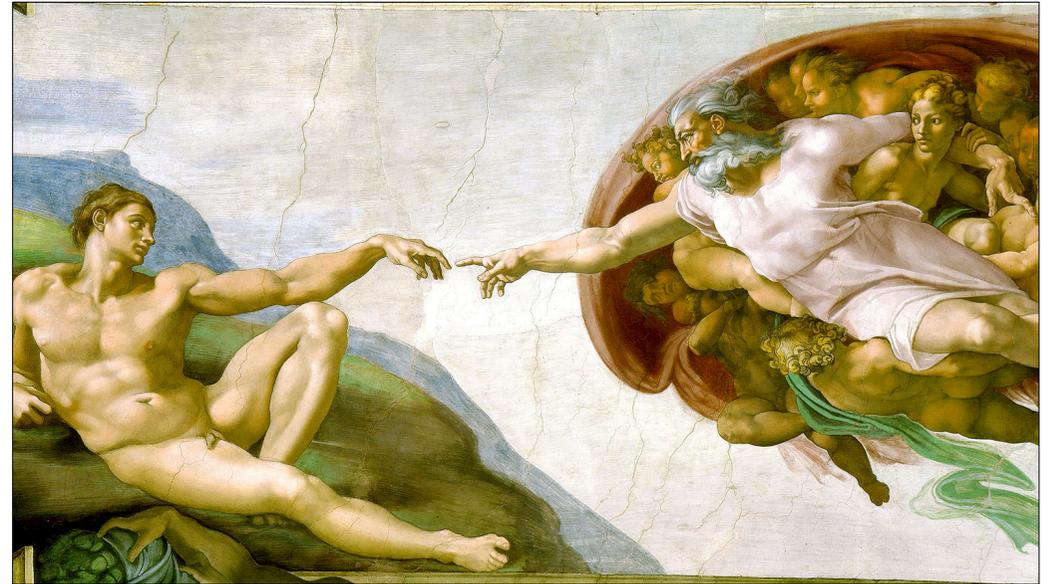


Megatrends

Aktuelle Entwicklungen im Food-Bereich

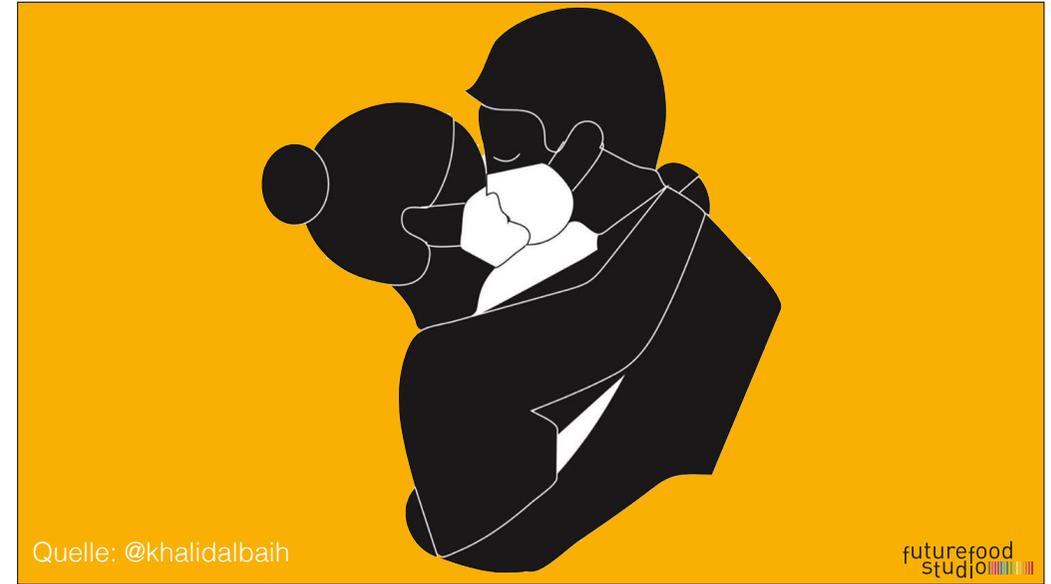
SGE-Tagung
September 2021
Mag. Hanni Rützler

futurefood
studio



Art by @anas.alabsi.designs.A

futurefood
studio



Mit den *Megatrends*

in das Neue Normal der Post-Corona-Zeiten

Was sind *MEGATRENDS?*

Megatrends erfüllen 4 zentrale Merkmale:

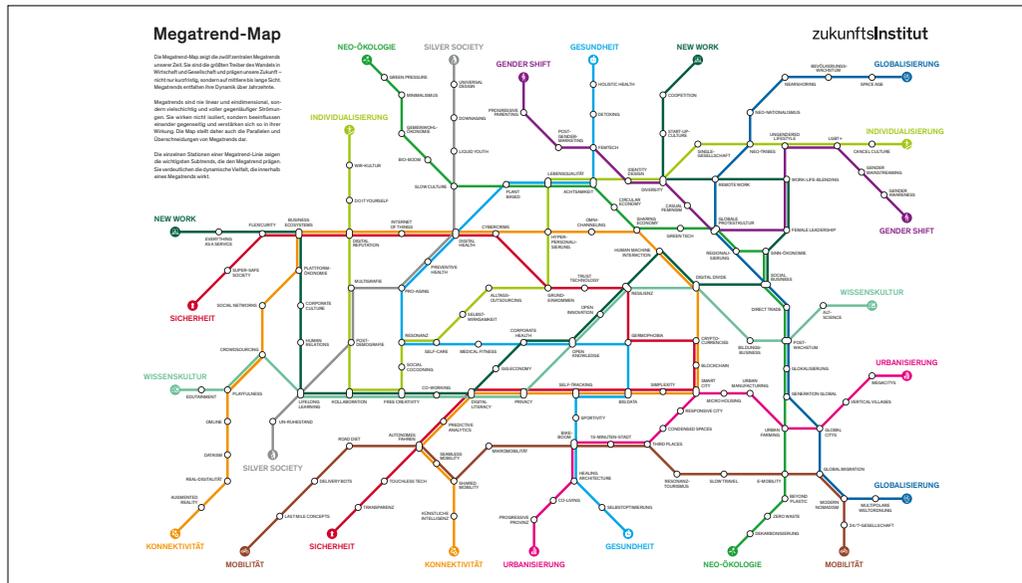
- > sie betreffen alle Lebensbereiche (bzw. wirken sich darauf aus)
- > sie haben eine Dauer von mind. 50 Jahren
- > sie wirken global
- > sie weisen eine hohe Komplexität auf

Sie sind das Ergebnis systematischer Beobachtungen, Beschreibungen und Bewertungen neuer Entwicklungen in Wirtschaft und Gesellschaft.

Langfristig formen **MEGATRENDS** gesamte Gesellschaften um und zwingen nicht selten ganze **Branchen** dazu, ihre **Struktur** und **Geschäftsmodelle** neu auszurichten.

Die Arbeit mit **MEGATRENDS** ist ein unverzichtbares **Instrument** für das **Management** und für die **strategische Planung**.

Wir arbeiten mit 12 **MEGATRENDS**



5 haben sich in Corona-Zeiten als **robust** erwiesen
3 von ihnen sind die **Treiber**



Quelle: White Paper: Der Corona-Effekt, Vier Zukunftsszenarien, Zukunftsinstitut 2020

futurefood
studio

Zukunft ist nicht fertig.

Zukunft ist die **Vorstellung** einer Welt, die noch nicht existiert.

futurefood
studio

Können wir uns die
Post-Corona-Food-Branchen
NEU VORSTELLEN?

futurefood
studio

Alle Teilsysteme sind betroffen.
Manche oberflächlich, manche tiefgreifend,
aber alle sind wechselwirksam miteinander verbunden.

Der tiefgreifende Wandel in der Gesellschaft
wirkt auf die Wirtschaft zurück. Mit der
Verschiebung von **Werten** verändert sich
auch die **Wertschöpfung**.

Harry Gatterer & Stefan Tewes

futurefood
studio

„Waste is a failure of imagination.“

Douglas McMaster, Gründer des Londoner Zero-Waste-Restaurants Bix

Lebensmittelabfälle in den Haushalten auch in Zukunft zu verringern. Eine Analyse des Schweizerischen Bundesamtes für Umwelt zeigt zudem, dass auch eine gute Grünabfallsorgung durch die Kommunen mit getrennten Sammlungen dazu beiträgt, die Lebensmittelabfälle der Haushalte deutlich zu reduzieren (vgl. BAFU 2018).

Die Erwartungen, Wünsche und Hoffnungen vieler Konsumenten haben sich durch die Erfahrung der Pandemie verändert – und damit auch die Erwartungen und Ansprüche, die sie an Unternehmen richten. So ziehen Kunden vermehrt Produkte und Marken vor, die ihnen bei ihren Zero-Waste-Bemühungen entgegenkommen, eine verantwortungsvolle Ressourcenutzung ins Zentrum ihrer Unternehmensphilosophie stellen und diese glaubwürdig und offen kommunizieren.

Smell and taste, before you waste

Ausgehend von den USA haben sich 2019 einige der weltgrößten Lebensmittelhändler und -anbieter der „Too Good To Go“-Initiative angeschlossen und in diesem Rahmen jeweils mindestens 20 ihrer Lieferanten verpflichtet, Lebensmittel verluste und -abfälle bis 2020 zu halbieren (vgl. Holzer 2020).

Die Initiative versteht sich als Katalysator für einen ganzheitlichen Ansatz zur Bekämpfung von Lebensmittelverlusten und -verschwendung. Die Lebensmittelhändler, -anbieter und -lieferanten, die sich dem „Zero Waste“-Ansatz angeschlossen haben, setzen sich das Ziel, die Lebensmittelverluste und -abfälle im eigenen Betrieb um 50 Prozent zu reduzieren. Außerdem wollen sie die Lebensmittelverluste und den weiteren anfallenden Abfall dokumentieren und diese Bilanz veröffentlichen. Das ist ein wichtiger Schritt, denn bislang war Lebensmittelverschwendung entlang der Wertschöpfungskette noch eine Black Box.

