

Lebensmittel  
Zeitung

zukunftsInstitut

HANNI RÜTZLERS

# FOODREPORT

2019

# FOOD TRENDS



FOOD-TREND

01

*Die kulinarische Aufwertung von pflanzlichen Nahrungsmitteln ist in vollem Gange. Entscheidend hierbei: Nicht mehr die Imitation von tierischen Produkten, sondern Gesundheit und Fitness werden in den Fokus gerückt.*

Sprache schafft Wirklichkeit. Das wissen wir spätestens seit den Diskursen um die Political Correctness. Mitunter verschleiert sie aber auch, worum es tatsächlich geht. Der derzeit populärste Trendbegriff heißt – natürlich auf Englisch – „Plant Based Food“. Das klingt gesund, ethisch und ökologisch korrekt und doch nicht nach Entsagung. Und er umfasst viele unterschiedliche Trendausprägungen. Von einer flexitarischen über eine vegetarische Ernährung bis hin zu veganen Novel-Food-Produkten, die auf pflanzlicher Basis tierische Produkte imitieren: Shrimps und Geflügel, Rindfleisch und Thunfisch, Joghurt- und Milchgetränke.

**Vegan vs. Plant Based**

Der „Trick“ vieler innovativer Start-ups, die sich unter dem Motto „Plant Based Food“ an die Kreation neuer, tierfreier Produkte machen, ist, den von vielen Konsumenten als ideologischen Kampfbegriff inklusive Verzichtsgelot wahrgenommenen Terminus „vegan“ zu vermeiden und damit auch die wachsende Zahl von Menschen anzusprechen, die sich gesünder ernähren

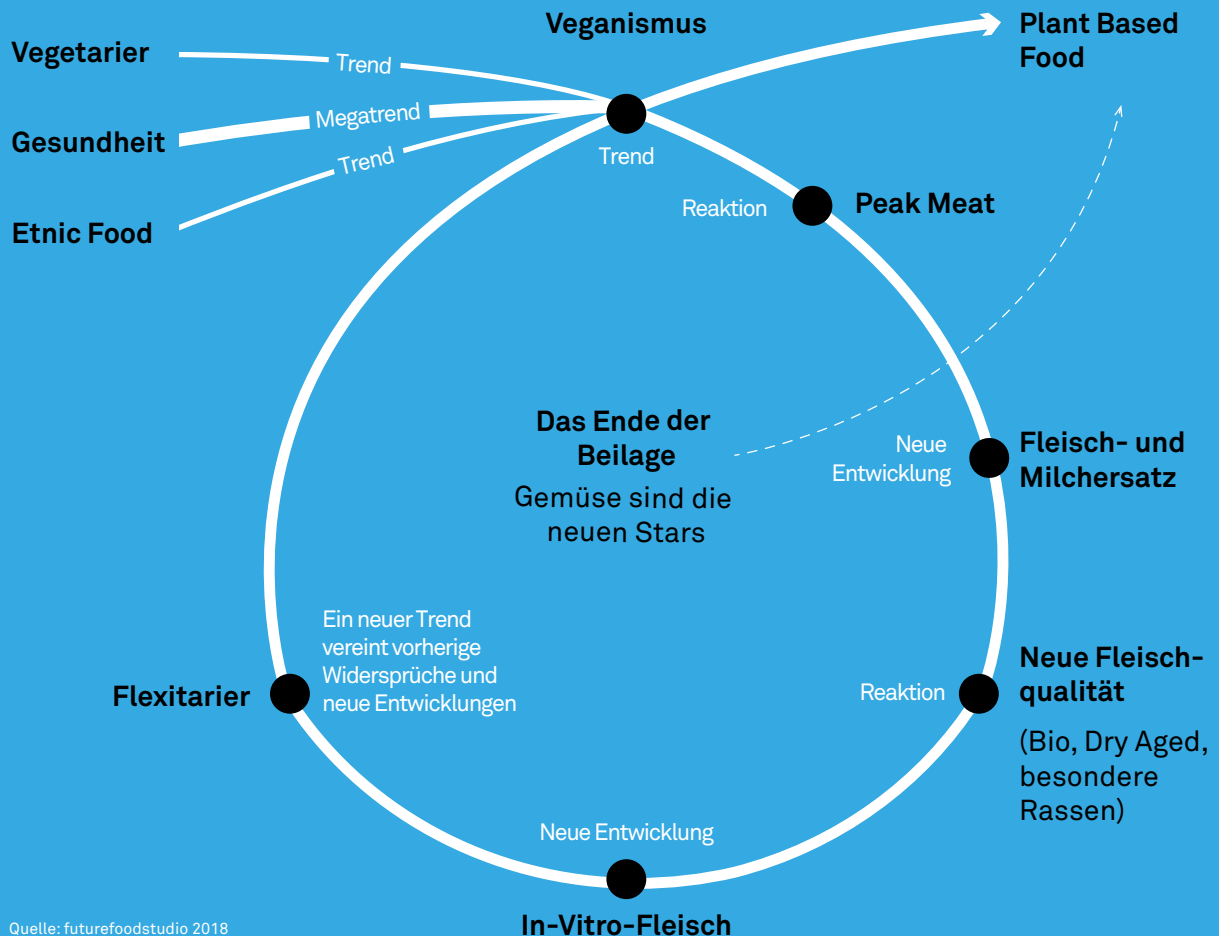
und den extensiven Fleischkonsum auch aus ökologischen Motiven reduzieren wollen, rigiden Diätformen aber skeptisch gegenüberstehen.

