und Innovationen im Bereich Food und Beverage sowie in der Gastronomie, im Kontext der sich wandelnden Ernährungsgewohnheiten und Service-Erwartungen der Gäste. In Hamburg präsentierte Tischer kürzlich zudem ausgewählte Food-Trends, die sie auf ihren weltweiten Forschungsreisen entdeckte.

Von der Straße in die Sternegastronomie

Garküche deluxe: Der Megatrend Snacking verändert den Außer-Haus-Markt und erfordert von Gastronomen neue Konzepte, um den Bedürfnissen der Gäste gerecht zu werden. Besonders deutlich zeigt sich diese Entwicklung am Beispiel des beliebten Street Food. Bisher serviert aus Foodtrucks und Marktständen oder auf Festivals, erobert die beliebte Zwischenmahlzeit jetzt auch Restaurants. Sogar Sterneköche interpretieren zum Beispiel die ursprünglich aus Garküchen oder Märkten aus Südostasien stammenden Gerichte als neue Gourmet-Kreationen mit hochwertigen Zutaten. Dem Gastronomen eröffnet dieser Trend neue Umsatzmöglichkeiten sowie eine Profilierung in einem intensiven Wettbewerbsumfeld.

Gleichzeitig befriedigt er dank neuartiger Speisenangebote den Wunsch vieler Gäste, exotische Gerichte aus aller Welt im heimischen Restaurant probieren und erleben zu können.

Mit digitalen Lösungen zu Differenzierung und Umsatz

Im Zeitalter von ?Industrie 4.0? durchdringt die Digitalisierung in rasantem Tempo den Außer-Haus-Markt und erfordert ein Umdenken sowie neue Geschäftsmodelle für den langfristigen Erfolg. Im wachsenden Delivery-Markt erwarten Verbraucher ihr Essen schnell, zu jeder Zeit, an jedem Ort und nutzen dafür verstärkt Online-Services von Restaurants. Der Status der Online-Bestellung sowie der Lieferung kann bei einigen Anbietern bereits live vom Kunden getrackt werden, sodass er weiß, wann das Essen bei ihm eintreffen wird. Betriebe können mittels moderner Technologien zur smarten Überwachung und Steuerung interner Prozesse, wie Energieversorgung, Kühlkette etc. ihre Effizienz steigern und somit die Chancen auf nachhaltigen Erfolg erhöhen. Weiteres Kriterium für die Gästezufriedenheit ist die ?instagramable? Zubereitung der servierten Speisen. Das Social Web ist voll mit Fotos von in Szene gesetzten Speisen und Getränken. Um sich vom Wettbewerb abzuheben, bieten einige Restaurants bereits heute Gerichte an, die speziell auf die Tauglichkeit für Instagram und Co. zubereitet wurden. Hinzu kommen neue Formen der Eventisierung des Restaurantbesuchs: Digitale Inszenierungen und Projektionen auf den Tischen, sogenannte Virtual Tables, vereinen Technik und Kulinarik auf faszinierende Weise und schaffen einen Mehrwert für den Gast.

Rückbesinnung auf die Natur

Gleichzeitig sehnt sich der Gast in Zeiten der Globalisierung und des rasanten digitalen Fortschritts nach echten, natürlichen Erlebnissen und Begegnungen. Der Trend Back2Nature nimmt in Deutschland an Fahrt auf und ermöglicht Gastronomen die Integration regionaler und frischer Produkte mit transparenter Lieferkette ins eigene Konzept. Neben einem Interior Design im natürlichen Look, zum Beispiel in Form von großflächigen, auffallenden Wandbegrünungen, züchten immer mehr Gastronomen selbst Kräuter, Salate und Co. im Restaurant und nutzen hierfür Vitrinen oder Beete, die der Gast beim Besuch sieht und begutachten kann.

Natürlich und gesund soll es sein

Bei 71 Prozent der Deutschen kommen Obst und Gemüse täglich auf den Tisch ? so das Ergebnis des Ernährungsreport 2019 des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft. An zweiter Stelle folgen Milchprodukte mit 64 Prozent. Lediglich 28 Prozent der Befragten essen täglich Fleisch. Zwar bezeichnen sich nur sechs Prozent als Vegetarier, das Interesse an vegetarischen Lebensmitteln wächst jedoch. Auch laut Internorga FoodZoom durchdringt der Green & Healthy Trend den Markt. Verbraucher und Gäste sind heutzutage sensibel im Umgang mit dem, was sie essen beziehungsweise was sie serviert bekommen und informieren sich verstärkt über die Nahrung, die sie zu sich nehmen. An Bedeutung zugenommen haben vegane und vegetarische Ernährungsweisen, genauso wie der Wunsch nach qualitativ hochwertigem Fleisch. Pflanzenbasierte, zucker- und fettreduzierte oder ?free from?-Produkte, zum Beispiel ohne Laktose oder Gluten, passen zum neuen, aufgeklärten Gesundheitsbewusstsein. Laut Karin Tischer sind grüne und gesunde Ernährung der neue Lifestyle. Der Begriff ?Plantarismus? vereine sämtliche Ernährungsweisen mit einem starken Fokus auf pflanzenorientierte Kost. Ob warme

Smoothies als Vitaminlieferanten an kalten Tagen oder eine "Soup to go" für den Gast müssen die Speisen schnell zubereitet, gesund, schmackhaft und wohltuend sein. Durch ein attraktives und abwechslungsreiches Angebot mit pflanzenreicher und bedarfsgerechter Kost können Gastronomen von den diesen Entwicklungen profitieren und die Wünsche der Gäste erfüllen.

Weitere Food Trends: Fermentation, Speiseeis, Tee

Kreative Profilierung: Auf der Suche nach neuen Geschmacksexplosionen liefert laut Internorga FoodZoom die wiederentdeckte Zubereitungsmethode der Fermentation Gastronomen die Chancen auf eine Schärfung des eigenen Profils zur Abgrenzung vom Wettbewerb sowie zur Gewinnung von Neukunden und Umsatzsteigerung. Gefragt ist künftig auch der Mut zu neuen Speiseeiskreationen: Durch exotische Zubereitungsmethoden und -zutaten wächst die Chance auf lukratives Zusatzgeschäft, das für ein neues Genuss-Erlebnis bei den Gästen sorgt. Gute Chancen rechnet Karin Tischer zudem Tee zu, der dank seiner Vielseitigkeit dem Kaffee zunehmend Konkurrenz macht. Tee als Gewürz oder Zutat sorgt für eine große internationale Aromenvielfalt in den Speisen, die Gastronomen für ihr Angebot nutzen sollten.