Mit von der Partei ist auch die britische Kette Tesco, die 2020 gemeinsam mit der Umweltschutz-NGO Hubbub eine Studie mit Konsumenten und Konsumentinnen durchführte, um das Less-Waste-Potenzial in den Haushalten der Supermarkt-Kunden und -Kundinnen zu erforschen. Für die Studie protokollierten 23 Haushalte vier Wochen lang ihre Lebensmittelabfälle und befolgten Tipps zur effektiveren Planung von Mahlzeiten, zur Lagerung von Lebensmitteln und zum ressourcenschonenden Kochen, die sie von den Tesco-Köchen erhalten hatten. 94 Prozent der Studienteilnehmerinnen und -teilnehmer sagten aus, dass sie nach dem Pilotprojekt weniger Lebensmittel verschwendeten als davor. Dabei sei das Verarbeiten und Essen von Resten die wichtigste Erfahrung, von der die Haushalte sich auch künftig im Alltag leiten lassen wollen (vgl. Tesco/Hubbub 2020).

Unverpackt ist keine Nische mehr

Wachsender Beliebtheit bei umweltbewussten Konsumentinnen erfreuen sich auch sogenannte Unverpackt-Läden. Die Zahl solcher Geschäfte ist in den vergangenen Jahren stark angestiegen, wie ein Blick auf die „Zero Waste Karte“ des Nachhaltigkeits-Blogs WasteLadendirekt zeigt (wasteladendirekt.com). Beim Einkauf in Unverpackt-Läden und den weiterhin anfallenden Abfall dokumentieren und diese Bilanz veröffentlichen. Das ist ein wichtiger Schritt, denn bislang war Lebensmittelverschwendung entlang der Wertschöpfungskette noch eine Black Box.



Foto: Knärzje

Foto: Bio Futura

Bier trinken und die Welt ein bisschen besser machen

BEST PRACTICE: KNÄRZJE

Daniel Anthes macht Biertrinken nachhaltig. Der Gründer und Geschäftsführer des Frankfurter Start-ups Knärzje kombiniert Brot, Bier und Zero Waste, denn mit Knärzje gibt es in Deutschland das erste ökologisch zertifizierte Zero-Waste-Bier. Wie das funktioniert? Mit Brot Assortiertes Brot wird vor der Tonne getreut und zu leckerem Bier gebraut. Der Erfolg des jungen Start-ups, das Genuss und Nachhaltigkeit zusammenbringt, spiegelt sich auch in zahlreichen Preisen wider. 2020 erhielt Knärzje zum Beispiel den Green Product Award und 2019 den Bundespreis „Zu gut für die Tonne!“ für besonderes Engagement. Seit Anfang 2021 gibt es das Brotbier (Knärzje ist übrigens heissisch für das harte Endstück des Brotes) auch über das Rhein-Main-Gebiet hinaus u. a. bei Altmärkten in Süddeutschland zu kaufen. knaerzje.de

Doggy Bag war gestern

BEST PRACTICE: BIO BESTE RESTE BOX

Bio Futura wurde 2008 in den Niederlanden gegründet und vertreibt inzwischen in über sechs Ländern kreislauforientierte Produkte für Gastronomie, Catering und Take-away. Das Unternehmen leistet mit dem Vertrieb nachhaltiger und umweltfreundlicher Alternativen statt des üblichen Einweggeschirrs einen wertvollen Beitrag zur Circular Economy. Das Verpackungsmaterial basiert aus erneuerbaren Rohstoffen und agrarischen Stoffen wie Zuckerrohr, Palmblatt, pflanzlicher Stärke, Bambus und Holz. Eine dieser Verpackungen ist die „Bio Beste Reste Box“. Die Gemeinschaftsaktion „Restlos genießen“ von GreenTable, dem Infoportal für nachhaltige Gastronomieangebote, und der Initiative „Zu gut für die Tonne!“ des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft animiert damit Restaurants dazu, Gästen das Verpacken ihrer Reste anzubieten. Mit der Bio Beste Reste Box können Gäste ihr Essen guten Gewissens einpacken lassen und im Nachhinein den späten Hunger stillen. biofutura.com/de/fsc-bio-beste-reste-box; zugriff=der-tonne.de/ueber-uns/aktion-restlos-geniessen



Foto: Restlos

Die CO₂-neutrale Biotoste

BEST PRACTICE: ETEPETETE

Schlau, frisch, anders. 2015 sagten Chris, Georg und Carsten der Lebensmittelverschwendung den Kampf an und gründeten Etepetete – eine CO₂-neutrale Biotoste. Mit der Mission, den Lebensmittelhandel ökologisch, nachhaltig und schlau zu gestalten, bietet Etepetete Umweltoptionen und Gemüseabgabern verschiedene Biotosten voller Bio-Obst und -Gemüse, das zu krumm, groß oder klein für den Supermarkt ist. In Zusammenarbeit mit einem Netzwerk regionaler und überregionaler Landwirte findet getreutes Obst und Gemüse klimaneutral und plastikfrei den Weg zu Kundinnen nach Hause. Versandwege, Produktionsprozesse und interne Unternehmensprozesse sind dabei natürlich grundlegend klimaneutral. eteepete-bio.de

App gegen Lebensmittelverschwendung

BEST PRACTICE: TOO GOOD TO GO

Die App „Too Good To Go“ macht Lebensmittelrettung ganz einfach möglich. Gastronominnen können über die App zu viel produzierte Lebensmittel zu günstigeren Preisen anbieten. Konsumentinnen können diese am Ende des Tages „retten“ – und dabei Gutes für die Umwelt tun. Die Anbieter wiederum holen ihre Kosten wieder herein und verkleinern ihren ökologischen Fußabdruck. So wird gemeinsam ein Beitrag gegen Lebensmittelverschwendung geleistet. In Deutschland hat die App inzwischen über 6.500 Partner, bestehend aus Hotels, Supermärkten, Restaurants und Bäckereien. 4,9 Millionen Menschen nutzen die App und es wurden bereits 6,8 Millionen Portionen durch Too Good To Go gerettet. Was als Leckerbissen gilt, ist allerdings immer eine Überraschung – je nachdem, was eben übrig bleibt. toogoodto.go



Foto: Too Good To Go, Fotografin: Lisa Lorenz

Wo wird der Food Waste privater Haushalte entsorgt (am Beispiel Schweiz)?

In der Schweiz wirft jede Person im Privathaushalt durchschnittlich rund 90 kg essbare Lebensmittel pro Jahr weg.



Quelle: BAFU 2019; foodwaste.ch

Wo entsteht Food Waste? Vergleich Deutschland, Österreich und Schweiz



Quellen: Schweiz: BAFU 2019; Österreich: WWF Österreich 2020; Deutschland: Johanna Henrich von Thünen-Institut 2019

„Lebensmittelverschwendung zu reduzieren ist eines der wichtigsten Dinge, die wir gegen den Klimawandel tun können.“

Chad Frischmann, Senior Director beim Klimaschutzprojekt Drawdown

Unterstützung dabei, weniger Lebensmittel zu verschwenden, bieten auch diverse Apps wie Karma (karma.life) oder Too Good to Go (toogoodto.go.de; siehe auch S. 55). Sie verbinden Produzenten, Restaurants, Cafés und Supermärkte mit Verbrauchern. Diese können via App noch genießbare Lebensmittelüberschüsse oder Waren, die das Verfallsdatum schon überschritten haben, aber noch völlig ohne Bedenken genießbar sind, günstiger erwerben.

Weitere Alternativen zur Wegwerfkultur, die zunehmend auch bei Konsumenten Anklang finden, sind das Upcycling überschüssiger Lebensmittel zu neuen Produkten, Ansätze wie „Make, Do and Mend“ oder die Prinzipien der Sharing Economy: „Produkt-zu-Produkt“ oder „Cradle-to-Cradle“ lauten die zukunftsweisenden Konzepte für eine höhere Ressourceneffizienz. Sie sind inspiriert durch das Vorbild der Natur, in der es keine Probleme mit „Abfall“ gibt. Dahinter steht die Absicht, Produkte zu entwickeln, deren Bestandteile in biologischen und technischen Kreisläufen zurückfließen können und gleichzeitig positive Effekte für Umwelt und Gesundheit haben.

Upcycling lautet als Weiterentwicklung des Recyclings eine neue Art in der Abfallverwertung ein: Um Müll zu reduzieren, wird Abfall als Material zur Schaffung neuer nützlicher Produkte verwendet.

T-Shirts aus verdorbener Milch, Strom aus Orangen

Was zuhause als Restetücke praktiziert und zunehmend auch von Kochbüchern und Rezeptdatenbanken im Internet unterstützt wird, greifen auch immer mehr Start-ups als eigenes Geschäftsmodell auf: Nicht verbrauchte Lebensmittel zu neuen Gerichten oder Produkten zu machen. Aus altem Brot werden Bier und Schaps Obet und Gemüse, das nicht schön genug für den Supermarkt ist, wird zu Fruchtleder oder Gemüschips verarbeitet, aus den Abfällen bei der Apfelproduktion werden Trinkhalme. Mi Terra, ein junges, 2008 gegründetes Start-up aus Kallertingen, wandelt mithilfe biotechnologischer Verfahren verdorbene Milch in nachhaltige Fasern um, aus denen T-Shirts produziert werden (intern.com). Dieses Geschäftsmodell hat Zukunft: Denn jährlich werden weltweit über 300 Millionen Tonnen Molkeerzeugnisse verschwendet. Etwa die Hälfte davon sogar, bevor sie überhaupt ein Geschäft erreichen – durch Verderb oder Nachschwendung auf dem Bauernhof oder bei Verteilung oder Export der Produkte (vgl. Gross 2018).

Anfang des Jahres 2020 sorgte die Stadtverwaltung von Sevilla mit einem Pilotprojekt zur Stromerzeugung für weltweites Aufsehen: Die circa 20.000 Orangenhäute, die das Stadthild von Sevilla prägen, lassen jährlich fast sechs Millionen Tonnen Bitterorange fallen, die nicht verzehrt bzw. verarbeitet werden können. Daraus kann in den Klimaräumen des städtischen Unternehmens Emasea Strom produziert werden, der – im Endausbau – 7.000 Haushalte mit elektrischer Energie versorgen könnte (vgl. Emasea 2021).