**Pflanzen sind die neuen Stars**

Plant Based, das ist genau genommen auch ein Gericht im Restaurant oder am heimischen Esstisch, bei dem Gemüse und Getreideprodukte die Hauptrolle spielen und Fisch oder Fleisch höchstens die kleine, willkommene Beilage darstellen. Der Trend bildet also eine Entwicklung ab, die sich auf vielen Ebenen unserer Esskultur beobachten lässt: Spitzenköche, die – wie Alain Passard im L'Arpège in Paris oder Heinz Reitbauer im Steirereck in Wien – Gemüse zu den Stars auf ihren Tellern machen; die Renaissance der Wochenmärkte, auf denen Salate, Obst, Kräuter und Gemüse dominieren, hohe Zuwachsraten bei veganen Produkten auch in heimischen Supermärkten, der Boom an vegetarischen Kochbüchern und die wachsende Selbstverständlichkeit, mit der auch in einfachen Gasthäusern und in Betriebskantinen (vgl. S. 30) nicht nur ein Alibi-Veggie-Gericht angeboten wird.

# Trend-Evolution: Die Entwicklung von Plant Based Food

Auch Food-Trends befinden sich in einer permanenten Evolutionsschleife. Sie stehen selbst unter dem Einfluss der Veränderungen, die sie in unserer Esskultur erzeugen. Jeder Trend erzeugt eine Gegenbewegung, die entweder als direkter Gegentrend zu verstehen ist oder als eine aus einem Trend hervorgehende Entwicklung, die Auflösung und neue Verbindungen befördert. Der Megatrend Gesundheit, Food-Trends wie Ethic Food und die Vegetarier-Bewegung kulminieren im Veganismus, der zur Entwicklung neuer Nahrungsmittel führt, aber auch einen starken Gegentrend anstößt. Daraus entwickelt sich wieder etwas Drittes, ein neuer Trend (Flexitarier), der die vorherigen Widersprüche in sich vereint und damit die Trendentwicklung weiter auf eine höhere Stufe der Komplexität treibt.



Quelle: futurefoodstudio 2018



# FOOD TRENDS

SEITE **10**

- *Update*
- *Plant Based Food*
- *Transparency*
- *Healthy Hedonism*



# KANTINE

SEITE **30**

*Nouvelle Cantine –  
Die Zukunft der  
Betriebsrestaurants*

THEMEN-  
SCHWERPUNKT



***Nouvelle  
Cantine –  
Die Zukunft  
der Betriebs-  
restaurants***

**K**antinen und Betriebsrestaurants gehören zwar zum Alltag, doch gelten sie nicht gerade als Orte für gutes Essen. Wer kann, isst auswärts. Allerdings zeigt der Realitäts-Check: Kantinen sind inzwischen oft besser als ihr Ruf. Die Gemeinschaftsgastronomie war lange Zeit das vernachlässigte Stiefkind der Branche.

