

HANNI RÜTZLER

FOODREPORT

2025

HANNI RÜTZLER

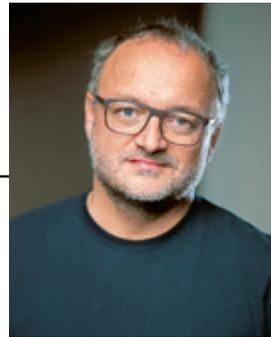
FOODREPORT²⁰²⁵

Intro

Immer wenn ich mit Hanni Rützler in die Zukunft der Ernährung eintauche, egal ob bei Tisch oder beim gemeinsamen Blick auf unsere neuesten Research-Ergebnisse – mir läuft jedes Mal das Wasser im Munde zusammen. Nicht nur wegen des Gedankens an neue Geschmackserlebnisse und kulinarische Genüsse, sondern auch wegen der Innovationskraft, von der sie mir zu berichten weiß. Hanni Rützlers Insights aus der Branche machen Lust auf mehr und wecken in mir die Frage: Kann es etwa sein, dass die Food-Branche aktuell die Rolle des gallischen Dorfs übernimmt?

Ein neues Zeitalter hat begonnen

Wenn ich gebannt den Einordnungen der Food-Expertin im deutschsprachigen Raum lausche, wird für mich deutlich, dass in einzelnen F&B-Sektoren, in bestimmten Regionen und hochinnovativen Clustern ungeheure Dynamik herrscht, erzeugt von verschiedenen Unternehmen und Akteur:innen. „Endlich geht etwas weiter“, könnte man lapidar sagen und würde damit nicht ausreichend ausdrücken, welche Sprünge sich abzeichnen. Von den Fortschritten bei nachhaltiger Landwirtschaft und Ersatzprodukten über bewährte und völlig neue alternative Einkaufskonzepte jenseits von Super- und Discountmärkten bis hin zur smarten Integration von



Harry Gatterer ist Geschäftsführer des Zukunftsinstituts. Er liebt es, gedanklich in die Zukunft zu reisen, Potenziale zu identifizieren, ihre strategischen Impacts zu erkennen und sie zu nutzen.



Treten Sie mit Harry Gatterer in Kontakt



Künstlicher Intelligenz und bahnbrechenden Schritten bei Robotikküchen – in der gesamten Wertschöpfungskette Food finden sich Wegweiser in ein neues Zeitalter. Gerade in dieser Branche scheint man Krisen zu trotzen und proaktiv mit neuen Technologien oder Herausforderungen wie dem Klimawandel umzugehen. Viele Player im breiten Feld der Ernährung gehen mit Kreativität und innovativer Umsetzungskraft voran. Sie experimentieren viel, um Entwicklungen nicht nur anzunehmen, sondern zu nutzen.

Lösungen liegen auf dem Teller

Das macht Mut, denn Essen ist kulturprägend und allgegenwärtig. Antworten auf die Frage „Was essen wir heute?“ implizieren weit mehr als das Stillen eines Hunger- oder Gewohnheitsgefühls. Darin schwingen Lebensstile, Werte und eben auch Innovation mit. Die Food-Branche erzeugt gerade ein enormes Momentum des Handelns und Gelingens – und füttert uns tagtäglich gut portioniert damit. Vielleicht liegen die Impulse und Inspirationen zur Lösung vieler Herausforderungen manchmal nicht nur nah, sondern direkt vor uns auf unseren Tellern.

Harry Gatterer

„Nachhaltigkeit ist die zentrale Herausforderung, der sich unser gesamtes Ernährungssystem von der Landwirtschaft bis zur Gastronomie stellen muss. Und auch wenn Greenwashing an manchen Stellen nicht zu übersehen ist, beobachte ich viele überzeugende Entwicklungen, Initiativen und unternehmerische Bemühungen, sich dieser Herausforderung ehrlich zu stellen. In meinem Food Report richte ich den Fokus daher auf Lösungen und Best Practices, getreu der Überzeugung, dass es diese sind, die das nachhaltige Mindset beflügeln und den positiven Wandel vorantreiben.“

— Hanni Rützler



Fotos: iStock/knappe, PhytomIQ, Wasabi GmbH, crowedfarming, Søren Gammelmark

Inhalt

Intro	02
Hanni Rützler	08



Food-Trends 10

Food-Trends im Spannungsfeld zwischen Veränderungs-Dringlichkeit und Zukunftsresistenz	14
Starke Food-Trends und ihre Synergien	22
Gesundheit, Nachhaltigkeit und Klimaschutz	23
Food Waste und Wege aus der linearen Lebensmittelproduktion	32
Regionalität und Globalität in Produktion, Verarbeitung und Handel	40