Gemüse- und Obstabfälle finden in Zukunft als wertvolle Futtermittel auch bei der Zucht von Insekten Verwendung. Etwas ist der man von „Larvin Farm“ in Wien errichteten Zuchtanlage (larvinfarm.com).

Wo wird der Food Waste privater Haushalte entsorgt (am Beispiel Schweiz)?

In der Schweiz wirft jede Person im Privathaushalt durchschnittlich rund 90 kg essbare Lebensmittel pro Jahr weg.



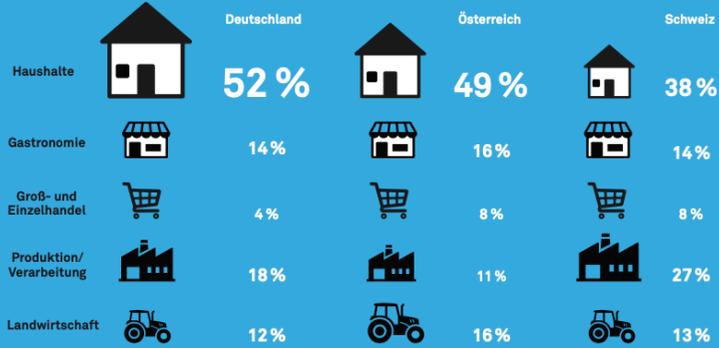
Quelle: BAFU 2019; foodwaste.ch

Wo entsteht Food Waste? Vergleich Deutschland, Österreich und Schweiz



Quelle: BAFU 2019; foodwaste.ch

Wo entsteht Food Waste? Vergleich Deutschland, Österreich und Schweiz



Quellen: Schweiz: BAFU 2019; Österreich: WWF Österreich 2020; Deutschland: Johann Heinrich von Thünen-Institut 2019



Photo: Uppringing Food

FOOD-TRENDS

From Waste to Wonderful BEST PRACTICE: UPPRINGING FOOD

Was als Abschlussarbeit begann, wurde zu einem erfolgreichen Start-up gegen Lebensmittelverschwendung: Etelinde van Dolsweert gründete 2018 das Start-up Uppringing Food, bei dem Nachhaltigkeit und Technologie aufeinandertreffen. Uppringing Food zaubert aus verschiedenen Lebensmittelresten mit Hilfe eines 3D-Lebensmitteldruckers neues Essen. Lebensmittelreste, vor allem Brot, Obst und Gemüse, werden so gemischt und kombiniert, dass Pürees entstehen, die sich dann in neue Lebensmittel verwandeln können. Die Drucke werden gebacken und dehydriert, damit die zugegebenen Snacks knuspriger und länger haltbar sind. Uppringing arbeitet mit High-End-Restaurants zusammen, um ihnen die Verwertung ihrer Lebensmittelreste zu ermöglichen. Inzwischen gibt es zahlreiche Rezepte, die auf Brot- oder auf Reisbasis beruhen. Für sein innovatives Konzept wurde das Start-up mehrfach ausgezeichnet, unter anderem mit dem EOC Colin Award 2018 – einem von der niederländischen Organisation Next Nature Network ausgelobten Preis, der „herausragende ökologische Helden“ ehrt.



59

FOOD REPORT 2022

Zero Waste

„Unser Geschäft ist es, Menschen gut zu bedienen, ohne ihnen dafür einen großen CO₂-Fußabdruck umzuhängen.“

Henry Rich von der Weinbar Rhodora in New York

Innovative nachhaltige Kochen aber geht über die sinnvolle Resteverwertung und die Anwendung von Kochrezepten wie „nose-to-tail“ oder „leaf-to-root“ hinaus. Es berücksichtigt auch, wie, wann und wo welche Lebensmittel angebaut werden. Viele schwedische Köche und Restaurants verzichten auf Zwischenhändler und kaufen direkt bei lokalen Erzeugern ein. Manche, wie Jacob Holmström und Anton Björk von Speis & Respaner Gastrotrog, kochen und servieren ihre Speisen nur auf der Grundlage dessen, was sie jeweils aktuell von ihren Lieferanten bekommen. Das tägliche Menü heißt augenzwinkernd stets „Let today's produce decide“.

Kochen, was gerade geartet wird

Ohne Menü zu kochen bedeutet fröhlich, das Restaurant erfahrene Köche brauchen, die gerne kreativ arbeiten. Schließlich kommen sie jeden Tag in die Küche, ohne zu wissen, welche Zutaten ihnen zur Verfügung stehen. Außerdem erhöht das Kochen ohne Menü den Kommunikationsaufwand mit den Gästen. Holmström und Björk sind sich davon überzeugt, „dass das Nichtwissen über die Zusammensetzung des Erlebnisses eines Degustationsmenüs steigert“ (gastrologi.com). Gourmets, die sich darauf einlassen, erhalten erst beim Verlassen des Restaurants – also nach dem Genuss – das angeordnete Menü mit den verschiedenen Gerichten.

Nachhaltige Gastronomie

Großes Potenzial bei der Vermeidung von Lebensmittelabfällen liegt auch in der Gastronomie. Mit hohem individuellen Engagement versuchen Gastronomen wie Paul Ivic (in seinen Tian-Restaurants in Wien und München) oder Henry Rich von New Yorker Rhodora, ihre Küchen nachhaltiger aufzustellen. In Schweden haben Gastronomen und Produzenten mit „Naturerke Hällbara Restaurang“ (hällbararestaranger.se) bereits ein Restaurant-Netzwerk gegründet, das Betriebe bei ihren Zero-Waste-Bemühungen mit dem nötigen Know-how unterstützt. Wissenschaftler und Nachhaltigkeitscoaches vom Beratungsunternehmen Sustainergies (sustainergies.se) führen bei jedem im Netzwerk vertretenen Restaurant 161-Analysen durch und entwickeln darauf basierend maßgeschneiderte Konzepte für die Abfallreduktion und ein besseres Energiemanagement.



FOOD-TRENDS



Photo: DingDums Dumlings

Teigtaschen aus überschüssigen Zutaten BEST PRACTICE: DINGDUMS DUMPLINGS

Das Berliner Gastronomie-Start-up DingDums Dumplings stellt aus Lebensmittelüberschüssen Teigtaschen her. Diese werden mit qualitativ einwandfreien Zutaten gefüllt, die aus einem Netzwerk von Lebensmittelzeithändlern und dem Großhandel stammen und sonst verschwendet würden. Durch Schockfrosten bleiben die Dumplings länger haltbar. Kunden können sich je nach Lust und Laune verschiedene Dumplings mit leckeren Sofen zusammenstellen, und natürlich werden die Teigtaschen in biologisch abbaubaren Materialien verpackt und geliefert. Für eine innovative und leckere Idee der Verwertung von Lebensmittelresten erhielt das Start-up bereits zahlreiche Preise und Auszeichnungen, wie zum Beispiel den Preis für nachhaltige Gastronomie oder den Next Organic Start-Up Award 2019.

dingdums.de

61



Photo: Nollia, Chefkoch/Markus Tomaszewski

Great sustainable Food BEST PRACTICE: NOLLIA & THE ZERO WASTE CHEF

Das finnische Restaurant Nollia, mit Sitz in einem historischen Jugendstilgebäude im Zentrum des Helsinki Design District, denkt Nachhaltigkeit ganzheitlich. Nicht nur die Gerichte, auch Kleidung und Energieverbrauch sind nachhaltig. Die Lebensmittel stammen von lokalen Landwirtinnen, Fischern und Produzentinnen, die sich ebenfalls auf eine nachhaltige Lebensweise fokussieren. Auch der eigene Kompostor spielt eine große Rolle: Die Lieferanten erhalten die kompostierte Erde und bringen diese auf ihre Felder zurück – so schließt sich der Kreis. Chefkoch des Nollia ist der aus Barcelona stammende Albert Franch Sunyer, der schon in Michelin-Stern-Restaurants weltweit kochte. Er sieht Zero Waste in der Gastronomie als zwingend erforderlich an. Ihm zufolge ist Zukunft nur möglich, wenn Köchinnen, Küchenchefs und Kellner dahingehend ausgebildet werden, nachhaltiger zu arbeiten. Diese Vision verwirklicht er im Nollia.

restaurantnollia.com

Zero Waste und klimaneutrales Catering-Unternehmen BEST PRACTICE: PURSLANE

Das New Yorker Catering-Unternehmen Purlane zeigt, dass Nachhaltigkeit auch in der Eventbranche umsetzbar ist. Als bislang einziges abfallfreies und CO₂-neutrales Catering-Unternehmen in New York ist Purlane ein Pionier auf diesem Gebiet. Das Unternehmen setzt neue Standards für Nachhaltigkeit in der Eventbranche. Hochzeiten, Feiern und Events sind von nun an: abfallfrei, plastikfrei und kohlenstoffneutral. Wie das funktioniert? Purlane bringt sein eigenes Kompostierungs-, Recycling- und TerraCycle-Programm zu jeder Veranstaltung mit. Geliefert wird ausschließlich in kompostierbaren, vollständig biologisch abbaubaren Behältern. Neben dem gesamten Kohlenstoffausstoß wird auch die Lieferkette komplett kompensiert, wobei das Unternehmen in regenerative Landwirtschaft und andere Projekte zur Kohlenstoffbindung in den Vereinigten Staaten und weltweit investiert. So schenkt Purlane seinen Gästen schöne Erlebnisse und köstliches Essen – und das rundum nachhaltig.

purlane.com

Take away and bring back

BEST PRACTICE: SKOONU

Keine Lust mehr auf Plastikmüll beim Verzehren des Lieblings-Take-aways? So ging es auch Isabelle Weigand. Sie gründete daraufhin kurzzerhand Skoonu, um nachhaltige Verpackungen für Essenslieferungen möglich zu machen. Der Name Skoonu ist afrikanisch und setzt sich aus „skoon“ = sauber, rein und „nu“ = jetzt zusammen. Skoonu stellt ein nachhaltiges Mehrweg-Geschirr-System für die Gastronomie zur Verfügung, wodurch Kunststoffverpackungen bei Take-away und Essenslieferungen vermieden werden können. Über die Skoonu-App können sich Konsumentinnen in ihr Lieblingsessen bei Skoonu-Partnerlokalen in Wien bestellen und sich dieses in Edeltalghäßen liefern lassen. Anschließend wird das Geschir bei einer Skoonu-Rückgabestation zurückgegeben. Damit bringt Skoonu kulinarische Vielfalt nachhaltig verpackt zu jedem nach Hause.