Nun hat sie – ganz im Aufwind der neuen Arbeitskultur – einiges aufgeholt und schickt sich an, das ein oder andere Restaurant in Sachen Qualität, Kreativität, Design und Service zu überflügeln. Hinzu kommt das wachsende Bedürfnis der Menschen nach einer gemeinschaftlichen Esskultur, die auch das Teilen der Speisen, aber vor allem die Kommunikation und das gemeinsame Genießen des Essens beinhaltet. Wer den Tag mit Wissensarbeit vor dem Rechner verbringt, weiß solch kommunikative und sinnliche Pausen zu schätzen – und eben auch zu nutzen, um Kraft zu tanken und neue Ideen zu entwickeln. Unternehmen sind sich der Bedeutung von Kantinen, Cafeterias, Snackpoints und Co. zur Förderung der Produktivität und Erhöhung der Motivation durchaus bewusst.

Die Betriebskantine ist das perfekte Schaufenster, um einen Einblick in die Unternehmenskultur und in die Wertschätzung der Mitarbeiter zu bekommen.

## DIE NEUE KANTINENKULTUR

Gemeinschaftsverpflegung – das war noch vor nicht allzu langer Zeit eine kulinarische Drohung. Und ist es in vielen Fällen leider noch immer. Wir alle haben mehr oder weniger eindrucksvolle Erinnerungen an miserables Mensa-Essen, lausig schlechte Internatsverpflegung und eintönige Kantinenmenüs. Resopal-Tische mit unbequemen Holz- oder Plastikstühlen inbegriffen.

Doch seit einigen Jahren ist Bewegung in die betriebliche Gemeinschaftsverpflegung gekommen. Die Megatrends Individualisierung, Konnektivität, New Work und Gesundheit hinterlassen auch in Kantinen, Mensen und sogar bei der Verpflegung in Schulen, Krankenhäusern und Seniorenheimen immer tiefere Spuren – und das im positiven Sinne. Zerkochtes Gemüse gehört inzwischen immer häufiger der Vergangenheit an – stattdessen werden die Gerichte frisch vor den Augen der Gäste zubereitet. Einige Kantinen verzichten sogar auf die Selbstbedienung inklusive Tablett, Essensausgabe und Schlangestehen an der Kasse und bieten die Auswahl und das Servieren der Gerichte am Tisch an.

Die neuen Betriebskantinen ähneln immer stärker richtigen Restaurants, nicht nur im Design, sondern auch im vielfältigen, qualitätsorientierten Angebot. Für viele Unternehmen sind sie inzwischen zum Aushängeschild ihrer Corporate Identity geworden sowie der Motor einer neuen Arbeits- und Kommunikationskultur, die unter dem „New Work“-Paradigma die alten, linearen Strukturen der Industriegesellschaft ablöst. Übergreifende Denk- und Arbeitsstrukturen gehören immer mehr zur täglichen Bürorealität, die sich auch bei der Organisation der Mitarbeiterverpflegung widerspiegelt.

### Essen in Zeiten von Work-Life-Blending

Zu den prägenden Merkmalen dieser neuen Arbeitsrealität zählen flexible Arbeitsbedingungen, selbständige Tätigkeiten und ein zunehmendes Work-Life-Blending: Die Grenze zwischen Beruf und Privatleben wird immer unschärfer. Und das heißt: Beim Arbeiten wird gelebt, und beim Leben wird gearbeitet. Zum einen, weil das

## Betriebliche Esskultur ist Ausdruck der Wertschätzung für Mitarbeiter.

Zusammenwachsen von physischer und digitaler Welt einen mobilen Always-on-Lifestyle mit flexiblen Arbeitsorten und -zeiten begünstigt. Zum anderen, weil die Ära der Selbstaufgabe für den Job schlicht vorbei ist. Arbeit entwickelt sich vom traditionellen „Arbeitenmüssen“ zum selbstbestimmten „Arbeitenwollen“ und „Arbeitenkönnen“. Viele neue Jobs werden nicht mehr als Zwang zur Sicherung des Lebensunterhalts betrachtet, sondern als Tätigkeiten, die stolz machen und erfüllen sollen.