Branchen-Insight Retail 46

Around Supermarkets: Alternative Einkaufsmöglichkeiten öffnen Wege zu nachhaltigerem und gesünderem Konsum	48
--	----

Alle Themen und Trends des Food Reports im Überblick	114
Literaturverzeichnis	118
Impressum	120



Branchen-Insight Gastro 76

Das Zeitalter der Chefs: Wie Sterne- und Haubenköche die kulinarische Zukunft prägen	78
Trendradar Gastronomie: Die aktuell stärksten Trends und Trendkonzepte in der Top-Gastronomie	90
Pure Prioritäten: Natürlich einfach, einfach natürlich	94
Dynamic Change: Gemüse, Herkunft, Alkohol	100
Kulinarische Polarisierung: Zwischen Distinktion und Vorbild	106

Die Inhalte auf einen Blick

FOOD-TRENDS

Food-Trends im Spannungsfeld zwischen Veränderungs-Dringlichkeit und Zukunftsresistenz

Trendsynergien mit Transformationspotential

In Food Report identifizieren wir diesmal Verbundeffekte von besonders relevanten Food-Trends. Damit zeichnen wir die spannendsten, größten und aktuellsten Transformationspotenziale auf, die durch Synergien und wechselseitige Verstärkungen von Food-Trends entstehen. Im ersten der drei Cluster dreht sich alles um vernetzte und ganzheitliche Lösungen rund um die Themen Gesundheit, Nachhaltigkeit und Klimaschutz; im zweiten Cluster führt das Minimieren von Food Waste zu neuen Wegen aus der linearen Lebensmittelproduktion und im dritten Cluster setzen Trendsynergien das bewegte Thema Regionalität und Globalität in Produktion, Verarbeitung und Handel in ein neues Verhältnis. Aus diesen Verbundeffekten erwachsen substanzielle Impulse, die die Entwicklung erfolgreicher Zukunftsstrategien in Unternehmen und Organisationen anstoßen.

BRANCHEN-INSIGHT RETAIL

Around Supermarkets

Alternative Einkaufsmöglichkeiten öffnen Wege zu nachhaltigerem und gesünderem Konsum

Der Supermarkt ist das Zentralgestirn unseres Lebensmittelhandels. Um ihn herum aber ziehen immer mehr alternative Einkaufstrabanten ihre Kreise, bei denen Saisonalität, Regionalität, Nachhaltigkeit, Besonderheit, Vielfalt, Fairness und die Interaktion zwischen Produzent:innen und Konsument:innen im Zentrum stehen. Bauern- und Straßenmärkte werden neben neuen Formen der Direktvermarktung via Onlineshops und Vendig-Boxen zu einem wichtigen Bestandteil der lokalen Wirtschaft, der Lebensmittelsysteme und der Gemeinden. Dabei verbinden sie Erzeuger:innen, Konsument:innen und Tourist:innen, fördern die Belebung von Innenstädten sowie die soziale Interaktion und den Wissensaustausch. Sie bieten Kunden mehr Transparenz und Lebensmittelproduzierenden bessere wirtschaftliche Erträge.

BRANCHEN-INSIGHT GASTRO

Das Zeitalter der Chefs

Wie Sterne- und Haubenköche die kulinarische Zukunft prägen

Die Welt zu verändern, das ist mehr oder weniger explizit der Anspruch, den viele große Köche verfolgen. Und dabei geht es nicht nur um Self-Marketing. Sie begreifen sich als Katalysatoren des Wandels unserer Esskultur: je nach spezifischem Fokus in kulinarischer, gesundheitlicher, sozialer, ästhetischer oder agrar- und umweltpolitischer Hinsicht. Was in den oft als elitär und abgehoben wahrgenommenen Sterneküchen passiert, zeigt nach und nach auch Wirkung in der niederschwelligeren Gastronomie. Sie prägen die Gastro-Trends, von denen sich auch engagierte Köche abseits der Haute Cuisine inspirieren lassen, die bei der Gestaltung einer genussvollen und nachhaltigen kulinarischen Zukunft auf die Grundlagenforschung der Topköche zurückgreifen können.

