

Trendreport

2024 / 2025



Liebe Leserinnen & Leser,

wir freuen uns, Ihnen den neuen Compass Group Trend Report vorzustellen. Die Betriebsgastronomie entwickelt sich rasant weiter – geprägt von den Anforderungen an gesunde Ernährung, Nachhaltigkeit und flexible Verpflegungslösungen, die zu den modernen Arbeitswelten passen. Bei der Compass Group verstehen wir uns dabei als Partner unserer Kunden, mit denen wir gemeinsam diesen Wandel aktiv mitgestalten.

„Im Zentrum unserer Arbeit stehen Lösungen, die den realen Bedürfnissen unserer Kunden und ihrer Mitarbeitenden gerecht werden,“ sagt Caja Plath, Director Marketing & Communication. „Themen wie Digitalisierung, Nachhaltigkeit und neue Arbeitsmodelle sind keine Trends, sondern klare Anforderungen, denen wir uns stellen – mit der Überzeugung, dass wir die Verpflegung von morgen heute schon mitdenken und damit einen echten Mehrwert liefern können.“

„Die Ernährung am Arbeitsplatz hat sich verändert“, ergänzt André Schellenberg. „Unsere ‚Global Eating at Work‘-Studie der Compass Group zeigt, wie wichtig es ist, moderne Verpflegungskonzepte zu ent-

wickeln, die den Menschen in ihrem Arbeitsumfeld echten Mehrwert bieten – durch gesunde, flexible und innovative Angebote.“

In diesem Trend Report möchten wir Ihnen nicht nur unsere eigenen Entwicklungen und Ansätze vorstellen, sondern auch die Potenziale und Perspektiven beleuchten, die die Zukunft der Betriebsgastronomie prägen werden. Dieser Report ist ein Kompass für die Chancen und Veränderungen, die auf die Branche zukommen. Wir freuen uns, Ihnen wertvolle Impulse und Orientierung zu geben – und vor allem, gemeinsam mit Ihnen die Betriebsgastronomie von morgen zu gestalten.

Kulinarische
Grüße

Caja Plath

Director Marketing
& Communication

André Schellenberg

Director Culinary



Betriebsgastronomie im Transformationsprozess

Die klassische Kantine weicht neuen Konzepten in der Betriebsgastronomie, beeinflusst von zunehmend individuelleren Anforderungen an New Work, Nachhaltigkeit und Digitalisierung. Unternehmen wie Eurest und die Compass Group treiben diese Veränderungen voran, unterstützt durch intensive Gespräche und eine Zusammenarbeit auf Augenhöhe mit unseren Kunden, Gästen und Partnern.

Die Arbeitswelt verändert sich ebenfalls: Hybride Arbeitsmodelle, künstliche Intelligenz und der Einfluss der Generation Z prägen das neue Normal. Diese Entwicklungen und

deren Auswirkungen auf die Arbeitsweise werden im Kapitel **New Work** behandelt.

Im Bereich der Betriebsgastronomie erforschen wir neue technische Möglichkeiten und aktuelle Ernährungstrends sowie die steigenden Ansprüche der Arbeitnehmenden, dargestellt im Kapitel **New Food**.

Zum Schluss untersuchen wir im Kapitel **New Mood** die Verbindung zwischen Ernährung und Produktivität, mit einem Fokus auf leistungsfördernde Lebensmittel.



01 EINLEITUNG

Einleitung S.2 Die „Global Eating at Work“-Studie der Compass Group S.5

02 NEW WORK

New Work: Aktuelle und zukünftige Trends in der Arbeitswelt S.8 New Normal: Flexible Arbeitsmodelle werden alltagstauglich S.10 Work-Life-Blending: Arbeit und Privatleben verschmelzen S.11 Profits: Ökologie und Soziales als Gradmesser für Erfolg S.12 KI: Zwischen Arbeitserleichterung und Jobgefährdung S.12 Achtsamkeit und Resilienz: Gesundheit am Arbeitsplatz S.14 Boxenstopp: Trend zu kürzeren Mittagspausen S.15 Vielfalt: Unterschied in der Pausennutzung bei den Generationen S.17

03 NEW FOOD

New Food: Aktuelle Rolle der Digitalisierung beim Essen S.20 Micro Markets und Service-Roboter werden relevanter: Die Verpflegung der Zukunft? S.20 Easy Order: Digitale (Vor-)Bestellung, Sitzplatzreservierung und Mobile Payment S.22 Informative Screens: Auslastungsanzeigen und CO₂-Werte für Gerichte S.23 **Aktuelle Rolle der Betriebsgastronomie in der Arbeitswelt** S.25 Personal: Faktor für erfolgreiches Recruiting und Employer Branding S.27 Good For Me: Impulsgeber für bewusste Ernährung S.28 Networking und Socializing: Ort der Begegnung S.29 Working-Space: Anlaufstelle für Hybrid- und Teamarbeiter S.29 **Aktuelle und zukünftige Foodtrends** S.31 Snackification: Aushängeschild moderner Esskultur S.31 Meat Me Halfway: Fleisch- und Fischersatz auf dem Vormarsch S.32 Trend und Gegentrend: Plant-Based vs. Vegourmets, Carneficionados und Real Omnivores S.33 Regional: Bio-Ersatz und lokaler Eigenanbau S.34 Circular Food: Trendfusion gegen Lebensmittelabfälle S.35 Regenerative Food: Klima und Biodiversität im Fokus S.36 Food-Tech: Cultured Food, Hydrokultur und Genome Editing unter der Lupe S.38 Kaffee: Die schwierige Zukunft unseres Lieblingsgetränks S.40

04 NEW MOOD

New Mood: Produktivität und Wohlbefinden in Verbindung mit Essen S.45 Bewusste Ernährung: Bedeutung des Essens für Leistung und Wohlbefinden S.46 Tipps und Tricks: Welche Lebensmittel uns leistungsfähig und glücklich machen S.47



Die „Global Eating at Work“- Studie der Compass Group

Ein Teil der Erkenntnisse in diesem Trendreport basiert auf der aktuellsten „Global Eating at Work“-Studie. Diese wird in regelmäßigen Abständen von der Compass Group in Zusammenarbeit mit der Marktforschungsagentur Mintel erstellt. Die Studie soll Gästen, Arbeitgebenden und anderen interessierten Gruppen Einblicke ins Ernährungsverhalten von Erwerbstätigen geben und ihre Anforderungen und Wünsche aufzeigen.

Für die aktuelle „Global Eating at Work 2023“-Studie wurden online 35.000 Erwerbstätige in 26 Ländern befragt. Darunter waren 1.945 aus Deutschland. Befragt wurden unter anderem auch Personen in China, Spanien, Indien, Brasilien, in den Vereinigten Arabischen Emiraten und den USA.



Die **Compass Group PLC** ist ein weltweit führendes Food-Service-Unternehmen und in mehr als 35 Ländern tätig. Sie beschäftigt über 550.000 Menschen und ist auf Food-Dienstleistungen wie Catering und eine Reihe von Support Services für die Bereiche Business & Industry, Healthcare & Seniors, Education, Sports & Leisure sowie Defence, Offshore & Remote ausgerichtet. Die Compass Group Deutschland mit den Marken Eurest, Food Affairs, HOFMANNs, Levy, Leonardi, Medirest, Kanne Café und Plural führt in Deutschland das Feld der Contract Caterer an.

New Work

New Work

Die Zukunft des Betriebsrestaurants

Die Arbeitswelt ist im Wandel – dem größten seit Beginn des Industriezeitalters. Unter dem Einfluss von Digitalisierung und Postwachstumsbewegungen entwickelt sich eine neue Dienstleistungsgesellschaft. Eine, die bestehende Arbeitsstrukturen grundlegend hinterfragt und neu definiert. „New Work“ nennen das die Experten. Doch was steckt hinter dem Buzzword?

New Work ist mehr als ein Kicker im Büro, ein paar bunte Getränke im Kühlschrank und ein Tag Homeoffice in der Woche. Der Begriff umfasst all die Ideen, Chancen und Risiken, die mit dem aktuellen Wandel der Arbeitswelt

einhergehen. Wir bei der Compass Group haben genauer auf diesen Teil der Transformation geschaut. Als Deutschlands größter Business Caterer wollen wir Themen identifizieren, die für die Zukunft der Arbeit von Bedeutung sind. Schließlich beeinflussen sie auch die Ernährung der Erwerbstätigen.