Wer Mitarbeiter – potenzielle oder bestehende – nachhaltig motivieren und langfristig an sich binden will, muss nicht nur alternative Karrieremodelle, sondern auch ein Arbeitsumfeld anbieten können, das diesen neuen Werten entgegenkommt. Betriebsrestaurants und Corporate Cafés werden damit immer mehr zu wichtigen Bausteinen dieses neuen Arbeitsumfelds; Arbeitgeber im übertragenen wie auch im wortwörtlichen Sinn zu Gastgebern, Unternehmen zu funktionalen Äquivalenten von Freunden und Familie. Speziell die persönliche Interaktion, das direkte Miteinander, wird in Zukunft an Bedeutung gewinnen. Dabei spielt das gemeinsame Essen eine zentrale Rolle. Es wird, wie es der dänische Starkoch René Redzepi präzise auf den Punkt bringt, „über lange Sicht das sein, was uns im Zeitalter der immer schnelleren Digitalisierung noch mit der analogen Welt verbindet“ (Rolff 2017). Insbesondere in jüngeren Firmen wird die Pflege einer solchen Unternehmenskultur professionell durch spezielle Corporate Culture Coordinators oder Feelgood-Beauftragte gemanagt.



---

# Die sozialisierende Kraft von Essen und Trinken gewinnt auch in Betrieben immer mehr an Bedeutung.

---

## Investitionen in ein Kantinen-Upgrade

Google, Spotify, Dropbox & Co. haben es vorgemacht. In ihren Betriebsrestaurants geht es nicht mehr um schnelle Kalorienaufnahme. Es geht um Genuss, bewusste Entspannung und – ja, vor allem auch um Kommunikation, um Vernetzung und kreativen Austausch. Seit manuelle, kraftraubende Tätigkeiten aus dem Alltag vieler Menschen verschwunden sind – insbesondere aus dem der Angehörigen gut ausgebildeter Schichten, die ihrer Arbeit in Steuerberatungsgesellschaften, Ministerien, Banken und Versicherungen oder hinter den Bildschirmen zur Steuerung von Fertigungsrobotern nachgehen –, stellen Kantinengäste andere Anforderungen an die betriebliche Verpflegung. Nicht nur im Hinblick auf Nährwerte und kulinarische Angebote, sondern auch im Hinblick auf zeitlich und räumlich flexible Lösungen.

Unternehmen sind daher gefordert, ihre Betriebskantinen fit zu machen für das 21. Jahrhundert: Wissensarbeit ist keine Fließbandarbeit, die sich nach geregelten Zeiten abrufen ließe – der beste Geistesblitz kann beim Zähneputzen, beim Joggen oder beim Small Talk mit Kollegen aus anderen Abteilungen beim gemeinsamen Mittagessen kommen. Das scheint sich nun auch in deutschen Unternehmen herumzusprechen. In vielen Betrieben verbessert sich damit auch das Investitionsklima: Laut aktuellem GV-Barometer der Internorga beabsichtigen 59 Prozent der befragten Entscheider, 2018 Investitionen in ihre Betriebsrestaurants zu tätigen; davon mehrheitlich größere Betriebe, in deren Kantinen mehr als 1.000 warme

Mahlzeiten pro Tag serviert werden. Betriebe investieren vorwiegend in die Ausstattung zum Kochen und Backen sowie in allgemeine Utensilien wie Geschirr und Besteck. Vor allem um die Arbeitsplätze in den Küchen zu optimieren, Energiesparpotenziale auszuschöpfen und neue Technologien zu implementieren, die den veränderten Anforderungen bei der Zubereitung frischer Speisen und Cook-and-Chill-Menüs, aber auch bei der Abfallvermeidung und Resteentsorgung entsprechen. Denn gerade in der Großgastronomie besteht hier ein beachtliches Potenzial für positive ökologische Effekte. Diese wollen immer mehr Unternehmen, die sich prinzipiell einer nachhaltigen Produktion verpflichtet haben, auch bei der Mitarbeiterverpflegung nutzen.