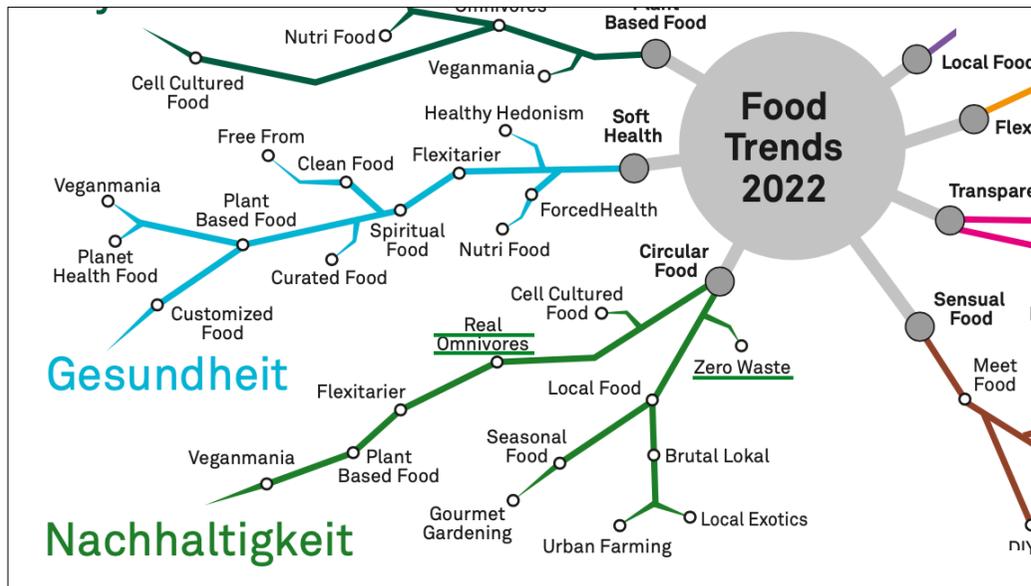
skoonu.com



Photo: Skoonu

Trendprognosen
Food Waste
blematisch
wirtschaftlich
Die Corona
telverschwendung
Bewusstsein
Konsumen
Pandemie
dank gestie
samer mit
weniger wa
verwerten
alltagstaug
sich immer
Auch auf a
mittelkette
Unternehm
um aus Le
herzustellen
nomen leis
wichtige B
bensmittel

60



FOOD REPORT 2022

Real Omnivore

FOOD-TRENDS

FOOD-TREND 03

Real Omnivore

Vielfalt für mehr Genuss und Verantwortung

Der „klassische“ Omnivore, der heute in unserer mittel- und nördereuropäischen Esskultur noch den Mainstream repräsentiert (hoher Fleischkonsum inbegriffen), gerät im Diskurs um „richtige“ Ernährung, die sowohl der persönlichen als auch der „Gesundheit“ des Planeten zuträglich ist, immer mehr in Argumentationsnotstand. Und auch wenn sich die älteren Generationen (opha) davon (noch) nicht wirklich beeindruckt lassen, bei den jüngeren Generationen Y und Z, und hier vor allem bei Frauen, spielen – neben tieretischen – vor allem klimarelevante Überlegungen bei der Wahl ihres Essens eine immer größere Rolle. Die demografische Entwicklung, die Megatrends Gesundheit, No-Ökologie und Gender Shift sind die entscheidenden Kräfte, die den Wandel unserer Esskultur, in der künftig neue Essstypen den Ton angeben, weiter vorantreiben werden. Nicht nur Vegetarierinnen, Veganer und Flexitarierinnen (vgl. Food Report 2014, S. 14ff. und Food Report 2016, S. 13ff), sondern auch die neuen „wirklichen Omnivores“.

Alles essen für den Planeten

Die Real Omnivores sind technikaffin und gegenüber neuen Entwicklungen im Food-Bereich, vor allem auch was Food-Tech angeht, wesentlich aufgeschlossener als die anderen Essstypen. Sie suchen nach weiteren Möglichkeiten für eine ausgewogene, nachhaltige Ernährungswiese, die sich nicht nur durch das Weglassen als problematisch wahrgenommener Lebensmittel aus-

76

77

FOOD REPORT 2022

Real Omnivore

FOOD-TRENDS

Was bei Real Omnivores in Zukunft auf den Teller kommt

Real Omnivores sind die Esser und Esserinnen der Zukunft. Technikaffin und gegenüber neuen Entwicklungen im Food-Bereich wesentlich aufgeschlossener als andere Essstypen, stellen die „jahren Altmeiste“ nicht weniger Möglichkeiten für eine ausgewogene, zuträglich Ernährungswiese, die sich nicht nur durch das Weglassen als problematisch wahrgenommener Lebensmittel auszeichnet und Genuss souverän mit Verantwortung verbindet.

Die Szenarien dafür, wie es dennoch gelingen könnte, zeichnen sich schon seit einiger Zeit ab (vgl. u.a. Food Report 2019, S. 10ff), und es gibt tatsächlich inzwischen immer mehr Alternativen zu einer primär auf tierischen Lebensmitteln aus traditioneller Produktion basierenden Ernährung. Und sie sind vielfältiger, als es die Empfehlungen der EAT Lancet Kommission veranlassen lassen, die sich zu sehr auf ein „Weniger da“ und auf ein „Mehr dort“ beschränken. Aber genau darauf – auf eine noch größere Vielfalt aller und völlig neuer Nahrungsmittelequellen – wird es in Zukunft ankommen. Auch wenn Lobbyisten bestimmter Ernährungswissenschaften oder Technologien uns die eine oder andere Alternative als allein zielführendes Königsweg verkaufen wollen.

Die Szenarien dafür, wie es dennoch gelingen könnte, zeichnen sich schon seit einiger Zeit ab (vgl. u.a. Food Report 2019, S. 10ff), und es gibt tatsächlich inzwischen immer mehr Alternativen zu einer primär auf tierischen Lebensmitteln aus traditioneller Produktion basierenden Ernährung. Und sie sind vielfältiger, als es die Empfehlungen der EAT Lancet Kommission veranlassen lassen, die sich zu sehr auf ein „Weniger da“ und auf ein „Mehr dort“ beschränken. Aber genau darauf – auf eine noch größere Vielfalt aller und völlig neuer Nahrungsmittelequellen – wird es in Zukunft ankommen. Auch wenn Lobbyisten bestimmter Ernährungswissenschaften oder Technologien uns die eine oder andere Alternative als allein zielführendes Königsweg verkaufen wollen.

Dem es sind die Konsumenten und Konsumentinnen, die im Zuge der neuen Konnektivität und aufgrund immer ausdifferenzierterer Food-Angebote (vgl. dazu auch S. 108) diese Auswahloptionen und damit ihre neue Macht immer mehr nutzen werden. Die Esserinnen und Esser der Zukunft werden sich nicht vegan ernähren, sondern auf zahlreiche unterschiedliche Nahrungs- und Nahrungsquellen zurückgreifen und durch diese Vielfalt eine ethisch und sozial gerechte, gesunde, ökologische und nachhaltige Ernährung verfolgen. Sie werden Obst, Gemüse, Getreide und Hülsenfrüchte essen, Pilze, Algen und Kräuter, Plant Based Food und das „gute“, das „wilde“ und das „ganze“ Tier essen, sowie Produkte aus Insekten oder aus Nistwölfen, die durch Fermentation aus Mikroorganismen gewonnen werden.

Quelle: EAT/Lancet, futurfoodstudios

78

79

nur durch das Weglassen als problematisch wahrgenommener Lebensmittel auszeichnet und Genuss souverän mit Verantwortung verbindet.

Alle neuen Lebensmittel

ing könnte, vgl. u.a. Food Report 2019, S. 10ff), und es gibt tatsächlich inzwischen immer mehr Alternativen zu einer primär auf tierischen Lebensmitteln aus traditioneller Produktion basierenden Ernährung. Und sie sind vielfältiger, als es die Empfehlungen der EAT Lancet Kommission veranlassen lassen, die sich zu sehr auf ein „Weniger da“ und auf ein „Mehr dort“ beschränken. Aber genau darauf – auf eine noch größere Vielfalt aller und völlig neuer Nahrungsmittelequellen – wird es in Zukunft ankommen. Auch wenn Lobbyisten bestimmter Ernährungswissenschaften oder Technologien uns die eine oder andere Alternative als allein zielführendes Königsweg verkaufen wollen.

mentinnen, und aufgrund der neuen Konnektivität und aufgrund immer ausdifferenzierterer Food-Angebote (vgl. dazu auch S. 108) diese Auswahloptionen und damit ihre neue Macht immer mehr nutzen werden. Die Esserinnen und Esser der Zukunft werden sich nicht vegan ernähren, sondern auf zahlreiche unterschiedliche Nahrungs- und Nahrungsquellen zurückgreifen und durch diese Vielfalt eine ethisch und sozial gerechte, gesunde, ökologische und nachhaltige Ernährung verfolgen. Sie werden Obst, Gemüse, Getreide und Hülsenfrüchte essen, Pilze, Algen und Kräuter, Plant Based Food und das „gute“, das „wilde“ und das „ganze“ Tier essen, sowie Produkte aus Insekten oder aus Nistwölfen, die durch Fermentation aus Mikroorganismen gewonnen werden.