Was bewegt Arbeitnehmende und Arbeitgebende? Welche Motivation steckt hinter ihren Tätigkeiten? Wie verändern sich Raum, Zeit und Inhalt ihrer Arbeit? Drei Fragen, denen wir bei unserer New-Work-Recherche nachgegangen sind.

Aktuelle und zukünftige Trends in der Arbeitswelt

Die klassische Karriere hat ausgedient, die Sinnfrage wird zentral. Die Grenzen zwischen Leben und Arbeiten verschwimmen und die Künstliche Intelligenz übernimmt monotone Beschäftigungen. Diese vier Strömungen lassen sich weltweit beobachten.¹ Doch was bedeuten sie im Einzelnen?

Gerade jüngere Generationen bewerten Arbeit völlig neu. Für sie geht es weniger um wirtschaftlichen Erfolg. Sie wollen sich mit ihrem Job identifizieren. Sie möchten etwas tun, das die Welt nachhaltig positiv beeinflusst. Seit dem Ende der Corona-Beschränkungen sehen auch ältere Generationen ihre Arbeit nicht mehr nur als Erwerbstätigkeit. Der Beruf wird vielmehr Teil eines ganzheitlichen Lebensplans. Das Credo: **Wir leben nicht, um zu arbeiten. Wir arbeiten, um zu leben.**²

So entsteht **Work-Life-Blending**. Denn Job und Privatleben verschmelzen. Die Arbeit wird zum Ausdruck der eigenen Persönlichkeit, der eigenen Werte und Ideen für eine bessere Zukunft.³ Dabei geht es immer wieder um Gesundheit, Resilienz und Digitalisierung. Sie sind die zentralen Themen von heute und morgen.⁴



Für Unternehmen heißt das, sich neu aufzustellen. Egal ob in der Arbeit selbst, den Arbeitsbedingungen oder der Unternehmensorganisation. Eine Transformation muss starten. Wer künftig Talente rekrutieren und langfristig binden möchte, braucht **eine klare DNA**.⁵ Dazu gehören feste Werte, eine starke Gemeinschaft unter den Kollegen, eine individualisierte Führung und die Unterstützung durch den Arbeitgeber selbst.

Neben den vielen weichen Faktoren bleibt auch die Produktivität relevant – für Mitarbeitende und Arbeitgebende. Klar ist: **Wer sich wohlfühlt, bringt automatisch bessere Leistungen**. Deshalb müssen Unternehmer die individuellen Prioritäten ihrer Angestellten achten und ein reibungsloses Umfeld schaffen, in dem sie sich frei und selbstständig entfalten können. Das bedeutet auch, die Gesundheit der Arbeitnehmenden zu unterstützen, Ablenkungen zu begrenzen und Technologien zur Effizienzmaximierung einzusetzen⁶.

1 Megatrend New Work, Zukunftsinstitut, 2023, [zukunftsinstitut.de/dossier/megatrend-new-work](https://www.zukunftsinstitut.de/dossier/megatrend-new-work)

2 Generation X: loyal, leistungsbereit, leicht frustriert, Office Róxx, 06.10.2023, [office-roxx.de/2023/10/06/generation-x-loyal-leistungsbereit-leicht-frustriert](https://www.office-roxx.de/2023/10/06/generation-x-loyal-leistungsbereit-leicht-frustriert)

3 Megatrend New Work, Zukunftsinstitut, 2023, [zukunftsinstitut.de/dossier/megatrend-new-work](https://www.zukunftsinstitut.de/dossier/megatrend-new-work)

4 Global Eating At Work, Compass Group, 2023

5 Future of Workplace, Deloitte, Juni 2020, S.5

6 Global Eating At Work, Compass Group, 2023

Wir leben nicht, um zu arbeiten.
Wir arbeiten, um zu leben.



New Normal

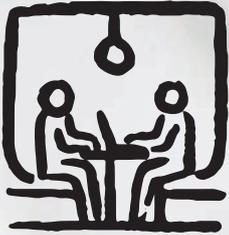
Flexible Arbeitsmodelle werden alltagstauglich

Flexibilität wird in der Arbeitswelt immer wichtiger. Vor allem bei der Organisation, der Zeiteinteilung und dem Arbeitsort. Immer mehr Firmen setzen auf teamorientierte und netzwerkbasierte Strukturen.¹ Das erfordert klare Ziele, regelmäßige Feedbackgespräche und die Möglichkeit, **eigene Entscheidungen zu treffen**. Genau hierfür sind die Führungskräfte zuständig.² Sie strukturieren in Zukunft die Projekte und stehen ihren Mitarbeitenden als Coaches zur Verfügung. Die inhaltliche Arbeit und die Organisation inner-

halb des Teams übernehmen die Beschäftigten selbst. Das Ergebnis? Bessere Resultate, mehr Freiheiten und individuelles Entwicklungspotenzial.



Noch mehr Freiheiten und Entfaltungsmöglichkeiten bietet eine **flexible Arbeitsumgebung**. Hierzu zählen nicht nur Homeoffice, sondern auch hybride Büroräume und das Arbeiten von dritten Orten, wie zum Beispiel Coworking-Spaces oder Cafés an Urlaubsorten.³



Seit Ende der Beschränkungen durch die Corona-Pandemie ist das Arbeiten von Zuhause beliebter denn je. In einer Studie der TU Darmstadt haben 88 Prozent

der Befragten angegeben, dass das Büro ihnen maximalen Nutzen bieten muss. Sonst sehen sie keinen Grund, dorthin zurückzukehren.⁴



In der „Global Eating at Work 2023“-Studie der Compass Group haben ein Drittel der befragten Deutschen angegeben, im Jahr 2023 hybrid gearbeitet zu haben. Weitere 7 Prozent waren ausschließlich im Homeoffice.⁵

Klar ist aber auch, dass das Büro **unschlagbare Vorteile** hat. Die zwischenmenschlichen, spontanen Kontakte, den inspirierenden Zufall, den kurzen Austausch und das gemeinsame Kreieren vor Ort kann auch eine gut funktionierende Remote-Kultur nicht ersetzen. Das Büro der Zukunft ist der Ort, an dem Unternehmenswerte gelebt werden, Wir-Gefühl entsteht und an dem gemeinsam Neues geschaffen wird.

Die **zeitliche Flexibilität** bekommt einen neuen Stellenwert. Das alte Credo „Zeit ist Geld“ ver-schwindet. Die Zeit als eigene Ressource rückt in den Mittelpunkt. Zwar werden noch viele Arbeitsverträge auf Stundenbasis geschlossen, im Zuge der Transformation geht der Trend jedoch hin zu projekt- und kundenbezogener Arbeit.

Längst ist klar, dass Arbeitszeit allein nichts über die Produktivität und den Erfolg der getanen Arbeit aussagt.⁶

Im Gegenteil. Wer zu viel arbeitet, bekommt zu wenig Regeneration. Das schadet dem eigenen Wohlbefinden und der Leistungsfähigkeit. Skandina-

vische Länder leben in Sachen Arbeitszeit schon heute das Arbeitsideal der Zukunft: **Weniger ist mehr**. Hier ist die 30-Stunden-Woche die neue Vollzeit. Das macht die Mitarbeitenden mitunter produktiver und lässt sogar die Krankenstände schrumpfen.⁷

1 Future of Workplace, Deloitte, Juni 2020, S.5

2 Was bedeutet New Work, DIOP, 18. Januar 2023, diop.eu/new-work

3 New Normal, New What, Da Kapo, 4. Mai 2023, da-kapo.de/blog-insights/new-work-new-normal-new-what

4 Studie von Swiss Life Asset Managers und der TU Darmstadt, Office Roxx, 19. September 2023, office-roxx.de/2023/09/19/am-produktivsten-im-buero-studie-zur-bueroimmobilienutzung

5 Global Eating At Work, Compass Group, 2023

6 New Work und der Aufbruch in die neue Arbeitszeit, Zukunftsinstitut, 2023, zukunftsinstitut.de/artikel/aufbruch-in-die-neue-arbeitszeit