## Essen schafft Kommunikation schafft Produktivität

Ebenfalls stehen Ausgaben für die Gasträumgestaltung oben auf der To-do-Liste. Im Idealfall entstehen dabei Räume bzw. Zonen, die nicht nur dem Konsum dienen, sondern – dank der digitalen, mobilen Ausrüstung der Mitarbeiter mit Laptops und Tablets – auch als alternative, temporär nutzbare Gesprächs- und Arbeitsplätze verwendet werden können. Denn im Zentrum der „Digitalisierung“ steht nicht die eigentliche digitale Vernetzung, sondern stehen vielmehr neue kulturelle Qualitäten, eine organische und vertrauensvolle Kultur auch des analogen Miteinanders. Um die kreative Produktivität zu steigern, werden Räume künftig bewusster gestaltet und über Abteilungsgrenzen hinaus genutzt. Der Dialog wird zum zentralen Thema. Besonders beim Essen findet häufig jene informelle Kommunikation statt, die Ideen leichter „reisen“ lässt. Unternehmen, in denen „Socializing“ ein aktiver Bestandteil der Kultur ist, haben eine höhere Produktivität. Laut des Workplace Survey 2016 von Gensler haben innovative Mitarbeiter doppelt so häufig Zugang zu Cafeterias und Outdoor Spaces – und nutzen diese Möglichkeiten auch. Wo Mitarbeiter allein vor dem Computer essen, geht Produktivität verloren. Die Betriebsgastronomie sollte daher mit ihrem Angebot fließender werden und in jedem Winkel eines Unternehmens, zu jeder Zeit des Tages Menschen für eine „kreative Auszeit“ zusammenbringen.

# Nouvelle Cantine: Von der Essstation zum Genuss- und Kommunikationszentrum

## Betriebsverpflegung

einfach, praktisch, günstig und berechenbar

zeitlich/räumlich unflexibel (one fits all)

deckt physiologischen Bedarf

Teil des betrieblichen Gesundheitskonzeptes

## Betriebsrestaurant

gesünder, nachhaltiger, erlebnis- und serviceorientiert

zeitlich und räumlich flexibel

Berücksichtigung individueller Wünsche

Angebote für unterschiedliche Zielgruppen

**Fokus auf Entspannung bzw. Inspiration**

Genuss- und gesundheitsorientierte kulinarische Angebote

Fokus auf Nachhaltigkeit in der gesamten Produktionskette

gutes Preis-Leistungs-Verhältnis

**Teil der Kommunikations- und Regenerationskultur**

Die Rahmenbedingungen in den Unternehmen dahingehend zu optimieren, dass Mitarbeiter sich gesünder ernähren, ist auch in Europa zu einem zentralen Bestandteil des betrieblichen Gesundheitsmanagements geworden. Während innovative Unternehmen in den USA dabei gezielt auch die Vielfalt an neuen Fleischersatzprodukten im Auge haben, setzen europäische Kantinenbetreiber verstärkt auf biologische Ausgangsprodukte und frische Zubereitung.

## Essen wird zum emotionalen Schaufenster von Unternehmen und Organisationen.

### Essen ist politisch – Kantinen-Essen ist politischer

Dass Essen keine reine Privatsache ist, davon sind auch Food-Aktivist\*innen wie Hendrik Haase, Gastrosophen wie Harald Lemke und Gourmetkritiker wie Jürgen Dollase überzeugt, die Essen ganzheitlicher betrachten. Dollase hat sich daher kritisch der Mensen an deutschen Universitäten angenommen. Für die Frankfurter Allgemeine Zeitung berichtet er regelmäßig in einem eigenen Blog über seine Erfahrungen mit dem mittäglichen „Studentenfutter“ und findet dabei durchaus auch positive Beispiele. Oder er zeigt im Rahmen eines Seminars, wie man sich auch in Kantinen auf ein höheres kulinarisches Niveau kochen kann, ohne dabei auf besonders teure Ausgangsprodukte angewiesen zu sein.

