

FOOD Trend 2021

Foodtrends bilden stets den Zeitgeist ab und bieten Verbrauchern und Produzenten eine Richtlinie für Konsum und Herstellung. Grundsätzlich ist dieser Bereich in Bewegung, oft fließt ein Trend in den nächsten über. Die vielen Phasen, die wir dieses Jahr zu Hause verbracht haben, prägen die Trends für 2021.

Eine gesunde Ernährung für Mensch und Umwelt bleibt auch weiterhin pflanzenbasiert (**plant based**). Sie ist gesund und nachhaltig. Die Lebensmittelindustrie entwickelt immer mehr Produkte und Rezepte, damit dieser Trend schmackhaft und vielseitig ist. Um die globale Ernährungsversorgung künftig gewährleisten zu können, braucht es eine Besinnung auf die Vielfalt von Nutzpflanzen und -tieren. Das sorgt für eine Bereicherung unserer Ernährung und stärkt die **Biodiversität**.



Stay at home und Shutdown haben vielen Verbrauchern überdies Lust gemacht, mehr Zeit in Küche und Garten zu verbringen. **Do-it-yourself Food und Gourmet Gardening** sind deshalb auch 2021 sehr populär. Selber anbauen und das Erzeugte einmachen/fermentieren und zubereiten erzeugt ein gutes Gefühl und lässt sich zudem über die viele SocialMedia-Kanäle auch schön präsentieren. Das verstaubte Wort „hausgemacht“ hat schon 2020 einen neuen Wert bekommen und zudem den Geldbeutel erleichtert.

Local Food ist auch ein Statement gegen die Globalisierung. Das ist vielen Verbrauchern gerade in Zeiten wichtig, wo man viel Zuhause ist und sich auf die Familie und die Basis besinnen muss. In der derzeitigen Krise erleben wir zudem, dass **Online-Services und Direct-Delivery** sehr boomen. Ökolieferkisten haben einen starken Aufwind erlebt. Restaurants kochen ohne Gäste („**ghost kitchens**“) und bieten ihre Waren zum Abholen an.

Grundsätzlich steht der Genuss wieder mehr im Vordergrund. Der Trend „functional food“, bei dem man die Nährstoffe optimiert und sich nach Geboten und Verboten orientiert hat, wird abgelöst. Dauerhaft funktioniert sowieso nur eine Lebensumstellung mit Achtsamkeit und Bewusstsein für die Ernährung. Hier knüpft die **Soft Health-Bewegung** an. Wichtig sind Geschmack, Vielfalt und Qualität.

Bei den Getränken gibt es viele neue Kreationen wie Infused Beer, Protein-Wasser, Fibre Water (Wasser mit Ballaststoffen) oder Coffbucha, ein Mix aus Kaffee und Kombucha mit vielen Probiotika („**liquid Evolution**“). Zudem zeichnet sich in der Getränke-Industrie eine stark Wellness-orientierte Positionierung ab.

Der Trend zur „**Snackification**“, wie ihn die renommierte Foodexpertin Hanni Rützler bereits im Food Report 2020 beschrieben hat, setzt sich auch 2021 fort. Wir pflegen eine flexiblere, leichtere und mobilere Essenskultur statt festen Hauptmahlzeiten. Man kann mehr auf seinen Körper hören und muss nicht nach der Uhr essen. So hilft es auch, dass Lieferdienste und Supermärkte viele gesunde Snacks außer Haus anbieten (Bowls, Suppen, Salat to go, Smoothies, Wraps,...). Das klassische Drei-Gänge-Menü und den traditionellen Braten mit Sauce und Knödeln gibt es auch weiterhin, aber nicht mehr mittags, sondern er wird zusammen mit Familie oder Freunden richtig zelebriert und genossen.

Fazit: Essen soll gesund und genussvoll sein. Hilfestellung und Anregungen hierfür geben wir Ihnen gerne bei unserem Angebot ZEP Kochen (ab März planen wir wieder Präsenz Kochveranstaltungen)