7 Megatrend New Work, Zukunftsinstitut, 2023, zukunftsinstitut.de/dossier/megatrend-new-work

Work-Life-Blending

Arbeit und Privatleben verschmelzen



Als Folge der flexiblen Arbeitsmodelle wie Remote Work und Homeoffice verschmelzen die Grenzen zwischen Arbeitszeit und Freizeit. Work-Life-Blending ist zu einem wichtigen Bestandteil von New Work geworden, als Alternative zur Work-Life-Balance. Hier ging es immer um die Suche nach der goldenen Mitte zwischen Arbeit und Freizeit. Work-Life-Blending entzerrt diesen Prozess. Denn wo die Grenze zwischen Arbeits- und Privatleben verschwindet, können persönliche Bedürfnisse im Tagesverlauf besser berücksichtigt werden. Das schafft nicht nur Entspannung und mehr Lebensqualität, es steigert auch die Freude an der Arbeit.¹

Work-Life-Blending gibt uns die Chance, auch zivilgesellschaftliches Engagement als Teil der Wochenarbeitszeit zu behandeln. Mit dieser Idee der Bundesregierung müsste die Arbeitszeit weniger in Konkurrenz zur persönlichen Erholungszeit stehen. Denn soziales Engagement schützt vor einseitiger Belastung, Selbstausschöpfung und daraus folgenden Sinnkrisen. Es stärkt die Resilienz und den Selbstwert. Gleichzeitig könnte dieses Umdenken den Fachkräftemangel im sozialen Bereich verbessern.²

Der neue Trend kommt aber nicht bei allen gut an. Schließlich erfordert Work-Life-Blending ein hohes Maß an Selbstorganisation. Und damit können nicht alle gut umgehen. Die Gefahr, sich zu verzetteln und vor lauter beruflichen und privaten To-Dos den Überblick zu verlieren, ist groß.³ Da braucht es gute Mechanismen und Strukturen, um im Alltag bestehen zu können. Hier könnten Arbeitgebende Coaches engagieren oder selbst als Berater agieren.

¹ Megatrend New Work, Zukunftsinstitut, 2023, [zukunftsinstitut.de/dossier/megatrend-new-work](https://www.zukunftsinstitut.de/dossier/megatrend-new-work)

² New Work und der Aufbruch in die neue Arbeitszeit, Zukunftsinstitut, 2023 [zukunftsinstitut.de/artikel/aufbruch-in-die-neue-arbeitszeit](https://www.zukunftsinstitut.de/artikel/aufbruch-in-die-neue-arbeitszeit)

³ Voneinander Lernen, April 2023, S. 14

Profits

Ökologie und Soziales als Gradmesser für Erfolg

Welche aktuellen Probleme und Zukunftsaufgaben können unsere Produkte oder Dienstleistungen lösen? Das ist die Sinnfrage, die sich jedes zukunftsfähige Unternehmen stellt. Diese Sinn-Ökonomie ändert auch die Bewertung der Produkte und Dienstleistungen. „Neu“ allein ist kein Kaufkriterium mehr. Qualität und Nutzen für die Gesellschaft entscheiden über ihren Erfolg mit.

Auch Nachhaltigkeit gewinnt als Teil der Transformation weiterhin an Bedeutung. Viele Konsumenten nennen sie als sehr wichtiges Kaufkriterium und informieren sich über die nachhaltigen Aspekte, bevor sie eine Kaufentscheidung treffen.¹ Damit bietet Corporate Social Responsibility sogar einen Wirtschaftsvorteil. Gleichzeitig tut sie der Gesellschaft und der Umwelt gut.²

Moral und Ethik helfen den Unternehmen selbst beim Recruiting und dem Employer Branding. Das belegen Zahlen einer Forsa-Studie. Demnach ist jede:r fünfte Arbeitnehmende aus der Generation der Babyboomer offen für einen neuen Job. Ein gutes Drittel der Wechselwilligen ist mit der strategischen Ausrichtung ihres Unternehmens so unzufrieden, dass diese für sie ein ausreichender Grund wäre, sich nach einem neuen Job umzuschauen.

Danach befragt, worauf Arbeitnehmende bei einem potenziellen neuen Arbeitgeber besonders achten würden, liegt guter Zusammenhalt unter Kollegen altersunabhängig bei 71 Prozent und damit noch vor dem Gehalt auf dem vordersten Platz.³

1 Nachhaltiger Konsum in Deutschland Report, Statista, 2021, de.statista.com/statistik/studie/id/88296/dokument/nachhaltiger-konsum-report

2 Megatrend New Work, Zukunftsinstitut, 2023, [zukunftsinstitut.de/dossier/megatrend-new-work](https://www.zukunftsinstitut.de/dossier/megatrend-new-work)

3 Forsa-Studie von Xing, Office Roxx, 17. Juli 2023, office-roxx.de/2023/07/17/generationen-50-wertvoll-aber-vom-arbeitsmarkt-haeufig-uebersehen

4 Megatrend New Work, Zukunftsinstitut, 2023, [zukunftsinstitut.de/dossier/megatrend-new-work](https://www.zukunftsinstitut.de/dossier/megatrend-new-work)

5 Auf Künstliche Intelligenz kommt es an, BMW, 2020, [bmw.de/Redaktion/DE/Publikationen/Technologie/auf-kuenstliche-intelligenz-kommt-es-an.pdf](https://www.bmw.de/Redaktion/DE/Publikationen/Technologie/auf-kuenstliche-intelligenz-kommt-es-an.pdf)

6 Global Economics Analyst, Goldman Sachs, 26. März 2023, S.7, [key4biz.it/wp-content/uploads/2023/03/Global-Economics-Analyst--The-Potentially-Large-Effects-of-Artificial-Intelligence-on-Economic-Growth-Briggs_Kodnani.pdf](https://www.key4biz.it/wp-content/uploads/2023/03/Global-Economics-Analyst--The-Potentially-Large-Effects-of-Artificial-Intelligence-on-Economic-Growth-Briggs_Kodnani.pdf)

7 Deutsche Wirtschaft drückt bei Künstlicher Intelligenz aufs Tempo, Bitkom, 14. September 2023, [bitkom.org/Presse/Presseinformation/Deutsche-Wirtschaft-drueckt-bei-Kuenstlicher-Intelligenz-aufs-Tempo](https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Deutsche-Wirtschaft-drueckt-bei-Kuenstlicher-Intelligenz-aufs-Tempo)

8 Studie des Digitalverbands Bitkom, 2023, [bitkom.org/Presse/Presseinformation/Deutsche-Wirtschaft-drueckt-bei-Kuenstlicher-Intelligenz-aufs-Tempo](https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Deutsche-Wirtschaft-drueckt-bei-Kuenstlicher-Intelligenz-aufs-Tempo)

KI

Zwischen Arbeitserleichterung und Jobgefährdung

Die Digital Literacy von Unternehmen ist seit dem Jahr 2020 steil nach oben gegangen. Immer mehr Firmen nutzen Künstliche Intelligenz.⁴ Allein in Deutschland ist zwischen 2019 und 2023 der Anteil an Firmen, die KI einsetzen, um rund 9 Prozent gestiegen. Aktuell verwenden 15 Prozent aller deutschen Unternehmen KI.⁵ Prognosen zufolge könnten in Zukunft fast ein Viertel der aktuellen Arbeitsaufgaben in Europa und den USA durch sie automatisiert werden.⁶ Aber wie steht es um die Chancen und Risiken?

Rund zwei Drittel der Deutschen halten KI für die wichtigste Zukunftstechnologie.⁷ 68 Prozent der bundesweiten Unternehmer sehen KI als eine Möglichkeit für positive Veränderungen, ein Fünftel jedoch als Risiko. Jeder neunte Unternehmer denkt, dass KI überhaupt keinen Einfluss auf die eigene Arbeit hat.⁸