Gesundheitsorientierte Steuerung des Caterings gewinnt auch in Deutschland immer mehr an Bedeutung. Das darauf spezialisierte Beratungsunternehmen GESOCA hat unter dem Motto „Gäste locken – Gäste führen – Gäste VERführen“ ein einfaches Orientierungssystem auf Ampelbasis entwickelt, das es Kunden erleichtert, sich

ausgewogen zu ernähren, und Unternehmen den Umstieg von der bloßen Subvention des Caterers zur gezielten Investition in Unternehmensgesundheit ermöglicht. Grün markierte, d.h. ernährungswissenschaftlich als nahrhaft und gesund bewertete Gerichte werden bei Kantinen nach dem GESOCA-Modell vom Unternehmen stärker subventioniert. Bei gelb oder rot markierten Gerichten zahlt der Mitarbeiter mehr für sein Gericht. Der liechtensteinische Werkzeughersteller Hilti ist eine der Firmen, die in ihrer Werkskantine mit diesem Konzept die Mitarbeitergesundheit unterstützen wollen.

### No-Cafeteria Zone

Einen ganz anderen Weg geht das US-amerikanische Medienunternehmen Bloomberg in seinem neuen Headquarter in der Queen Victoria Street in London. Bewusst wurde in dem von Stararchitekt Norman Foster entworfenen Gebäude auf ein Betriebsrestaurant verzichtet. Die Mitarbeiter sollen motiviert werden, das Büro zu Mittag und in den Pausenzeiten zu verlassen und eines der zahlreichen Restaurants im Quartier aufzusuchen. Er wollte damit, so CEO Michael Bloomberg, das „Google-Syndrom“ vermeiden: dass Mitarbeiter „süchtig“ nach ihrem Arbeitsplatz werden, weil sie mit kulinarisch ansprechenden Gratis-Menüs und luxuriösen Aufenthalts- und Relaxing-Räumen verwöhnt werden, die kein privates Wohnzimmer toppen kann (Prynn 2017).

Im neuen Bloomberg Centre sollen die Mitarbeiter raus auf die Straßen gehen, durch das Quartier schlendern und sich mittags in einem der zahlreichen Restaurants verköstigen, die eine breite Vielfalt an unterschiedlichen Küchen bieten. In der großen „Communal Pantry Area“ im sechsten Stock werden daher konsequenterweise nur Kaffee, Tee, Drinks und Snacks angeboten, jedoch keine Lunch-Menüs. Arbeitsplatz und Mittagstisch werden somit nicht nur räumlich getrennt, sondern man wird motiviert, in der Tat auch geistig eine Pause vom Job einzulegen und in die kulinarische Vielfalt des Stadtviertels einzutauchen.

BEST PRACTICE

## **Marmite Tasty** **Das Kochbuch-Bistro**

Das Marmite Tasty im Electrolux-Haus in Zürich bewegt sich elegant zwischen Kantine und Bistro. Hinter dem Gastronomie-Konzept steckt der Chefredakteur von Marmite, der Zeitschrift für Ess- und Trinkkultur, Andrin Willi. Die Küche orientiert sich im wöchentlichen Rhythmus an einem ausgewählten Kochbuch. So werden traditionelle Älplermagronen vom Kanton Uri aus dem Buch „Schweiz – Kulinarische Streifzüge“ von Peter Widmer und Alexander Christ auf den Tisch gezaubert. In einer anderen Woche bedient man sich des Kochbuchs „The Collection“ der italienischen Kochlegende Antonio Carluccio, um den Gästen vegetarische Penne mit Pinienkernen und Auberginen zu kredenzen. Und der Küchenchef Babanoor Tuan Hajreen bringt auch einmal einen Hauch von Malaysia in die Kantine und serviert das authentische Gericht Rendang Daging (in Kokosmilch geschmortes Rindfleisch mit Kurkuma-Reis). Übrigens: Diese kulinarische Vielfalt ist nicht ganz uneigennützig, denn die Mitarbeiter des Marmite-Verlags sind ebenfalls in den Büros des Electrolux-Hauses untergebracht. Dass alles ein wenig teurer ist als in anderen Betriebsrestaurants, wird gerne akzeptiert. Schließlich isst man hier auch deutlich besser.  
[www.marmite-tasty.ch](http://www.marmite-tasty.ch)

