gastrotel

GASTROTEL WEEKLY

Regionalität und Heimatküche



Transgourmet hat in einer Umfrage seine Kunden befragt, welchen Einfluss die Corona-Krise auf Themen wie Regionalität und Nachhaltigkeit hat / Foto: Transgourmet

Welchen Einfluss hat die Corona-Krise auf Lebensmitteltrends wie Regionalität und Nachhaltigkeit, wie haben sich Speisekarten verändert, wie hoch ist die Bedeutung eines Abhol- und Lieferservices in der Zukunft? Diese Fragen hat Lebensmittelgroßhändler Transgourmet mehr als 150 seiner Kunden aus der Gastronomie gestellt.

Die Ergebnisse der Umfrage liefern nicht nur Erkenntnisse über die Herausforderungen, denen Gastronomen momentan gegenüberstehen, sie eröffnen gleichzeitig einige Perspektiven. So stimmten 83 Prozent der Befragten der Aussage ?Eine regionale Herkunft der Zutaten und das Ausloben dieser auf der Speisekarte werden zunehmend wichtiger? zu, 44 Prozent sogar ?voll und ganz?. Damit wird die Corona-Krise zum Verstärker dieses Trends, das bestätigt auch eine repräsentative forsa-Umfrage ?Deutschland, wie es isst ? Ernährung in der Corona-Krise? für den BMEL-Ernährungsreport 2020. 52 Prozent der Befragten sagten zudem, dass die Bedeutung von Heimatküche und traditionellen Rezepten zunimmt. Diese hohe Zustimmung wirkt sich jedoch bislang nur gering auf die Speisekarte aus: 64 Prozent der Gastronomen haben ihre Speisekarte Corona-bedingt reduziert ? lediglich 19 Prozent von ihnen tun dies, weil sie vermehrt auf regionale Lebensmittel setzen. Rund die Hälfte (47 Prozent) gab Wirtschaftlichkeit als Kriterium für die Reduktion der Speisekarte an, 19 Prozent Kundenwünsche und zehn Prozent die Konzentration auf High Convenience.

?Die Gründe für die Diskrepanz zwischen dem Wunsch nach mehr Regionalität und der Umsetzung in der Gastronomie sind vielfältig: Eine komplizierte Beschaffung, zu teure

Produkte, die gewünschte Ware ist nicht in der Region vorhanden ? und schlussendlich definiert jeder einzelne Regionalität anders?, sagt Kai Müller, Leitung Unternehmensmarketing bei Transgourmet. Für den einen seien es Produkte aus Deutschland, für andere Produkte aus dem Nachbarort; auch regionale Rezepturen würden eine Rolle spielen. ?Diese Herausforderung wollen wir mit unseren Kunden gemeinsam angehen, um einen Wandel herbeizuführen und mehr Regionalität auf die Speisekarte zu bringen.? Wie das gelingen kann? ?Wer das stark vorhandene Regionalitätsbedürfnis bedienen möchte, sollte anfangen, gute Geschichten zu erzählen ? über den Ursprung des Produkts und die Produzenten selbst; über ihr Handwerk und die Haltung, die sie dazu vertreten?, ist Müller überzeugt.

Relevanz von Abhol- und Lieferservices sowie Social Media steigt

Die Corona-Krise hat für viele sichtbar auch die Digitalisierung beschleunigt. Gäste sind mehr denn je online unterwegs und erwarten von der Gastronomie digitale Angebote ? von der Tischreservierung über die Onlinebestellung bis hin zur direkten Kommunikation. Somit ist für 85 Prozent der befragten Gastronomen Social Media als Kontaktmöglichkeit zu den Gästen auch nach Corona sehr wichtig. Daneben wird vermehrt auf zusätzliche Serviceleistungen gesetzt: Jeder zweite Befragte (53 Prozent) stimmt der Aussage zu, dass ein eigener Liefer- und/oder Abholservice seit Corona wichtig ist und dies auch in Zukunft sein wird.

Die vollständige Umfrage finden Interessierte