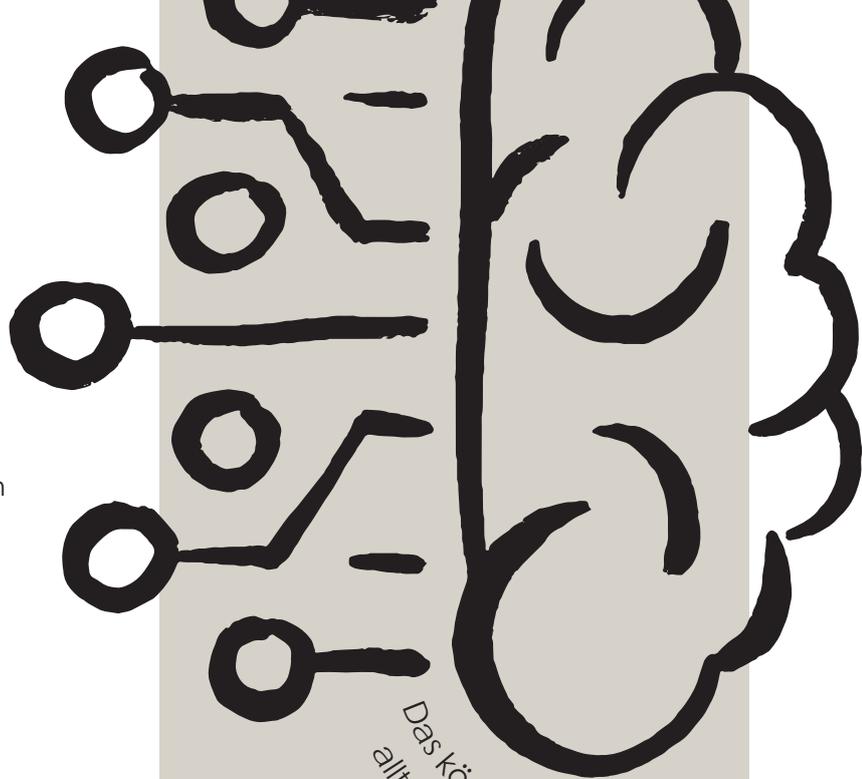


Künstliche Intelligenz soll in erster Linie der Arbeitserleichterung dienen. Vor allem repetitive und unkreative Jobs werden künftig durch technologische Innovationen ersetzt. Damit rücken menschliche Alleinstellungsmerkmale in den Vordergrund. Kreativität, Intuition und Empathie gewinnen auf dem Arbeitsmarkt langfristig an Bedeutung.¹

Der steigende Einsatz von KI kann aber auch die Aufgabenstruktur von Jobs verändern, die Produktivität steigern und sogar neue Berufe schaffen.² Einer Studie von Goldman Sachs zufolge könnte KI das weltweite Bruttoinlandsprodukt um 7 Prozent steigern.³ Die Anwender sind bereits überzeugt: 71 Prozent der Unternehmer, die KI verwenden, schätzen die verbesserte Wettbewerbsfähigkeit. In der Gesamtwirtschaft sind nur 44 Prozent aller Unternehmer der Meinung, dass KI ihnen einen Wettbewerbsvorteil verschaffen kann.

Bei der Frage nach dem größten Risiko Künstlicher Intelligenz gibt es keinen Unterschied zwischen KI-Nutzern und der Gesamtwirtschaft. Beide sehen Verstöße gegen Datenschutzvorgaben als größten Nachteil. Weitere Risiken für die aktuellen KI-Nutzer seien Fehler bei der Programmierung und Haftungsverpflichtungen bei Schäden. In der Gesamtwirtschaft machen die Unternehmer sich neben Datenschutzverstößen auch Sorgen über die IT-Sicherheit und Anwendungsfehler bei der KI-Nutzung.⁴

Die bisherigen Studien belegen zudem, dass der Einsatz Künstlicher Intelligenz negative Folgen auf die Motivation der Arbeitskräfte haben und Unsicherheit bei den Arbeitskräften erzeugen kann.⁵ Nicht ganz unbegründet. Denn weltweit könnten in Zukunft rund 300 Millionen Vollzeit Arbeitsplätze durch generative KI ersetzt werden.⁶



Das könnte KI im Arbeitsalltag für uns bedeuten

wichtigste Zukunftstechnologie

Arbeitserleichterung

Steigerung des BIP

verbesserte Wettbewerbsfähigkeit

Verstöße gegen Datenschutzvorgaben

Fehler bei Programmierungen

Haftungsverpflichtungen bei Schäden

Sorgen um IT-Sicherheit

Anwendungsfehler

negative Folgen auf Motivation

Unsicherheiten

¹ Megatrend New Work, Zukunftsinstitut, 2023, [zukunftsinstitut.de/dossier/megatrend-new-work/](https://www.zukunftsinstitut.de/dossier/megatrend-new-work/)

² Künstliche Intelligenz, Forschungsprojekt 2021, BMAS, S.3, denkfabrik-bmas.de/fileadmin/Downloads/Publikationen/Kuenstliche_Intelligenz_Die_Zukunft_der_Arbeit_anhand_von_Erkenntnissen_aus_der_Unternehmenspraxis_gestalten.pdf

³ Global Economics Analyst, Goldman Sachs, 26. März 2023, S.1, key4biz.it/wp-content/uploads/2023/03/Global-Economics-Analyst_-The-Potentially-Large-Effects-of-Artificial-Intelligence-on-Economic-Growth-Briggs_Kodnani.pdf

⁴ Studie des Digitalverbands BitKom, 2023, bitkom.org/Presse/Presseinformation/Deutsche-Wirtschaft-drueckt-bei-Kuenstlicher-Intelligenz-aufs-Tempo

⁵ Künstliche Intelligenz, Forschungsprojekt 2021, BMAS, S.3, denkfabrik-bmas.de/fileadmin/Downloads/Publikationen/Kuenstliche_Intelligenz_Die_Zukunft_der_Arbeit_anhand_von_Erkenntnissen_aus_der_Unternehmenspraxis_gestalten.pdf

⁶ Global Economics Analyst, Goldman Sachs, 26. März 2023, S.1, key4biz.it/wp-content/uploads/2023/03/Global-Economics-Analyst_-The-Potentially-Large-Effects-of-Artificial-Intelligence-on-Economic-Growth-Briggs_Kodnani.pdf

Achtsamkeit und Resilienz

Gesundheit am Arbeitsplatz

RESILIENZ

Bezogen auf den Menschen beschreibt Resilienz die Fähigkeit von Personen oder Gemeinschaften, schwierige Lebenssituationen wie Krisen oder Katastrophen ohne dauerhafte Beeinträchtigung zu überstehen. Resilienz in Bezug auf den Klimawandel bedeutet zum Beispiel, dass der Mensch lernt, mit den Risiken und Folgen der globalen Erwärmung zu leben, sein Verhalten daran anzupassen und künftigen Krisen vorzubeugen.⁷

Für die deutschen Beschäftigten rückt die Gesundheit in den Fokus. Seit dem Beginn der Corona-Pandemie betrachten sie immer mehr Erwerbstätige ganzheitlich. Das inkludiert auch den Aufbau von **Resilienz**. Die Beschäftigten wollen gewappnet sein für die Herausforderungen am Arbeitsplatz und im privaten Leben. Viele Bundesbürger suchen dabei nach guten Gewohnheiten, mit denen sie **Stress abbauen und bewältigen** können.¹

51 Prozent der berufstätigen Deutschen bewerten ihr Stresslevel mit sehr hoch oder eher hoch.² Die Arbeit gilt bundesweit als der größte Stressfaktor.³ Für viele ist das ein Grund, sich intensiver mit ihrer psychischen Gesundheit auseinanderzusetzen. So achten 43 Prozent der Deutschen mehr auf ihr mentales Wohlbefinden als noch vor einem Jahr. Gerade Ruhezeiten spielen dabei eine wichtige Rolle. Die meisten Beschäftigten sehen Ruhezeiten nicht mehr als Belohnung für getane Arbeit, sondern als essenziellen Teil von Wohlbefinden und Produktivität. Auf der Arbeit spiegelt sich das in Form von Pausen und flexiblen Arbeitszeiten wider. Wie aus der „Global Eating at Work 2023“-Studie der Compass Group hervorgeht, sind außerdem 66 Prozent der Deutschen der Meinung, dass Arbeitgebende Programme bieten sollen, die ihre Gesundheit aktiv fördern.⁴

Achtsamkeit kann darin eine wichtige Säule sein. Immer mehr Firmen bieten Gruppentrainings vor Ort mit einem Coach an. Andere bezuschussen private Programme oder Apps für Achtsamkeit und mentale Gesundheit.⁵ Dabei ist wissenschaftlich belegt: Achtsamkeitstrainings senken vor allem das individuelle Stresserleben. Auch das allgemeine Wohlbefinden, die Fähigkeit sich zu erholen und sich selbst zu regulieren profitieren von der Achtsamkeitspraxis.⁶

1 Global Eating At Work, Compass Group, 2023

2 Stress-Studie, Swisslife Deutschland, 2023, S.4

3 Trends: Mentale Gesundheit am Arbeitsplatz 2023, OpenUp, 10. Januar 2023, openup.de/unternehmen/blog/trendbericht-mentale-gesundheit-arbeitsplatz-2023