BEST PRACTICE

## **Essenszeit bei Bahlsen** **Couscous statt Butterkeks**

Beim Gebäckhersteller Bahlsen in Hannover ist Engagement gefragt: Jeder Mitarbeiter darf in der Kantine sein Lieblingsgericht zaubern. Selbst Werner Michael Bahlsen, bis zur Drucklegung des Food Reports der Firmenchef, stand in der Kantine, um gebratene Lachsschnitten zuzubereiten. Besonders wichtig war es der Geschäftsführung, die alte Kantine neu zu erfinden, und so wurde Dietmar Hagen als Koch eingestellt. Damals, vor nun mehr als 20 Jahren, ging er einen revolutionären Schritt: Er entsorgte die Fritteuse und nahm die Currywurst von der Speisekarte. Stattdessen setzt er auf eine frische, ausgewogene Küche und serviert statt Butterkekse lieber Couscous mit Kichererbsen Tajine. Im Schnitt kosten die Gerichte um die 8,50 Euro, dabei übernimmt Bahlsen die Hälfte des Gerichts der Festangestellten, Praktikanten und Azubis werden zusätzlich um weitere 25 Prozent subventioniert. Inzwischen betreibt Dietmar Hagen mit seiner Agentur nicht nur alle Betriebsrestaurants von Bahlsen, sondern bundesweit 20 weitere Kantinen.  
[essenszeit.com](http://essenszeit.com)

BEST PRACTICE

## **Studio Olafur Eliasson** **Das ganze Team am Tisch**

Eine Betriebskantine der anderen Art genießen die knapp 100 Mitarbeiter im Studio des dänischen Künstlers Ólafur Elíasson, die in einem 5.000 Quadratmeter großen ehemaligen Brauereigebäude im Prenzlauer Berg die Entwürfe zu seinen Installationen umsetzen. Einmal am Tag kommen sie zusammen, um an den langen Tafeln gemeinsam zu essen. Auch wenn dann nicht immer Projekte besprochen werden, ist es Elíasson wichtig, gemeinsame Zeit zu schaffen, um die Kreativität zu fördern. Maler und Designer, Buchhalter und Handwerker, Programmierer und Philosophen sitzen zusammen und reichen die Schüsseln weiter, aus denen sich jeder bedient – es gibt immer nur ein Gericht. Die multikulturelle Zusammensetzung des Teams spiegelt sich auch im Speiseplan, auf dem statt Currywurst und Pommes Miso-Suppe mit Seetang-Gurken-Salat oder eine Schüssel Taboulé steht. Und was an Essen übrig bleibt, darf man mit nach Hause nehmen. Seit 2016 sind die Rezepte der Kunst-Kantinen-Küche auch für jedermann nachzulesen: im Kochbuch „The Kitchen“.  
[www.olafureliasson.net](http://www.olafureliasson.net)

# Fazit

# KANTINE

— *Kantinen wandeln sich von Essstationen zu Genusstempeln. Künftig sind Kantinen in Sachen Qualität und Raffinesse der zubereiteten Speisen nicht mehr von Restaurants unterscheidbar. Immer mehr Betriebsrestaurants sind nicht mehr nur für Mitarbeiter zugänglich, sondern stehen allen Gästen offen – Gourmets inbegriffen.*

— *Die neuen Kantinen sind Wohlfühlorte, an denen es nicht mehr nur ums Essen geht. Ihre Architektur und Innenausstattung laden zum Verweilen ein. Ob zum Arbeiten am Laptop oder zum Lesen eines guten Buches – jeder kann es sich gemütlich machen.*

- *Gemeinschaftsgastronomie hat per se einen sozialen Charakter, auch wenn dieser in den vergangenen Jahren eher im Hintergrund stand: Kantinen sind Treffpunkte. Sie fördern den informellen Austausch der Mitarbeiter, können für interne Meetings oder Kundengespräche genutzt werden. Eine entsprechende Architektur unterstützt diese Funktionen mit einem offenen Sitzbereich, aber auch mit Rückzugsorten, die für vertrauliche Gespräche geschlossen werden können.*
- *Betriebliches Gesundheitsmanagement beginnt in der Kantine. Neben einer ergonomischen Arbeitsplatzausstattung und Bewegungsangeboten gehört eine gesunde und abwechslungsreiche Ernährung zu den Pfeilern von Corporate Health. Eine kulinarisch überzeugende Kuratierung von gesunden Gerichten stellt den Geschmack in den Mittelpunkt – denn gesund und wohlschmeckend ist kein Widerspruch.*