Cultured Chicken on the Plate

Das klingt nach einem Spielplan, der noch vor wenigen Jahren völlig zutrotz erschien oder im Reich der Science-Fiction verortet wurde. Tatsächlich jedoch konnte Restaurantgäste in Singapur bereits Ende 2020 die ersten Speisen aus In-Vitro-Hühnerfleisch verkosten. Das Restaurant 1880 kooperierte hierfür mit dem US-Start-up Eat Just, um das „GOOD Meat Cultured Chicken“ anbieten zu können (886.com.sg/goodmeat.co). Und von den Toren Tel Aviv betet die „Cultured Chicken Fillet“ zu probieren (überblicken.kitchen).

auch die Vorbehalte gegenüber „Fleisch aus dem Labor“, wie sie noch 2021 nach der öffentlichen Verkostung des ersten In-vitro-Burgers überwogen haben. Die meisten Studien zur Akzeptanz von Cultured Meat, so stellt ein aktueller Bericht der University of Bath aus dem Jahre 2020 fest, kommen zu dem Ergebnis, dass die Mehrheit der Verbraucher und Verbraucherinnen in den USA, Europa und Asien kultiviertes Fleisch zumindest probieren würde, und ein beträchtlicher Anteil der Befragten sagt, dass sie es regelmäßig oder als Ersatz für konventionelles Fleisch essen würden (vgl. Bryant/Barnett 2020). Dabei spielen vor allem tier- und umweltbezogene Motive eine zentrale Rolle.

Die internationale Unternehmensberatung Kearney prognostiziert, dass in zwanzig Jahren nur noch 40 Prozent der weltweit verkauften Fleischmengen von lebenden Tieren stammen werden (vgl. Kearney 2020). Und diese werden zu einem guten Teil als tieretisch und ökologisch

Auch zahlreiche andere Start-ups stehen kurz vor der Marktreife ihrer Cultured-Meat- und Fish-Produkte. Schritt für Schritt schwinden bei vielen Konsumenten



In der Testküche von SuperMeat können die Gäste ihr Cultured Chicken genießen und einen Blick in die Produktionsanlage werfen.

Es geht nicht nur um Alternativen zu Fleisch, sondern um den Wandel der Fleischproduktion.



In Singapur Restaurant 1880 gab es Chicken Nuggets aus Laborfleisch zu verkosten.

unbedenklicher Produktion kommen. Damit gibt diese Prognose von einem rasanten Wandel aus, der unsere Landwirtschaft massiv verändern wird. Schon seit Jahrzehnten wächst der Bio-Anteil bei Fleisch langsam, aber stetig. Nun hat er durch Corona noch einen weiteren Wachstumsschub erfahren. In Regionen, in denen die landwirtschaftlichen Nutzflächen zu einem Großteil aus Grasland bestehen, werden immer mehr Viehzüchter auf Freilandhaltung umstellen, die noch deutlich artgerechter ist als in den Bio-Richtlinien vorgeschrieben. Nicht nur im alpinen Raum, wo die landwirtschaftlich genutzte Fläche mitunter zu 90 oder mehr Prozent aus Grünland besteht, auch in Großflächenn sind knapp zwei Drittel der Flächen praktisch nur als Weideland zu nutzen (vgl. Eurostat 2019). Fleisch von Rindern, Ziegen und Schafen, die auf Weiden gehalten werden, sowie von Wildtieren wird es also auch in Zukunft geben.

Für die Landwirtschaft bedeutet diese Entwicklung logischerweise eine große Herausforderung. Die notwendigen Umstellungen eröffnen aber auch für Bäuerinnen neue Chancen, ihre Betriebe zukunftsfähig zu machen. Für die Produktion von veganen Fleischersatzprodukten werden in Zukunft mehr Leguminosen (Hülsenfrüchtl.) nachgefragt. Zudem werden für die Produktion von kultiviertem Fleisch wie auch Fleisch von Wildtieren keine bzw. weniger klassische Futtermittel gebraucht. Die Ackerfläche, die heute für den Anbau von Tierfutter benötigt wird, kann für pflanzliche Lebensmittel verwendet oder renaturiert werden. In diesem Zusammenhang spielt auch der Heimtier-Food-Markt eine Rolle, wo tierische Proteine leicht durch in Labor oder Gärkank erzeugte Nahrungsergänzung ersetzt werden können.

The Possible Steak
Real Omnivores werden sich an diesem Fleisch nicht nur aus kulinarischen, sondern auch aus klimaschützenden Gründen erfreuen: Denn das Fleisch von sich auf Wiesen selbstständig erhaltenden (und meist länger lebenden) Tieren ist nicht nur viel geschmackvoller, die Dauergrünlandschaften, die nur durch grasende Tiere erhalten werden, sind auch mikrobiell aktive Böden und schlucken große Mengen des Kohlendioxids, das durch menschliche Aktivitäten zusätzlich in die Atmosphäre gelangt.

Es geht also aus nachhaltigen, klimaschonenden Überlegungen nicht nur um Alternativen zu Fleisch, sondern um einen Wandel der aktuellen Fleischproduktion. Dan Barber, der amerikanische Spitzenkoch und Autor des wegweisenden Buches „The Third Plate“, nennt Fleisch aus Weidewirtschaft daher – in Anspielung auf eine be-

rühmte Fleischalternative – „Possible Steak“. Und er ist sich dessen bewusst, dass das „amöliche Steak“, das viel Platz und Zeit braucht, für uns Konsumenten auch deutlich weniger Steak bedeutet. Und die Einsicht, dass Rinder und Schweine nicht nur aus Steaks bestehen.

Die Renaissance des fünften Viertels

Unter Gourmets und Sternköchen erinnert man sich zunehmend daran, dass insbesondere Inneren lange Zeit im Zentrum der großen Küchen dieser Welt standen, sei es in der französischen mit ihrem unendlichen Reichtum an Terrinen und Pasteten, sei es in den diversen chinesischen Regionalküchen, aus denen Schweinefleisch, Hühnermaggen, Kitten, Schweinefelle, Nieren, Herz, Zunge und Co. nicht wegzudenken sind. Oder in der italienischen, besonders der römischen Küche, in der Inneren den klingenden Namen „Quinto Quarto“ tragen, also das fünfte Viertel des Tieres. Und auch die Wiener Küche zeichnet sich durch eine lange Inneren-Tradition aus. Historische Kochbücher enthalten eine Fülle an Rezepten, die die heute oft als „aneid“ bezeichneten Teile preisen und darauf zielen, das geschlachtete Tier so effizient – und damit auch wertschätzend – wie möglich zu verwerten.

Das unsichtbare Fleisch

Nicht nur bei Inneren, auch im Hinblick auf den Verzehr von Insekten ist Bewegung in der Akzeptanz der Menschen gekommen. Mehr als ein Viertel der Befragten in der DACH-Region glauben laut einer Appinio-Umfrage aus dem Jahr 2020, dass Insekten-Food (auch) ein Bestandteil des Essens der Zukunft sein wird (vgl. Appinio 2020). Fast ebenso viele können sich nach einer Umfrage von YouGov in Deutschland aus demselben Jahr vorstellen, selbst Produkte aus Insekten zu essen (vgl. YouGov 2019). Zwar sind Insektenprodukte, vor allem Snacks mit einem hohen Insektenanteil, derzeit noch viel zu teuer, um die breite Bevölkerung anzusprechen. Mit der Anfang des Jahres 2021 von der Europäischen Behörde für Lebensmittelsicherheit (EFSA) verabschiedeten positiven Bewertung der Verwendung des Mehlwurms für die menschliche Ernährung wurde aber ein wichtiger Meilenstein auf dem Weg zu einer breiteren Kommerzialisierung von essbaren Insekten in der EU gesetzt (vgl. EFSA NDA Panel 2021). Auf Basis dieser Bewertung werden nun nicht nur innovative Start-ups, sondern auch große Lebensmittelkonzerne weitere Entwicklungen vorantreiben und Produkte mit Insekten-Komponenten bald günstiger auf den Markt bringen.

Davon, dass dies nicht nur nostalgische Verklärungen sind, konnten sich im Sommer 2020 internationale Gastro-Kritiker bei einem Koch-Event im Wiener Sterne-Restaurant „Steirereck“ überzeugen: Auf Initiative des Spitzenkoch-Netzwerks „Koch Campus“ zeigten ihre Mitglieder, welche kulinarischen Potenzial im fünften Viertel liegt (vgl. Ritzler/Reiter 2020; siehe auch Foto). In den meisten österreichischen Spitzenrestaurants gehen Inneren längst wieder zu fern. Bestandteilen der À-la-carte-Ménüs. Und die von Max Stiegl, dem österreichischen Koch des Jahres 2020, in seinem „Gut Purbusch“ immer wieder gebotenen Inneren-Ménüs sind regelmäßig Wochen im Voraus ausgebucht.

Der stets gegen Insekten ins Treffen geführte „Erfolgsfaktor“ spielt beim Großteil dieser neuen, mit Insektenbestandteilen bereicherten Lebensmitteln kaum eine Rolle, weil es überwiegend „invisible Insects“ sind, die auf dem Markt reüssieren werden: Protein-Riegel, Burger-Patties, Süß, Feigwaren und ähnliche Produkte, in denen Insekten in Mehlform verarbeitet werden, also unsichtbar sind. In puncto Nachhaltigkeit, Qualität der Proteine und bei spezifischen Nährwerten werden Produkte aus Insekten aber all jene überzeugen, denen die doppelte Gesundheit (die eigene und die planetare) am Herzen liegt.

„Das Streben nach gutem Essen ist auch das Streben nach biokultureller Vielfalt – das Streben nach einer Zukunft, in der jeder nicht nur essen, sondern auch gut essen kann.“

Michael Bom Frast, Department of Food Science an der Universität Kopenhagen



Eine Reise ins Innere



Erfolgsfaktor ade: Das Wiener Unternehmen Zipp Insects bietet Fertigmischungen mit Insektenmehl – für die eigene, aber auch für die planetare Bewusstheit.

für den „Impossible Burger“) als auch bald bei der Produktion von Cultured Meat – als vegane Nährstofflösung für das Zellwachstum.

