

SPECIAL CUTS

Prime Concepts. Prime Pleasure.



TRENDS 2015

Nachhaltigkeit

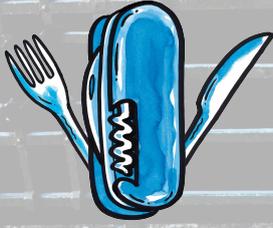
Das Verständnis des Gastes für Lieferketten und die Skepsis gegenüber der Lebensmittelindustrie nimmt zu. Es wird selbstverständlich lokal eingekauft und auf natürliche und echte Zutaten geachtet. Produkte, die qualitativ einwandfrei sind aber nicht der optischen Norm entsprechen sind OK. Der Konsument/ Gast interessiert sich nun zusätzlich für die Hintergründe zu den Lebensmitteln und Getränken. Wer sich als Gastronom um Transparenz und nachweisliche Lebensmittelsicherheit kümmert, ist im Vorteil. 100%ige Verwertung der Produkte und Müllreduktion ist ein großes Thema. Der Gast möchte vertrauen.

Gesundheit

Mit der fortschreitenden demografischen Veralterung der Gesellschaft bekommt gesunde Ernährung noch mehr Rückenwind. Wir wollen uns jeden Tag wohlfühlen und verabschieden uns daher von „qualvollen“ Diäten und entscheiden uns für nachhaltige Ernährungsphilosophien. Fleisch muss nicht mehr der Mittelpunkt des Gerichts sein. Der Gast hat sich daran gewöhnt, dass es gute vegetarische Alternativen gibt. Hülsenfrüchte als Eiweißquelle sind angesagt. Insekten werden kommen. Vielleicht 2015. Gute Fette sind genauso erlaubt wie Kohlenhydrate, die natürlich sind. Raffinierter Zucker und Transfette werden vermieden.

Restaurant 2.0

Die Generation Y mit dauerhaftem Smartphonebetrieb treibt den technischen Fortschritt in der Gastronomie. Bestellungen können per Handy ausgeführt werden und Tablets übernehmen die Funktion der intelligenten Speisekarte. „Front of House“-Software zur Verbesserung des Gasterlebnisses und für den effizienten Betriebsablauf wird akzeptiert. Der Restaurantbesuch wird vorab bezahlt. Bei Nichterscheinen entstehen Kosten. Dies verändert auch die Trinkgeldpolitik. Gastronomen lernen, dass alles einen Einfluss auf die Wahrnehmung des Gastes hat. Die Farbe des Tellers verändert das Geschmackempfinden.



SPECIAL CUTS

Prime Concepts. Prime Pleasure.



Do it yourself!

Seit sich der Wunsch nach mehr Regionalität und weniger Industrie 2014 etabliert hat, durchdringt dieses Denkmuster 2015 alle Bereiche der Gastronomie. Es entstehen kleine Kaffeeröstereien und „craft beer“ Brauereien. Die Individualität der Produkte steht im Vordergrund. Mach's doch selber! Grundzutaten werden selbst verfeinert. Neue Kombinationen ausprobiert. Honig mit Chili. Cocktails im Fass gelagert. Bier mit Gewürzen. Konservierungsmethoden wie Beizen, Pökeln und Einmachen sind wieder angesagt. Einzelhändler kommen mit Eigenmarken, die sich vordergründig von der Massenware unterscheiden. Auch ihr Gast wird wieder mehr zuhause kochen, wo er selber experimentieren kann.

Alles auf einmal.

Mit der Erkenntnis, dass es durch umami eine „neue“ Geschmacksrichtung gibt, haben wir einen unstillbaren Hunger nach Geschmackserlebnissen entwickelt. Alternative Getreidearten, vergessene oder nicht bekannte Gemüse wollen wir ausprobieren. Kräftige Aromen sind wichtig. Bitter ist in. Neue Kombinationen (z.B. deftige Waffeln) interessieren uns. Viele verschiedene Texturen sollen auf dem Teller zu finden sein. Wir möchten die Welt schmecken. Wir wollen Peruanische Küche, Hummus, Pulled pork, Ramen- und Udon-Nudeln. Alles auf einmal.

Non-konform

Wir verwischen die Grenzen. Essensangebote im Modegeschäft und beim Einzelhändler. Längere Küchenöffnungszeiten und Essen rund um die Uhr. Essen überall. Ich bestimme was ich esse und werde Teil der Zubereitung. Nachtmärkte und Foodtrucks. Erzähl mir eine gute Geschichte und ich bin da.

Kontakt

Jan Scheidsteger | Gastronomie-Regisseur | Lerchenfeld 7 | D-22081 Hamburg
Mobil +49 (0) 151.25 23 06 42 | Fax +49 (0) 40.30 76 81 25
info@special-cuts.de | www.special-cuts.de