Trendradar Gastronomie

Die aktuell stärksten Trends und Trendkonzepte in der Top-Gastronomie

Für das Erheben der Gastro-Trends in der Top-Gastronomie haben wir erstmals eine vom Zukunftsinstitut entwickelte Methode zur systemischen Trendidentifizierung eingesetzt – das Trendradar. Dabei wird ausgehend von Experteninterviews durch systemisches, KI-gestütztes Coding eine visuelle Darstellung von zusammenhängenden Trendkonzepten möglich, die belastbare Trends identifiziert und dabei auch ihre Vernetzung, Dynamik und Signalstärke abbildet. Drei der so identifizierten 16 Gastro-Trends werden in diesem Kapitel näher unter die Lupe genommen:

Pure Prioritäten: Natürlich einfach, einfach natürlich

Aufgrund seiner Signalstärke und Verortung fordert dieser Trend von Gastronomen eine rasche Auseinandersetzung ein. Er zeigt die Verschiebung der Anforderungen an Restaurants und Gasthäuser an. „Pure Prioritäten“ spiegeln das wachsende Bedürfnis nach Transparenz, Authentizität, Ehrlichkeit und Verantwortung wider und bieten Antworten auf die Sehnsucht nach einer stärkeren Verbindung mit der Natur.

Dynamic Change: Gemüse, Herkunft, Alkohol

Dieser Trend verdeutlicht den Wandel bei Nachfrage und Angebot insbesondere bei Getränken und der Hauptzutat bei Speisen – mehr alkoholfreie und weniger fleischlastige Auswahlmöglichkeiten – aufgrund der Neubewertung durch eine wachsende Zahl von Gästen. Die drei dahinter stehenden Trendkonzepte zeichnen sich bereits deutlich ab und drängen auf rechtzeitige Auseinandersetzung und daraus abgeleitete bewusste Gestaltung des Angebots.

Kulinarische Polarisierung: Zwischen Distinktion und Vorbild

Der Trend zeigt zwei Entwicklungen auf, die gegensätzlich erscheinen: einerseits die Suche nach Distinktion, Exklusivität und Einzigartigkeit, andererseits der Wunsch nach Vorbildfunktion durch Zugänglichkeit und soziale Verantwortung. Doch beide Richtungen verfolgen letztlich das Ziel, Wert und Bedeutung durch kulinarische Erfahrungen zu schaffen.

Hanni Rützler

PORTRÄT

In ihrem zwölften Food Report unterzieht Hanni Rützler unser Ernährungssystem erneut ihrer bewährt-präzisen Rundum-Analyse und leitet gut nachvollziehbar esskulturelle Entwicklungen ab, die sich in diversen Food-Trends manifestieren.

Lösungsorientiert und begeistert

Um kurzlebige Moden und Medien-Hypes ging es der führenden Food-Trend- und Esskultur-Forscherin Europas dabei noch nie. In ihrer Tätigkeit als Geschäftsründerin und -inhaberin von futurfoodstudio (futurefoodstudio.at) liegt ihr Fokus seit Jahrzehnten auf Trends, die von nachhaltiger Bedeutung sein werden – von der Landwirtschaft bis zur Gastronomie. Mehr denn je ist es ihr ein Anliegen, Akteur:innen der gesamten Food-Branche ein tieferes Verständnis für die Veränderungsprozesse zu vermitteln, die unaufhaltsam stattfinden. Trends begreift sie dabei pragmatisch als „Problemlösungs-Tools“, eine Sichtweise, mit der sie sich und andere zu begeistern vermag: „Als Trendforscherin zeige ich Chancen und Möglichkeiten auf, die der Wandel mit sich bringt. Damit möchte ich dazu ermutigen, diesen Wandel aktiv mitzugestalten, statt sich von ihm überrollen zu lassen.“

Fachlich breit aufgestellt und vernetzt

Zu den Säulen von Rützlers erfolgreicher Arbeit gehört ihr multidisziplinärer Zugang zur Ess- und Trinkkultur: Als Ernährungswissenschaftlerin kann sie auf fundiertes naturwissenschaftliches Fachwissen zurückgreifen, das ihr das Verständnis auch für biotechnologische Entwicklungen im Food-Bereich erleichtert. Ihr Studium irregulare – einschließlich Psychologie, Philosophie und Soziologie – ermöglichte es ihr schon immer, das naturwissenschaftliche Thema „Ernährung“ mit dem kulturwissenschaftlichen Thema „Essen“ zu verbinden.