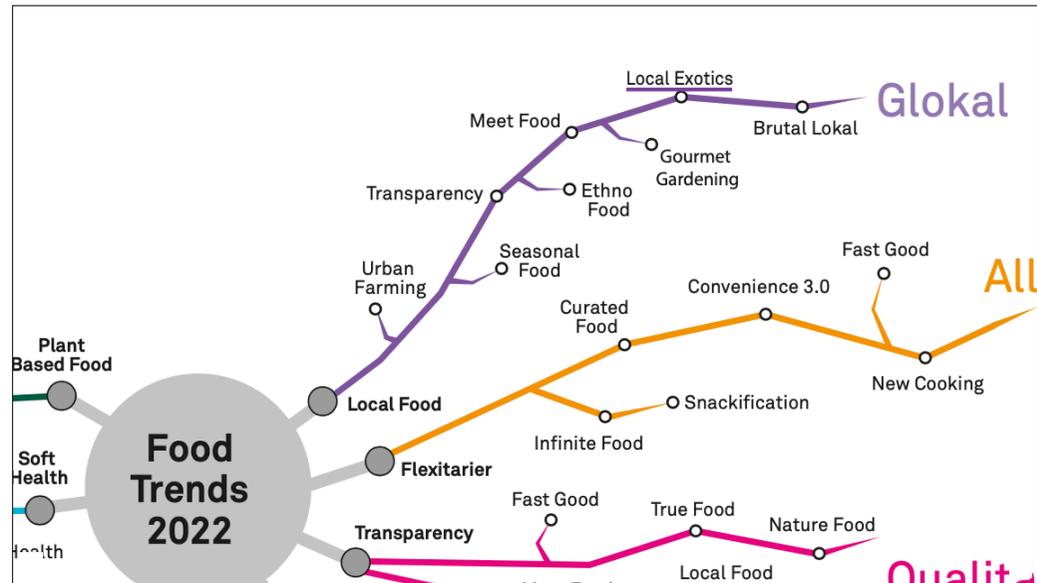
Die immer präziseren Fermentationsmethoden bilden die Basis für die Weiterentwicklung und die skalierbare Produktion von „pflanzlichen“ und „kultiviertem“ Fleisch. Weitere technische Fortschritte ermöglichen es zudem, Plant-Based-Produkte nicht nur geschmacklich zu verbessern, sondern auch die Konsistenz und die Zusammensetzung der Nährstoffe zu optimieren, die bei der ersten Generation pflanzlicher Fleischersatzprodukte noch viel Kritik ernteten. So hat etwa Beyond Meat Anfang 2021 zwei neue Versionen seiner pflanzlichen Burger in den USA auf den Markt gebracht, um den Geschmack noch fleischartlicher zu machen und die Nährwerte zu verbessern, indem u.a. der Gehalt an gesättigten Fettsäuren reduziert wird.

Wie in vielen anderen Bereichen hat die Covid-19-Pandemie auch einen neuen Fokus auf unser globales Nahrungsmittelsystem gelegt und den Aufstieg von Food-Tech-Unternehmen eingeleitet, die es sich zum Ziel gesetzt haben, die Klimakrise mit der (Weiter-)Entwicklung von Lebensmitteln zu lösen, die abseits der industriellen Landwirtschaft und Viehzucht regional und auch in urbanen Indoor-Farmen produziert werden. Die Eskalatur der Zukunft wird also an einer viel größeren Vielfalt an Nahrungsmitteln ausgerichtet sein, die weit über die Standards unserer heutigen Ernährung und das Vorstellungsvermögen vieler Konsumenten hinausgeht. Den Real Omnivores aber wird sie eine viel flexiblere Ernährungswiese ermöglichen als den heute fast schon zum Mainstream gehörenden Flexitariern.

Trendprognose
Real Omnivores sind die wahren Allesesser. Sie stehen für eine ausgewogene, nachhaltige Ernährung, deren Leitmotiv nicht Verzicht ist. Dabei haben sie keine Berührungängste mit Food-Tech-Innovationen oder außergewöhnlichen Zutaten oder Lebensmitteln – ganz im Gegenteil, sie werden von Neugier angetrieben, auch anderes und Neues auszuprobieren. Sie sind die Avantgarde, die unsere Esskultur auf den Prüfstand stellt und vorantreibt. Ihre Werte zählen auf die eigene Gesundheit, aber auch auf das Wohlbefinden der Gesellschaft und ein Leben in Einklang mit der Umwelt ein. Verantwortung und Vielfalt sind ihre Maximen, mit denen sie zukünftige Entwicklungen in der Gastronomie, Landwirtschaft und Lebensmittelindustrie vorantreiben und die Muster unserer Ernährungsgewohnheiten aufbrechen werden.

Farmfree Food
Es ist daher nicht überraschend, dass Insekten auch bei der Entwicklungsarbeit des von Claus Meyer und René Redzepi 2020 ins Leben gerufenen Nordic Food Lab eine zentrale Rolle spielen. Das an der Universität Kopenhagen angesiedelte Institut widmete sich der Erforschung neuer oder wenig genutzter Lebensmittelquellen und Zutaten sowie der Umsetzung bekannter und neuartiger Zubereitungstechniken. Seit 2018 werden die Aktivitäten des Nordic Food Lab als Teil des Future Consumer Lab der Abteilung Food Science an der Universität Kopenhagen weitergeführt. Ziel ist es, das gastronomische Potenzial in Bezug auf Geschmack und Textur zu erkunden sowie diese neuen Zutaten oder Lebensmittelquellen einer breiten

Masse zugänglich zu machen, bzw. die Lebensmittelpräferenzen zu analysieren und die Gesellschaft sowohl gesundheitlich als auch nachhaltig positiv zu beeinflussen. Neben Insekten stehen zudem Algen, Quallen, Flechten und Pilze im Fokus vieler Wissenschaftlerinnen. Weltweit beschäftigen sich mehr und mehr Food-Tech-Unternehmen auch mit der Vielfalt an Mikroorganismen, die durch die sogenannte Präzisionsfermentation zu variabel einsetzbaren Baustoffen für neue Lebensmittel werden können, für die es keine landwirtschaftliche Produktion mehr braucht. Aus diesem Grund firmieren sie unter dem Terminus „Farmfree Food“. Zum Einsatz kommen sie sowohl bei veganen Fleischersatzprodukten (bezieht z.B. schon bei der Produktion von Häm aus Soja



Local Exotics

Das neue kulinarische Paradoxon

Die Lockdowns haben nicht nur die Bedeutung lokaler Lebensmittelproduktion weiter verstärkt, sondern zugleich eine neue Sehnsucht nach kulinarischen Entdeckungen und exotischen Genüssen geweckt. Local Exotics versprechen, diesen Widerspruch in Zukunft aufzulösen.

Local Food – die Präferenz für regionale Lebensmittel – ist schon seit vielen Jahren ein wirkmächtiger Trend. Die Corona-Pandemie hat dieser Dynamik nun einen weiteren starken Schub verpasst. Zum einen hat das Virus ein neues Bewusstsein für die eigene Verletzlichkeit geschaffen: Sicherheit und Vertrauen beim Konsum haben dadurch einen noch höheren Stellenwert erhalten, und dieses Vertrauen wird in besonderem Maße regional produzierten Lebensmitteln entgegengebracht. Zum anderen hat das Virus auch unser Verhältnis zu den produzierenden Betrieben aus der unmittelbaren Umgebung verändert: Während der Lockdowns wurde eine neue Solidarität spürbar, die in den sozialen Medien mit Hashtags wie #supportyourlocals zum Ausdruck kam. Viele Menschen bestellen Gemüskästen-Abo-Boxen bei regionalen Bauern und Gärtnerinnen oder kaufen häufiger in kleinen Lebensmittelgeschäften ein.

Einer Umfrage des Marktforschungsinstituts Ipsos zufolge haben 79 Prozent der Deutschen während der Kontaktbeschränkungen in kleineren Läden im direkten Umfeld eingekauft; fast zwei Drittel wollen auch künftig ihr Konsumverhalten wandeln und vermehrt lokal und regional kaufen; und für 51 Prozent spielt neben der Unterstützung der lokalen Wirtschaft auch die Zusammenarbeit in der Gemeinschaft eine wichtige Rolle (vgl. PayPal 2020). Andere Studien belegen diesen Trend. So ist für 71 Prozent der Deutschen die regionale Herstellung von Produkten durch die Krise wichtiger geworden, und auch Saisonalität und Nachhaltigkeit haben bei der Wahl der Lebensmittel weiter an Bedeutung gewonnen (vgl. QVC 2020).

Die Lockdowns haben nicht nur die Bedeutung lokaler Lebensmittelproduktion weiter verstärkt, sondern zugleich eine neue Sehnsucht nach kulinarischen Entdeckungen und exotischen Genüssen geweckt. Local Exotics versprechen, diesen Widerspruch in Zukunft aufzulösen.

Local Food – die Präferenz für regionale Lebensmittel – ist schon seit vielen Jahren ein wirkmächtiger Trend. Die Corona-Pandemie hat dieser Dynamik nun einen weiteren starken Schub verpasst. Zum einen hat das Virus ein neues Bewusstsein für die eigene Verletzlichkeit geschaffen: Sicherheit und Vertrauen beim Konsum haben dadurch einen noch höheren Stellenwert erhalten, und dieses Vertrauen wird in besonderem Maße regional produzierten Lebensmitteln entgegengebracht. Zum anderen hat das Virus auch unser Verhältnis zu den produzierenden Betrieben aus der unmittelbaren Umgebung verändert: Während der Lockdowns wurde eine neue Solidarität spürbar, die in den sozialen Medien mit Hashtags wie #supportyourlocals zum

Einer Umfrage des Marktforschungsinstituts Ipsos zufolge haben 57 Prozent der Deutschen während der Kontaktbeschränkungen in kleineren Läden im direkten Umfeld eingekauft; fast zwei Drittel wollen auch künftig ihr Konsumverhalten wandeln und vermehrt lokal und regional kaufen; und für 51 Prozent spielt neben der Unterstützung der lokalen Wirtschaft auch die Zusammenarbeit in der Gemeinschaft eine wichtige Rolle (vgl. PayPal 2020). Andere Studien belegen diesen Trend. So ist für 71 Prozent der Deutschen die regionale Herstellung von Produkten durch die Krise wichtiger geworden, und auch Saisonalität und Nachhaltigkeit haben bei der Wahl der Lebensmittel weiter an Bedeutung gewonnen (vgl. QVC 2020).