4 Global Eating At Work, Compass Group, 2023

5 Achtsamkeit am Arbeitsplatz, iga.Wegweiser, 2023, S.13

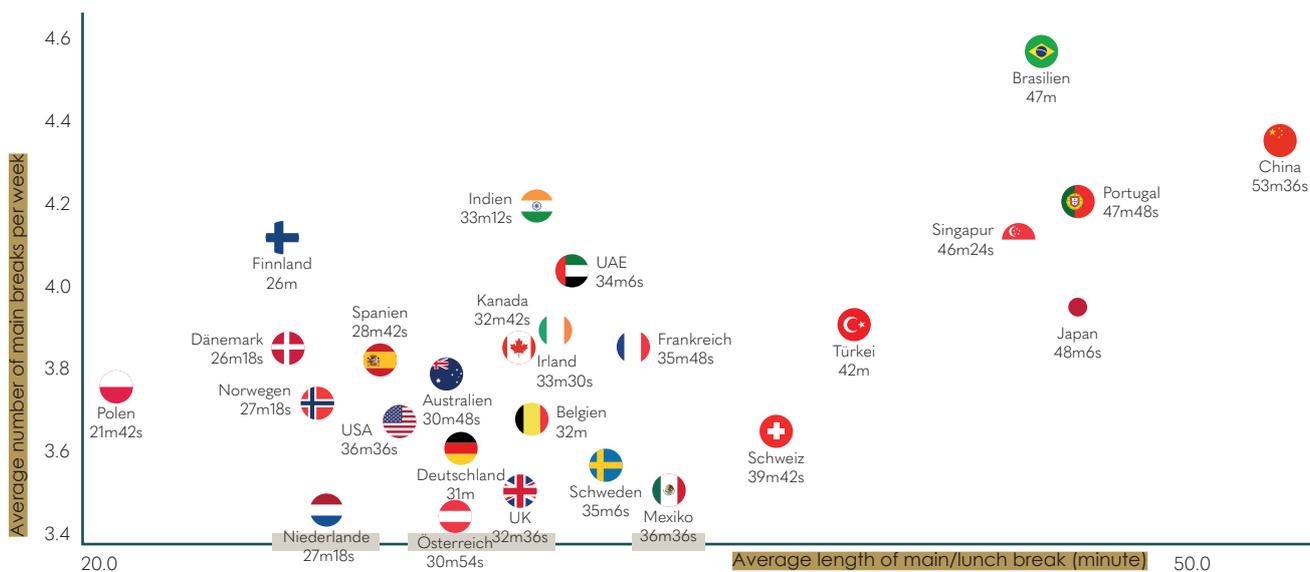
6 Achtsamkeit am Arbeitsplatz, iga.Wegweiser, 2023, S.12

7 Resilienz. Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung, 2024, <https://www.bmz.de/de/service/lexikon/70564-70564#:~:text=Der%20Begriff%20der%20Resilienz%20wird,er%20h%C3%A4ufig%20als%20E2%80%9EWiderstandsf%C3%A4higkeit%20%9C>.

Boxenstopp

Trend zu kürzeren Mittagspausen

Mittlerweile ist vielen Unternehmen und Beschäftigten bewusst, dass regelmäßige Pausen wichtig sind, um sich gut zu erholen und neue Energie zu tanken. Außerdem wirken sich Pausen nachweislich positiv auf Konzentration und Produktivität aus.¹ Etwa 60 Prozent der deutschen Arbeitnehmende spüren das. Sie geben an, dass eine Mittagspause sie umgehend leistungsfähiger macht. 75 Prozent finden, dass regelmäßige Pausen sogar ihre Gesamtproduktivität verbessern.



Trotzdem werden die Pausen in Deutschland immer kürzer. Laut der „Global Eating at Work 2023“-Studie arbeiten die meisten Deutschen fünf Tage in der Woche. Dabei machen sie nur 3,7 Hauptpausen. Etwas weniger als 31 Minuten dauert diese im Durchschnitt. Jeder 12. Erwerbstätige verzichtet sogar auf eine Pause und arbeitet durch. In der Generation der Babyboomer ist es fast jeder Achte.²

¹ Trends: Mentale Gesundheit am Arbeitsplatz 2023, OpenUp, 10. Januar 2023, openup.de/unternehmen/blog/trendbericht-mentale-gesundheit-arbeitsplatz-2023

² Global Eating At Work, Compass Group, 2023



Vielfalt

Unterschied in der Pausen- nutzung bei den Generationen

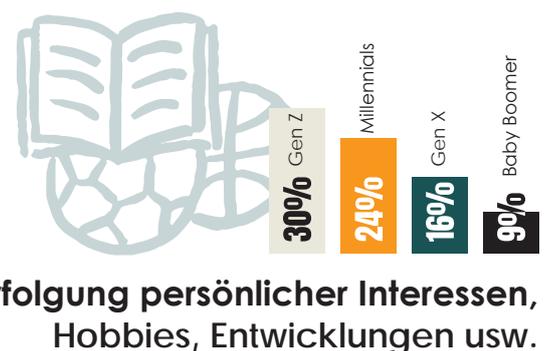
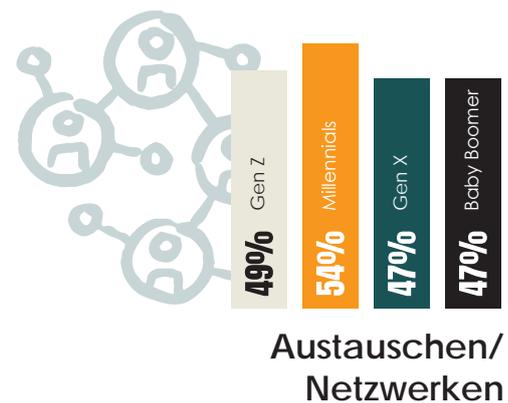
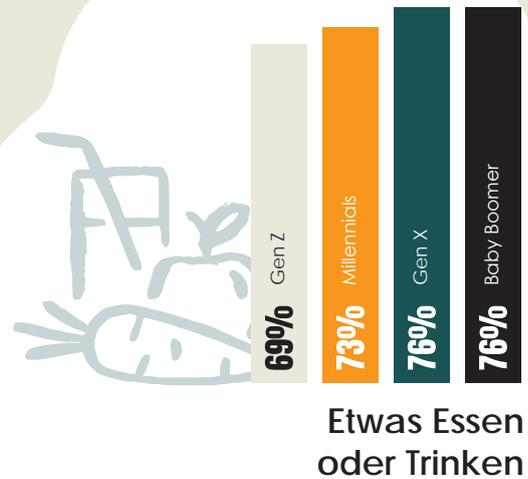
Wie verbringen die Deutschen ihre Pause? Das ist eine Frage der Generation. Dennoch lassen sich ein paar altersunabhängige Gemeinsamkeiten feststellen. So hat **Essen und Trinken für jeden Deutschen die oberste Priorität** – insbesondere für die Generation X und die Babyboomer. Insgesamt 74 Prozent der Deutschen nutzen die Auszeit dafür.

Die deutsche Generation Z und die Millennials verbringen ihre Pausen am ehesten mit Aktivitäten, die ihrer **psychischen Gesundheit** zugutekommen. 40 Prozent aller deutschen Erwerbstätigen **ruhen sich während ihrer Pause aus**. Jeder Zweite **spricht mit den Kollegen**. Während der Pause verfolgen nur wenige Befragte **persönliche Interessen und Hobbys**. Die Babyboomer sind mit 40 Prozent Spitzenreiter in dieser Kategorie.

Egal, womit sich die Deutschen während der Pause beschäftigen, am liebsten verbringen sie diese in einem Raum des Betriebs. 7 von 10 Arbeitnehmende wünschen sich explizit einen Bereich auf der Arbeit, in dem sie sich entspannen und neue Energie tanken können. Mehr als jeder zweite Erwerbstätige hat keinen geeigneten Pausenbereich. 11 Prozent der Deutschen gehen in ein Betriebsrestaurant, eine Cafeteria oder eine Kantine. Doch derzeit bieten nur 25 Prozent der deutschen Arbeitgebenden Business Catering an. 28 Prozent der deutschen Arbeitnehmenden bleiben während ihrer Pause direkt am Arbeitsplatz. Jeder Sechste geht im Park spazieren.