Sensorisch ausgebildet und mit Praxiserfahrungen als Restaurant-Testerin betrachtet Hanni Rützler Essen nie nur als Nahrungsaufnahme, sondern immer auch unter dem Genuss-Aspekt. Als engagiertes Mitglied des Koch.Campus, der Vereinigung österreichischer Spitzenköche und -produzenten, ist sie gastronomisch immer am Puls der Zeit. Informationen aus erster Hand in Sachen Lebensmittel-Innovationen? Als Beirätin im Food Campus Berlin, im forum.ernährung heute, der Dr. Rainer Wild-Stiftung für gesunde Ernährung, der newFOODEconomy sowie als Jury-Mitglied des Internorga Zukunftspreises ist Hanni Rützler perfekt vernetzt. Trendforschung ohne den inspirierenden Austausch mit Fachleuten aus Wissenschaft und Praxis wäre für sie undenkbar.

Inspirierend und authentisch

Der vorliegende Food Report beleuchtet in seinem Retail-Kapitel die zunehmende Bedeutung von Märkten und der bäuerlichen Direktvermarktung. Hanni Rützler, die in unmittelbarer Nähe zu Wiens größtem Straßenmarkt wohnt: „Ich erlebe vor meiner Haustüre einerseits hautnah den Wandel der urbanen Straßenmärkte, angeschoben durch die Migration aus dem Nahen Osten und aus Afrika, andererseits auf dem nebenan stattfindenden Bauernmarkt den anregenden Austausch zwischen Landwirt:innen, Obst- und Gemüsegärtner:innen und städtischen Kund:innen. Auch bei meinen beruflichen und privaten Reisen zählen Besuche von Märkten immer zu den Fixpunkten.“

Typisch Hanni Rützler ist nicht zuletzt ihr feiner Sinn fürs Künstlerische, der die Food-Branche aus ihrer Sicht nur bereichern kann. Die Niederländerin Marije Vogelzang etwa, eine Pionierin der Eat-Art, hat auch in Rützlers futurefoodstudio schon vor vielen Jahren fantasievoll designte „neue Lebensmittel“ vorgestellt und dabei ästhetisch vieles vorweggenommen, was heute Realität ist, etwa in Form der „Bone-In Ribs“ des slowenischen Start-ups Juicy Marbles. „Ästhetik, die immer auch ein Versprechen für eine bessere Zukunft enthält“, davon ist Rützler überzeugt, „inspiriert nicht nur innovative Start-ups, sondern auch Gastronomen, neue Wege zu gehen und damit den Wandel der Esskultur und unseres Ernährungssystems aktiv mitzugestalten.“

1. Hanni Rützler auf Recherche beim Culured-Meat-Unternehmen Aleph Farms in Israel
(© Wolfgang Reiter)
2. Bei der Verleihung des Internorga Zukunftspreises in Hamburg
(© Hamburg Messe und Congress /lbo Ot)
3. Als Speakerin beim Zukunftsinstitut
(© Thomas Kamenar)
4. Beim 25.K&P Fachsymposium in Düsseldorf
(© K&P Consulting/Annika Bethan)
5. Als Jury-Mitglied beim Internorga-Zukunftspreis in Hamburg
(© Hamburg Messe und Congress /lbo Ot)



FOOD- TRENDS



„Food-Trends signalisieren den Wandel in der äußeren Welt. In Unternehmen lösen sie unterschiedliche Reaktionen aus, die von Inspiration bis hin zu Widerstand reichen. Doch es wird entscheidend sein, den Wandel anzunehmen und sich für Veränderungen zu öffnen, um erfolgreiches Wirtschaften auch in Zukunft gewährleisten zu können.“

— Hanni Rützler

Food-Trends

Die Tools für erfolgreiche Strategien in Zeiten des Wandels

Die Food-Trendforschung erkennt, benennt, bewertet und analysiert Entwicklungen, die nachhaltige Veränderungen im Ernährungssystem und damit auch in der Esskultur auslösen. Als Suchbewegungen enthalten Food-Trends Antworten auf sich wandelnde Bedürfnisse, sie spiegeln Werte und bieten Lösungsvorschläge für aktuelle Probleme. Ihr wichtigstes Asset: Sie reflektieren Entwicklungen im Außen. Visionen von der Zukunft eines Unternehmens oder einer Institution müssen aber im Inneren der jeweiligen Organisation entwickelt werden. Wandel wird erst möglich, wenn Außen- und Innenwelt in Einklang gebracht werden. Ein Perspektivenwechsel mittels Regnose kann dabei helfen. Dabei werden Food-Trends zu Tools, die den Blick auf das Morgen lenken, wo Fragen bereits beantwortet und Hürden beseitigt sind.

In diesem Food Report identifizieren wir die Verbundeffekte aktuell besonders relevanter Food-Trends und zeigen das große Transformationspotenzial auf, das Synergien und wechselseitige Verstärkung mit sich bringen. So erhalten Unternehmen Impulse für die Entwicklung erfolgreicher Zukunftsstrategien.