Auf der anderen Seite haben die Corona-Beschränkungen – der erzwungene Rückzug ins Häusliche, die Stornierungen von Reisen ins Ausland, die Schließung der Restaurants – aber auch ein gegenteiliges Bedürfnis verstärkt: den Appetit auf Gerichte aus fernen, auch weniger bekannten Küchen und auf kulinarische Entdeckungen – die Sehnsucht nach exotischen Genüssen. Der Food-Trend Local Exotics führt diese beiden widersprüchlichen Entwicklungen nun zusammen.

Ingwer bis Garnelen, von Reis bis Wasabi, von Kiwi und Tilapia bis zu Feigen, Zitrusfrüchten und Melonen. Heute ist die Zahl der Betriebe, die exotische Lebensmittel produzieren, noch überschaubar, doch die Pioniere finden immer mehr Nachahmer.

Fast man den Begriff der „Exoten“ nicht nur geografisch und klimatisch, dann ist es kaum verwunderlich, dass auch ehemals übliche und häufig konsumierte Lebensmittel heute als exotisch wahrgenommen werden. Das gilt etwa für Schnecken, die in Wien bis um die Wende zum 20. Jahrhundert zu populären Gerichten verarbeitet wurden, oder für Tierrassen wie das Turpölschwein, das in Österreich noch bis in die 1990er-Jahre gehalten wurde. Werden diese Rassen nun auch in der Schweiz und Deutschland wieder gezüchtet und angeboten (siehe etwa biohof-hausberg.de), fallen sie in der Wahrnehmung der Konsumentinnen auch in die Rubrik Local Exotics.

Kurkuma & Co. aus der Region

Der regionale Anbau von „Exoten“ ist aber nicht nur unter Nachhaltigkeitsaspekten sinnvoll, sondern kann auch mit kulinarischen Vorteilen punkten. Das zeigt zum Beispiel die jungen WILDEN Gemüsbauern*, eine Gruppe von innovativen Landwirtinnen und Landwirten aus der Steiermark in Österreich, die neben Beeren, Tomaten und Spargel nun auch Ingwer anbauen (ldw.at). Auch am Standort Sewinkel im Burgenland wird vom Produktions- und Handelsbetrieb Veganis seit 2018 immer im Herbst Ingwer und Kurkuma geerntet (veganis.at). Beide Pflanzenarten haben im Zuge der Popularisierung asiatischer Küchen und fernöstlicher Wellnessbewegungen auch in die Küchen der deutschsprachigen Regionen Einzug gehalten.

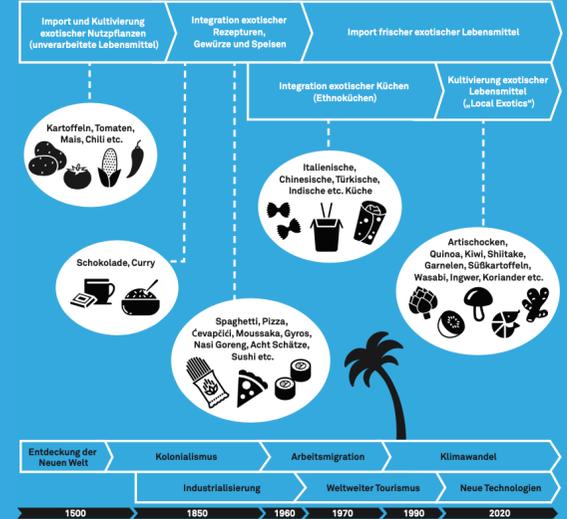
Geschmacklich ist der junge steirische oder burgenländische Ingwer seiner weitgerinsten Konkurrenz aus China, Nigeria oder anderen Herkunftsländern weit überlegen: je jünger und frischer die Ingwerwurzel, desto ausgewogener das Verhältnis von Aroma und Schärfe. In den Handel kommt der im Gemüsetunnel gezogene Ingwer aus der Steiermark ausschließlich als frisches Rhizom, das intensiv frisch zitronig schmeckt und eine angenehme Schärfe hat. Ganz frisch kann sogar die Schale mitverwendet werden.

Das gilt auch für die in den vergangenen Jahren immer populärer gewordenen Goji-Beeren, die Klaus Umbach auf dem Hofstar im baden-württembergischen Heilbronn nach biologischen Grundsätzen anbaut (gartenerlei-umbach.de). Gerade bei den „Superfrüchten“, die ja besonders bei gesundheitsbewussten Menschen sehr beliebt sind, wird der regionale Bio-Anbau in Zukunft eine noch größere Rolle spielen, da (billig) Importwaren oft mit Schwermetallen oder Rückständen von Pflanzenschutzmitteln belastet sind.



Bei Veganis im Burgenland werden Ingwer und Kurkuma angebaut und über den Biohof Achleitner vertrieben – die Qualitätskontrolle erfolgt gemeinsam.

Kleine Geschichte der Immigration und Integration exotischer Lebensmittel und Speisen in unsere Esskultur





Reis aus der Region
BEST PRACTICE: ÖSTERREICH

Die Idee, Reis in Österreich anzubauen, machte den hauptberuflichen App-Entwickler Gregor Neumayer zum innovativsten Nebenerwerbstätigsten Österreichs. Seit der Übernahme des Landwirtschaftsbetriebs seiner Eltern 2016 baut Neumayer Reis in der Nähe von Wien an. Im Unterschied zur ursprünglichen Anbauweise wird der Reis trocken angebaut und dabei ressourcenschonend mit Wasser aus der Donau versorgt, ohne Pflanzenschutzmittel oder Pestizide. Nach der Ernte wird der „Osterreis“ mithilfe einer Reismühle aus Japan schonend poliert.

osterreis.at



Das Kiloische Kinoa
BEST PRACTICE: FELDHEDLEN RHEINLAND

Quinoa gilt als Superfood und ist auch in Deutschland eine beliebte Beilage. Das jahrhundertalte Pseudogetreide stammt ursprünglich aus den südamerikanischen Anden und besitzt neben dem nussigen Geschmack auch dadurch, dass es von Natur aus glutenfrei ist. Die größten Produktionsländer sind Bolivien, Peru und Ecuador, doch aufgrund der hohen Nachfrage und dem wachsenden Bewusstsein für Regionalität erweitern zunehmend auch hierzulande Betriebe ihren Anbau auf die Quinoaplantage. Die „Feldhelden Rheinland“ sind der erste familiäre Landwirtschaftsbetrieb, der eine regionale Quinoa-Variante im Rheinland anbaut: Kinoa! Die kurzen Transportwege und ein verantwortungsbewusstes Landwirtschaften wirken sich positiv auf die CO₂-Bilanz aus. Weitere Quinoa-Produktvariationen sind bereits in Planung.

kinoa-rheinland.de



Foto: Andrea Frische Fisch.at

Meeresfische aus den Alpen
BEST PRACTICE: MICHA'S FRISCHE FISCH

Michael Wesonig ist Gründer des Unternehmens „Michi's frische Fisch“, einem Einmannbetrieb, der sich auf Fisch aus der Steiermark spezialisiert und bei der Zucht auf jegliche Chemikalien und Antibiotika verzichtet. Neben der biologischen Zucht von Gabelschärlingen und Zander widmet sich Wesonig im „Urban Fish Farming“-Projekt auch der Zucht von Meeresfischen. Die Wolfbarsche und Garnelen werden in einem umweltfreundlichen Kreislaufsystem gezüchtet, mit optimaler Wasserqualität und artgerechtem Futter. Mit seinem Unternehmen will Wesonig zur Vermeidung der Überfischung beitragen und nachhaltige Alternativen schaffen. Da ihm kurze Transportwege wichtig sind, vertreibt er seine Ware nur regional.

michis-frische-fische.at

Rindfleisch-Rarität aus Österreich
BEST PRACTICE: KOBE BEEF AUSTRIA

Das Kobe-Rindfleisch zählt zum besten Fleisch der Welt und ist ein wahres Luxusprodukt. Mit seiner einzigartigen Fettmarmorierung und dem zartglänzenden Gewebe schmeckt es unvergleichlich mürbe und nussig. Ursprünglich stammt das Fleisch von Wagyu-Rindern – in Japan auch Tajima-Ushi („Japanisches Schwarzvieh“) genannt – aus der japanischen Region Kobe. Als die Fleischsorte 2006 erstmals nach Deutschland kam, war sie noch eine Rarität. Der Österreicher Gerhard Zadrobilek beschloss daraufhin, seine eigene Zucht zu eröffnen. Besonders Wert legt er dabei auf hundertprozentige Reinrassigkeit, eine tierfreundliche Haltung und eine sorgsame Auswahl des Futters.

kobe-beef-austria.at



Foto: © Herbeus Greens GmbH

Vertical Farming für Babyfles
BEST PRACTICE: HERBEUS GREENS

Die nachhaltige Indoor-Farm Herbeus pflanzt ihre Microgreens und Babyfles vertikal an. Die innovative Methode ermöglicht die mehrfache Verwendung von Wasser – und reduziert den Verbrauch um bis zu 90 Prozent gegenüber dem herkömmlichen Anbau. Insgesamt werden 30 unterschiedliche Sorten von nährstoffreichen Grünblättpflanzen kontrolliert biologisch angepflanzt. In der lokalen Produktion erhält der Betrieb ungefähr 100 Ernten pro Quadratmeter Grünfläche. Die Pflanzen werden bei einer Bestellung frisch geerntet und noch am selben Tag ausgeliefert.

herbeusgreens.com



Foto: Tobias Pfleger/Herbeus

Queller vom Land
BEST PRACTICE: ZEEUWS ZILT

Queller ist ein Wildgemüse, das in der freien Natur an Nordsee-Salzwiesen und im Watt wächst – und ein kulinarisches Highlight. Da das Watt unter Naturschutz steht, haben niederländische Bäuerinnen und Bauern beschlossen, den Seespargel regional und nachhaltig anzubauen. Das Familienunternehmen Zeeuws Zilt baut dafür Queller auf dem Land an, unter Verwendung von Salzwasser aus dem Vosse- Meer. Das regionale Produkt kann sowohl zum Kochen als auch für die Kosmetik und Pflege weiterverarbeitet werden. Weil Queller durch seinen hohen Salzgehalt sehr salzig schmeckt, kann es auch als Salzersatz verwendet werden.