Geht es um die Qualität der Pausen, spielt Remote Work eine große Rolle. 45 Prozent der Deutschen geben an, dass sie sich in den Pausen zu Hause wirklich entspannen können. Im Büro sind es nur 37 Prozent. Zudem haben Erwerbstätige, die regelmäßig zwischen Wohnort und Firmenarbeitsplatz wechseln, regelmäßige und qualitativ hochwertigere Pausen.¹

Bevorzugte Aktivitäten, um eine Pause optimal zu nutzen



¹ Global Eating At Work, Compass Group, 2023

New Food

New Food

Die Digitalisierung, New Work, die zunehmende Rücksicht auf die Natur und die Umwelt, der Trend zu regionalen Lebensmitteln und weitere Einflüsse sind bereits heute in der Betriebsgastronomie sichtbar. Mehr noch: Die Branche selbst fokussiert die

aktuelle Transformation. Sie prägt die Entwicklung der Verpflegung in Unternehmen aktiv mit. Welche Rollen die Betriebsgastronomie genau ausfüllt und in welche Richtungen es in der Zukunft gehen kann, zeigen wir in diesem Kapitel.

Aktuelle Rolle der Digitalisierung beim Essen

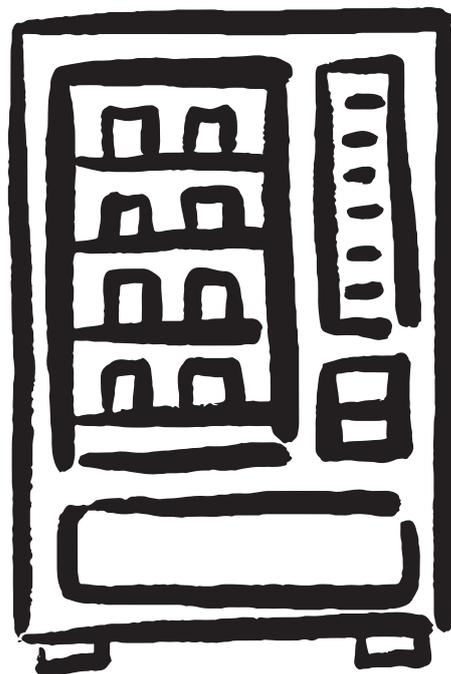
Die Digitalisierung ist in der Betriebsgastronomie breit etabliert. In verschiedenen Bereichen führt sie zu **optimierten Prozessen für Gäste und Mitarbeitende** sowie zu **geringeren Betriebskosten und mehr Effizienz**.¹ Durch den Einsatz künstlicher Intelligenz werden den Gästen personalisiert Gerichte empfohlen, die etwa Allergien und Nährstoffdefizite berücksichtigen.² Es gibt Küchensysteme, mit denen sich nicht aufgegessene Lebensmittel und anfallender Verschnitt erfassen lassen. So können Betriebsgastronomen effizienter einkaufen und Lebensmittelverschwendung in Form von Abfall reduzieren.³ Eine zunehmende Verbreitung finden auch Automaten und Roboter.

Micro Markets und Service-Roboter werden relevanter

Ein technischer Klassiker bei der Verpflegung sind **Essensautomaten**. Sie sind rund um die Uhr verfügbar. Dadurch eignen sich Essensautomaten mit frischen, vollwertigen Mahlzeiten, Snacks und Getränken insbesondere für Standorte mit Schichtsystemen wie in Krankenhäusern oder in der Logistik-Branche.⁴ Die dauerhafte Verfügbarkeit sowie die Möglichkeiten der Fernsteuerung und Fernwartung machen den Essensautomaten zu einem wichtigen Bestandteil von ganzheitlichen Verpflegungslösungen – wie Micro Markets.

Viele Business Caterer setzen bereits auf **Micro Markets**. Das sind innovative Shops, die ohne Verkaufspersonal auskommen. Sie sind individuell bestückt. Im flexiblen, modularen „Market 24/7“ der Compass Group können Unternehmen ihren Arbeitnehmenden beispielsweise tagesfrische Gerichte, Snacks sowie Heiß- und Kaltgetränke anbieten. Der Shop kann individuelle Öffnungszeiten haben oder auch rund um die Uhr begehbar sein. Bezahlt wird bargeldlos.

Für Betreiber haben diese smarten Kioske viele Vorteile. Durch **Verkaufsanalysen** kennen sie die Nachfrage nach bestimmten Waren und können die Micro Markets bedarfsgerecht bestücken. Das Risiko, dass Lebensmittel zu lange in Verkaufsautomaten verbleiben, nicht abgeholt werden und letztlich verderben, wird dadurch minimiert. Raum, um die Automaten zusätzlich mit Produkten für **Spontankäufe** zu bestücken, bleibt dennoch.⁵



¹ Wo die KI heute schon überall mitredet, Food Service, 04.12.2023, [food-service.de/maerkte/news/personalisierte-angebote-die-ki-weiss-was-gaeste-wuenschen-57865](https://www.food-service.de/maerkte/news/personalisierte-angebote-die-ki-weiss-was-gaeste-wuenschen-57865)

² Die KI weiß, was Gäste wünschen, Food Service, 20.11.2023, [food-service.de/maerkte/news/personalisierte-angebote-die-ki-weiss-was-gaeste-wuenschen-57865](https://www.food-service.de/maerkte/news/personalisierte-angebote-die-ki-weiss-was-gaeste-wuenschen-57865)

³ Zeit und Geld sparen. Erfassen, verfolgen und verwalten Sie Ihre Lebensmittelabfälle ganz einfach, Winnow Vision, 29.01.2024, www.winnowsolutions.com/de/produkt/vision

⁴ Die Betriebsverpflegung im Wandel, das sollten Caterer 2023 wissen!, Livello, 28. April 2023, [livello.com/post/die-betriebsverpflegung-im-wandel-das-sollten-caterer-wissen](https://www.livello.com/post/die-betriebsverpflegung-im-wandel-das-sollten-caterer-wissen)

⁵ Market 24/7, Compass Group, 26. Januar 2024, [compass-group.be/en/our-concepts/market-24-7](https://www.compass-group.be/en/our-concepts/market-24-7)

Immer mehr Einzug in die Betriebsgastronomie finden Roboter. Dabei geht ihr Nutzen längst über das Bringen eines Essenstabletts zum Tisch des Gastes hinaus. Es gibt vollautomatisierte Küchenroboter, die frische Zutaten zusammenfügen und verzehrfertig garen.⁶ Der Gast muss lediglich sein Gericht wählen, bargeldlos bezahlen und sich seine Mahlzeit entnehmen. Es gibt vollautomatische Kücheneinheiten aus Schränken, Roboterarmen und Roboterhänden, Küchenutensilien und einem System zur Aufzeichnung von Rezepten. Die Kücheneinheit kann Gerichte eigenständig zubereiten. Sie lässt sich aber auch wie eine klassische Küche durch den Menschen nutzen.⁷

Eine weitere technische Unterstützung beim Besuch im Betriebsrestaurant sind Kassen mit Kameras. Sie erkennen das gewählte Gericht auf dem Essenstablett von selbst. Das Essen lässt sich bargeldlos bezahlen. Kassenspersonal braucht es hierfür nicht mehr.⁸

Automaten, Micro Markets, Roboter und smarte Kassen sind Entwicklungen, die der Gast direkt mitbekommt. Sie haben aber auch einen Nutzen, der nicht direkt zu sehen ist: Sie wirken dem Problem des Fachkräftemangels in der Betriebsgastronomie entgegen.⁹ Personal, das an der Essensausgabe des Betriebsrestaurants eingespart wird, kann effizient an anderer Stelle eingesetzt werden. Es kann zum Beispiel die Automaten, Micro Markets und Roboter mit Waren und Zutaten bestücken.