zeeuwszilt.com

Meeresfrüchte aus Bayern
BEST PRACTICE: CRUSTA NOVA

Verantwortungsvoller Fischkonsum gegen die Überfischung: Im oberbayerischen Längenreising züchtet das Tech-Unternehmen Crusta Nova Salzwassergarnelen, Meeresfrüchte und Salzwasserschnecken. In einer geschlossenen Aquakultur werden die Tiere artgerecht gehalten und gezoget, ohne Einsatz von Antibiotika oder Chemikalien. Die nachhaltige Kreislaufanlage ermöglicht die ressourcenschonende Wiederverwertung des Wassers durch Reinigung und Sauerstoffzufuhr. Crusta Nova wurde mit seinem System zur führenden landbasierten Farm in Deutschland. Die Produkte werden an Privatkunden und Fachhändler in Deutschland und Österreich vertrieben – mit Fokus auf Regionalität und kurze Transportwege.

crustanova.com



Foto: Crusta Nova GmbH



Foto: Crusta Nova GmbH

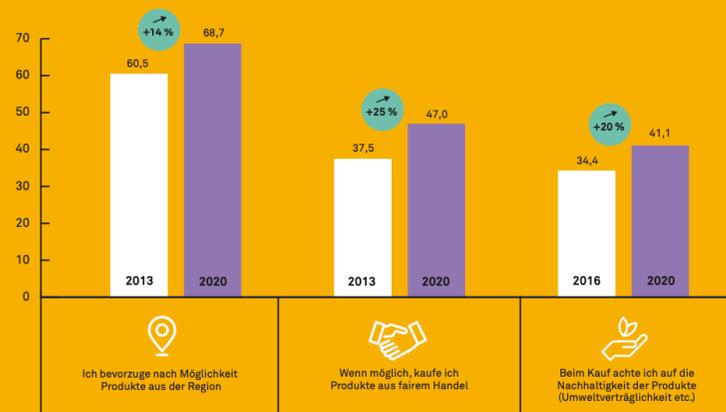
Der tiefgreifende Wandel in der Gesellschaft wirkt auf die Wirtschaft zurück. Mit der Verschiebung von **Werten** verändert sich auch die **Wertschöpfung**.

Harry Gatterer & Stefan Tewes



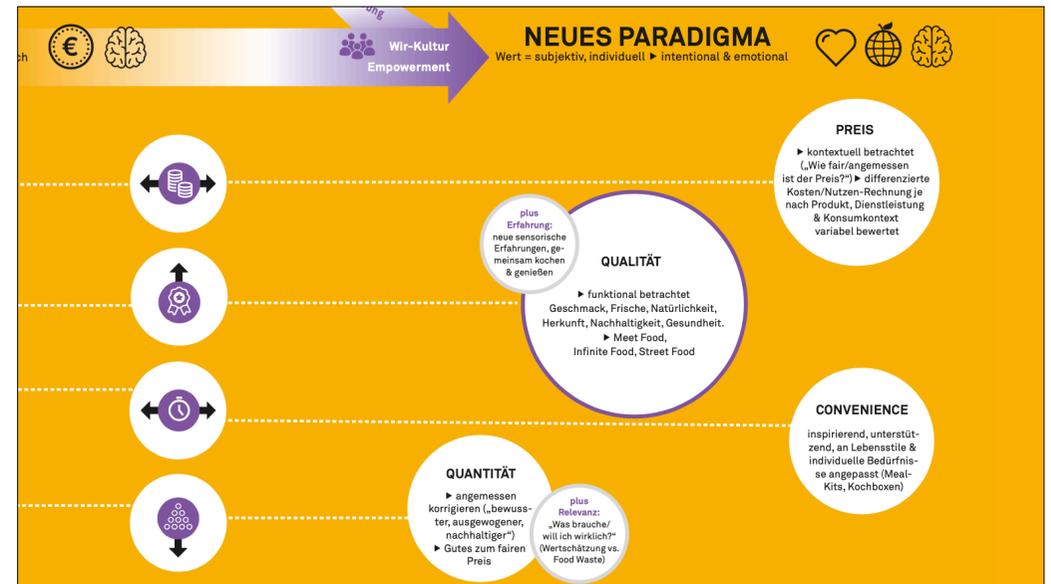
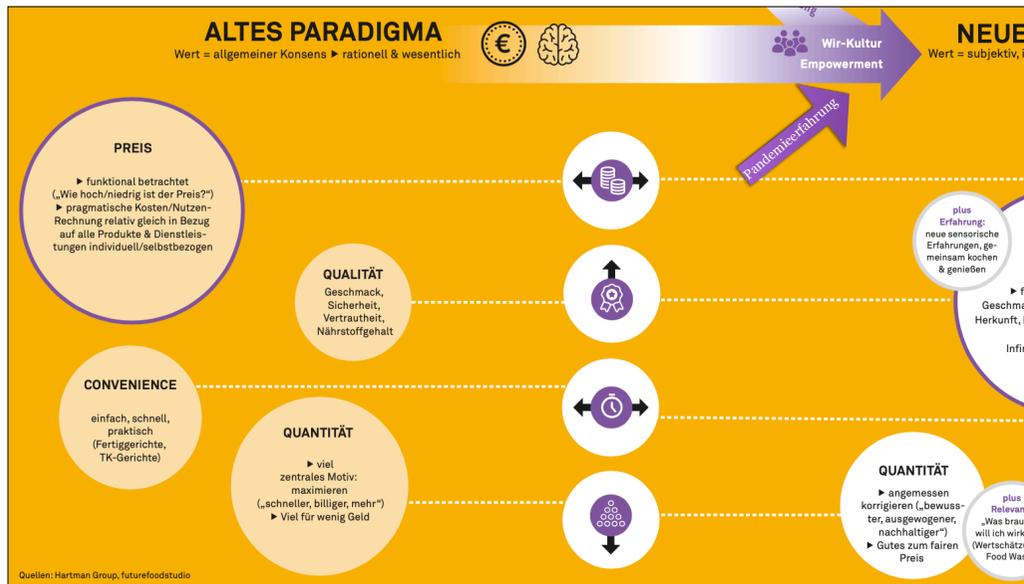
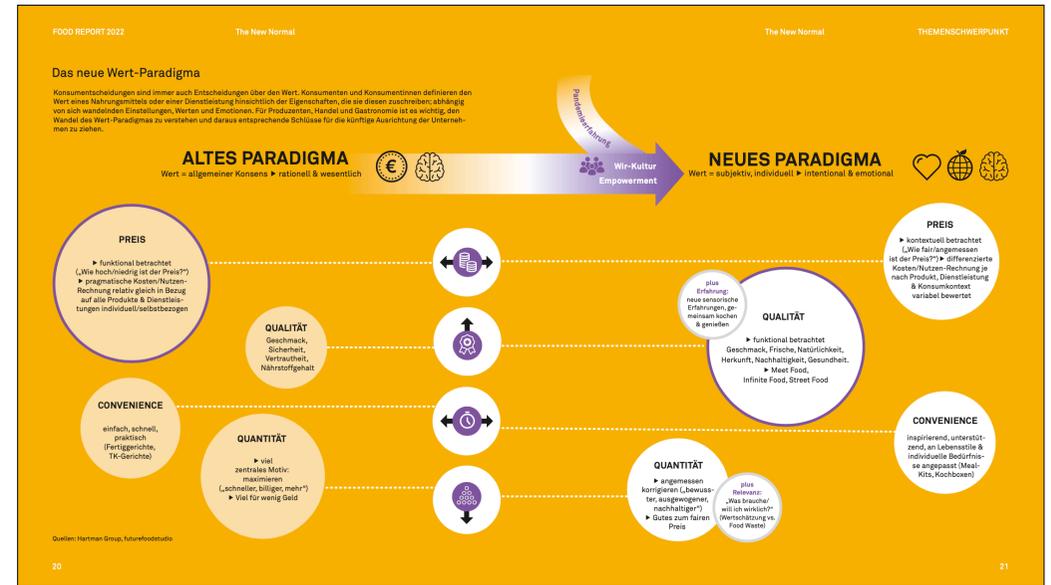
Werte und Haltung gewinnen an Bedeutung

Soziales und ökologisches Engagement ist Konsumenten immer wichtiger (Anteil in Prozent)



Quellen: b4p 2013, 2016 und 2020; Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren; GfK – Gesellschaft für integrierte Kommunikationsforschung 2021





Es braucht neue Visionen für die
Lebensmittelwirtschaft



Die Vision ist das Bild
einer Zukunft,
in dessen Mittelpunkt
die Organisation und
ihr Angebot steht.



Die Mission ist als Auftrag
zu verstehen und
formuliert die nötigen
Zielsetzungen, um die
Vision wahr zu machen.



Es braucht neue Konzepte für das
Ernährungssystem der Zukunft
Es braucht klare ethische, soziale und
ökologische Haltungen.

Kunden sind heute mündiger, informierter und
haben mehr Möglichkeiten als je zuvor.

VERÄNDERUNGEN

beginnen und enden beim Kunden.

Esskulturen haben sich schon immer
gewandelt.

Aber erst seit der Wende zum 21. Jahrhundert
beschreiben wir diesen Wandel mithilfe von

Food-Trends.

Menschen lernen über ihr Essen & die Wahl ihrer Lebensmittel

befreit von Mangel, Traditionen und sozialen Normen
selbst zu entscheiden.

Und sie entscheiden
**emotionaler, moralischer,
gesünder & nachhaltiger**
und dank digitaler Netzwerke
kooperativer.

Unsere **neuen CORONA-Verhaltensweisen**
erzählen von neuen

Konsumhaltungen,
von **neuen Werten,** die unsere
Märkte verändern.

Auf eine Zeit der großen Unsicherheit
folgt eine Zeit, in der
plötzlich möglich wird,
was vorher undenkbar
war.