**MARKET
24/7**

Market 24/7 ist die modulare Lösung der Compass Group zur unabhängigen, bargeldlosen Ganztagesverpflegung

⁶ Wenn der Kantinenroboter die Reischüssel füllt, Kuka, 26. Januar 2024, www.kuka.com/de-ch/branchen/loesungsdatenbank/2022/01/ocado-karakuri

⁷ Moley Robotics, Moley, 26. Januar 2024, www.moley.com/moley-kitchen

⁸ Kassensystem für Selbstbedienung mit Bilderkennung, Contidata, 26. Januar 2024, contidata.de/kassensystem/selbstbedienung

⁹ Die Betriebsverpflegung im Wandel, das sollten Caterer 2023 wissen!, Livello, 28. April 2023, livello.com/post/die-betriebsverpflegung-im-wandel-das-sollten-caterer-wissen





Easy Order

Digitale (Vor-)Bestellung, Sitzplatzreservierung und Mobile Payment

Sehr viele Gäste nutzen Smartphones. Darum setzen viele Business Caterer auf Apps für ihre Gäste. Die Smartphone-Softwares enthalten in der Regel die tagesaktuellen Gerichte inklusive Nährwerte und CO₂-Bilanz, eine Funktion zur bargeldlosen Bezahlung, Infos über die aktuelle Sitzplatz-Auslastung im Restaurant, eine Funktion zur Sitzplatzreservierung und die Möglichkeit, Gerichte zu bestellen beziehungsweise vorzubestellen oder an den Arbeitsplatz zu liefern.^{1 2} Durch diese Vorteile sind die Caterer-Apps zu einem wichtigen Bestandteil des Arbeitslebens geworden.

¹ Tasty food, transformed by tech, Eurest UK, 26. Januar 2024, eurest.co.uk/food-services/foodservice-technology

² Unsere Zukunft mit nachhaltiger Ernährung schon heute!, Eaternity, 26. Januar 2024, eaternity.org

Informative Screens

CO₂-Werte für Gerichte

Ähnlich informativ und praktisch wie die Smartphone-Apps der Business Caterer sind Touchscreen-Terminals. Darüber erhalten die Gäste des Betriebsrestaurants detaillierte Informationen zu ihrem Besuch und den Gerichten. Die Infoscreens weisen meist Angaben zu den Nährwerten, dem Wasserverbrauch, dem Tierwohl und dem CO₂-Fußabdruck einzelner Gerichte aus. So ergibt sich ein vergleichbarer Score, mit dem der Gast eine bewusste Entscheidung bei der Essenswahl treffen kann.¹ Auch zeigen Infoscreens oft die Besucherauslastung des Betriebsrestaurants an.



¹ Eaternity Score, Eaternity, 26. Januar 2024, eaternity.org/score

Aktuelle Rolle der Betriebsgastronomie in der Arbeitswelt

Die Arbeitswelt ist weiterhin im Wandel. Eine der größten und offensichtlichsten Veränderungen der jüngeren Entwicklung ist die stärkere Sensibilisierung für einen ganzheitlichen Ansatz im Gesundheitsmanagement. Vorbei sind die Zeiten, in denen eine gute Gesundheit vor allem mit einer guten Ernährung und regelmäßiger Bewegung erklärt wurde. Heute ist Gesundheit ein viel komplexeres und ganzheitlicheres Thema. Sie wird von vielen Kernaspekten des Lebens beeinflusst. Zur ganzheitlichen Gesundheit gehört für Arbeitnehmende, dass sie einen Arbeitgeber brauchen, der ihr Wohlbefinden in den Vordergrund stellt und ihr Glück und ihre Gesundheit sowie ihre Produktivität sicherstellen will. Um die besten Talente anzuziehen und zu halten, müssen Arbeitgebende den Arbeitnehmenden zeigen, dass sie sich um alle Aspekte ihrer Gesundheit kümmern. Denn Arbeitnehmende achten zunehmend auf ihr eigenes Wohlbefinden.

Bei der Befragung zur „Global Eating At Work 2023“-Studie der Compass Group gaben 70 Prozent der Befragten an, dass für sie ein Betriebsrestaurant zeigt, dass sich der Arbeitgeber um seine Mitarbeitenden kümmert. In der Generation Z – also bei jungen Arbeitnehmenden, die zwischen 1996 und 2010 geboren wurden – liegt der Wert mit 76 Prozent höher. 2020 lag der Wert aller Befragten mit 66 Prozent niedriger.

Vor dem Hintergrund der Gesundheit, des Wohlbefindens und des Ausdrucks der Wertschätzung der Angestellten sehen Firmen Business Caterer zunehmend als Partner statt als Lieferanten an. Die Firmen erkennen somit die wichtige Rolle an, die Caterer bei der Bereitstellung von praktischen und digitalen Lösungen spielen. Zu den neuen Aufgaben der Betriebsgastronomen gehören unter anderem:

In Hinblick auf die gestiegenen Lebenshaltungskosten können Business Caterer derzeit eine weitere Hilfe für Arbeitgebende und Arbeitnehmende sein. Denn die höheren Ausgaben belasten die Angestellten. 74 Prozent der Befragten der „Global Eating At Work 2023“-Studie sagen, dass Arbeitgebende mehr tun sollten, um Mitarbeitende infolge der gestiegenen Lebenshaltungskosten zu unterstützen. Das kann für die Befragten auch in Form von Verpflegung passieren.

Ein Betriebsrestaurant kann somit ein Teil der gewünschten Unterstützung sein.

Ein weiterer Vorteil eines Betriebsrestaurants besteht darin, dass hybride Arbeitnehmende häufiger am Arbeitsplatz statt im Mobileoffice arbeiten. So kann das Gemeinschaftsgefühl am Arbeitsplatz gestärkt werden. Auch werden in der Zukunft Arbeitsplätze, die auf Einfachheit und Effizienz ausgerichtet sind, wichtiger. Ein Betriebsrestaurant kann mit seinen zeitsparenden und bequemen Lösungen das Pausenerlebnis verbessern und so einen Teil zur Zukunftsfähigkeit der Unternehmen beitragen.¹

- Aufklärung der Gäste in Hinblick auf gesunde und nachhaltige Gerichte
- Sicherstellung einer angemessenen Pausenzeit und eines angemessenen Pausenortes. Dieser Ort muss es Arbeitnehmenden ermöglichen, sich vollständig zu entspannen und produktiver an die Arbeit zurückzukehren
- Voraussetzungen schaffen, um die Pausenzeit für sich selbst zu nutzen, oder um die Pause mit Kollegen bei einer Mahlzeit zu verbringen

¹ Global Eating At Work, Compass Group, 2023



70% gaben an, dass ein Betriebsrestaurant für sie Ausdruck der Wertschätzung des Arbeitgebers gegenüber seinen Mitarbeitenden zeigt



Personal

Faktor für erfolgreiches Recruiting und Employer Branding

Eine gute Verpflegung ist für Arbeitnehmende heutzutage sehr relevant. Außerdem ist sie im Werben um Personal ein wichtiger Faktor, um junge Talente anzuziehen und zu halten. Laut der „Global Eating At Work 2023“-Studie zählt ein **Betriebsrestaurant** nach flexiblen Arbeitszeiten, einer Krankenversicherung und der Möglichkeit, von zu Hause zu arbeiten, zum viertwichtigsten nicht monetären Vorteil, den ein Arbeitgeber einem Arbeitnehmenden bieten kann. Geschätzt werden vor allem die Nähe zum Arbeitsplatz, der schnelle Service und das Betriebsrestaurant als Treffpunkt mit Kollegen.



flexible
Arbeitszeiten



Kranken-
versicherung



Home-Office-
Optionen



Betriebs-
restaurant

am wichtigsten

nicht-monetäre Vorteile, den ein Arbeitgeber einem Arbeitnehmenden bieten kann

(nach Wichtigkeit)

Bei den jungen Arbeitnehmenden der Generation Z nimmt der Stellenwert eines Betriebsrestaurants eine Sonderposition ein. Unter den fünf wichtigsten nicht monetären Vorteilen ist ihnen das Betriebsrestaurant als einziges überdurchschnittlich wichtig.

Wie die Studie zeigt, kann ein Betriebsrestaurant einen Einfluss auf Jobanwärter und Jobempfehlungen haben. 60 Prozent aller Befragten gaben an, dass sich ein Betriebsrestaurant positiv auf die Entscheidung auswirken würde, bei einem zukünftigen Arbeitgeber zu arbeiten. In der Generation Z liegt dieser Wert mit 72 Prozent merklich höher. 2020 lag der Wert aller Befragten bei 52 Prozent und somit wesentlich niedriger. 71 Prozent der Arbeitnehmenden, deren Firma ein Betriebsrestaurant besitzt, würden ihre Firma außerhalb der Firma weiterempfehlen. Bei Arbeitnehmenden ohne Betriebsrestaurant liegt der Wert bei 62 Prozent. Das lässt vermuten, dass Firmen mit Betriebsrestaurants loyale Mitarbeitende haben.

Aber wie verbreitet sind Betriebsrestaurants derzeit? Bei der „Global Eating At Work 2023“-Studie gab ein Drittel der Arbeitnehmenden an, Zugang zu einem Betriebsrestaurant zu haben. Der Mehrheit der Arbeitnehmenden stehe jedoch nur ein Basisangebot wie ein Pausenraum mit Wasserkocher und Kühlschrank zur Verfügung.¹

¹ Global Eating At Work, Compass Group, 2023



Good for me

Impulsgeber für bewusste Ernährung

Die Mittagspause ist heute kein Routineereignis mehr. Die Arbeitnehmenden wollen das Beste aus ihrem Aufenthalt am Arbeitsplatz herausholen und betrachten das Essen am Arbeitsplatz als ein Erlebnis. Gleichzeitig haben die vom Arbeitgeber angebotenen Gerichte und Getränke durch die gestiegenen Lebenshaltungskosten einen höheren Wert erhalten. Das Preis-Leistungs-Verhältnis ist zu einem wichtigeren Faktor geworden. Er lenkt Arbeitnehmende davon ab, über ihre Lebensmittelpräferenzen nachzudenken. Für Mitarbeitende ohne Betriebsrestaurant ist der Preis der wichtigste Faktor. In Unternehmen mit Betriebsrestaurant sind es dagegen die Qualität des Essens und der Ge-

schmack.¹ Business Caterer können also durch eine abwechslungsreiche und breite Auswahl an wertigen Gerichten auch preisbewussten Arbeitnehmenden den Wunsch nach gesunden Mahlzeiten ermöglichen.

Arbeitnehmende erwarten, dass Unternehmen umweltfreundliche Praktiken aktiv fördern. Für einige hat dies Auswirkungen auf ihre Entscheidung, ob sie sich für einen potenziellen Arbeitgeber entscheiden. Verbraucher weltweit bringen eine pflanzliche Ernährung mit Umweltfreundlichkeit in Verbindung. Somit können pflanzliche Mahlzeiten zu mehr Nachhaltigkeit im Unternehmen und zum Wohlbefinden der Mitarbeitenden beitragen.²

¹ Global Eating At Work, Compass Group, 2023

² Global Eating At Work, Compass Group, 2023

Networking und Socializing

Ort der Begegnung

Die Gemeinschaft am Arbeitsplatz spielt eine wichtige Rolle für das Gesamterlebnis der Mitarbeitenden. Dabei fördert Geselligkeit wie das gemeinsame Mittagessen das Gemeinschaftsgefühl. Betriebsrestaurants bieten einen passenden Ort dafür. Wenn ein Arbeitgeber Verpflegungsmöglichkeiten und passende Räumlichkeiten bietet, essen die Mitarbeitenden eher mit ihren Kollegen zu Mittag als allein, wie die Compass Group in ihrer „Global Eating At Work 2023“-Studie herausfand. Dabei gelte: Je fortschrittlicher das Angebot an Gerichten und Getränken ist, desto wahrscheinlicher ist es, dass die Mitarbeitenden gemeinsam essen.¹

Warum das Gemeinschaftsgefühl so wichtig ist? Unternehmen, in denen Socializing ein aktiver Bestandteil der Kultur ist, haben eine höhere Produktivität. Diese lässt sich durch ein attraktives kulinarisches Angebot fördern. Dazu zählt auch ein Take-away-Angebot fürs Homeoffice. Betriebsrestaurants werden so zu wichtigen Bausteinen der neuen Arbeitskultur und damit zu ganztägigen Serviceunternehmen.²

Working-Space

Anlaufstelle für Hybrid- und Teamarbeiter

Betriebsrestaurants sind für Unternehmen eine Möglichkeit, um den Vor-Ort-Arbeitsplatz attraktiver zu gestalten und so Mitarbeitende aus dem Mobiloffice zur Präsenz in die Firma zu motivieren. In der „Global Eating At Work 2023“-Studie gaben 53 Prozent der hybriden Arbeitnehmenden an, dass sie ihren Arbeitsplatz häufiger besuchen würden, wenn dort ein Mitarbeitendenrestaurant vorhanden wäre.³

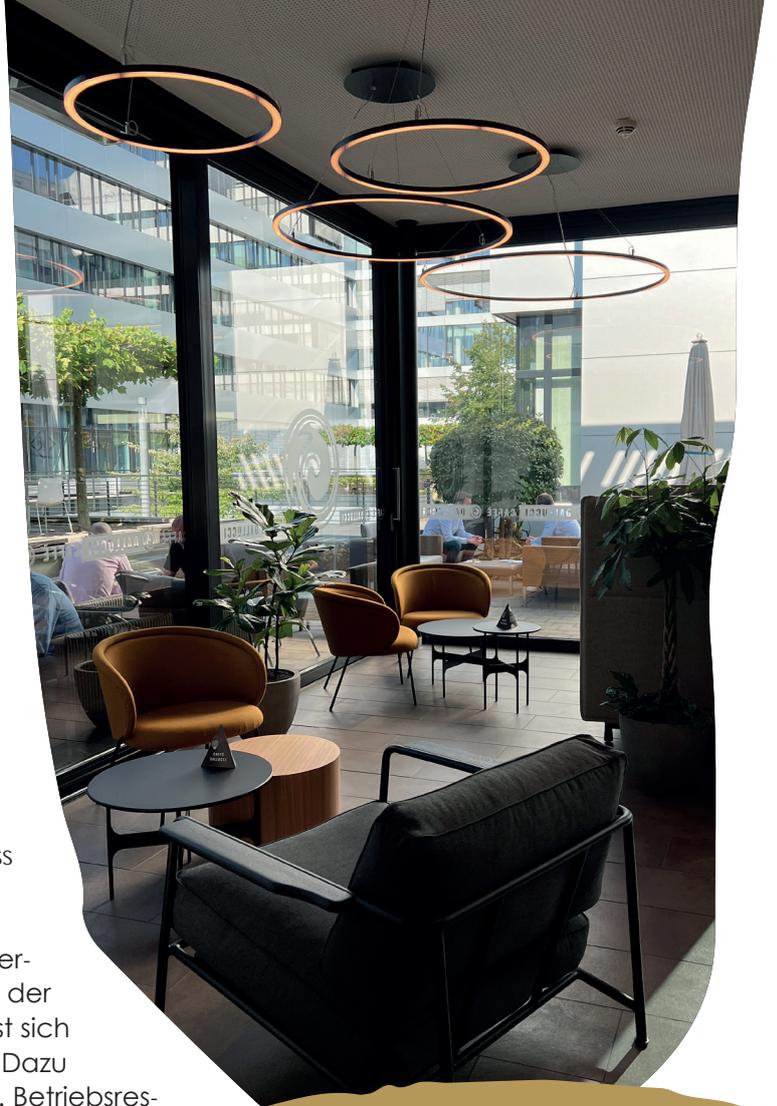
Wenn zeitlich und örtlich flexibles Arbeiten und das ständige Wechseln zwischen Homeoffice- und Firmenarbeitsplatz alltäglich wird, erwartet Trendforscherin Hanni Rützler eine weitere Veränderung bei Betriebsrestaurants. Sie würden zu Kommunikationszentren werden. Damit meint sie Orte für informelle Begegnungen und Teambesprechungen in kleinen Gruppen. Mitarbeitende aus dem Homeoffice und aus der Firma würden sich über die traditionellen Mahlzeiten hinaus im Betriebsrestaurant treffen.⁴

¹ Global Eating At Work, Compass Group, 2023

² Hanni Rützler Food Report 2024, Deutscher Fachverlag, 2023, S. 34

³ Global Eating At Work, Compass Group, 2023

⁴ Hanni Rützler Food Report 2024, Deutscher Fachverlag, 2023, S. 34



Noch mehr Auskunft über die Relevanz von Socialising am Arbeitsplatz und was das für Unternehmen bedeutet, bietet die 2024 umgesetzte globale Compass Studie "The Power of Socialisation" - Gern lassen wir Ihnen weitere Informationen zukommen



Aktuelle und zukünftige Foodtrends

Der Klimawandel, die weiterhin steigende Zahl der Weltbevölkerung, das zunehmende Gesundheitsbewusstsein in Nordamerika und Europa und der steigende Tierschutz stellen die weltweite Ernährung auf den Kopf. Es vollzieht sich zur Zeit eine große Transformation. Die aktuellen Foodtrends und die Ideen dahinter zielen neben der Frage des Geschmacks immer mehr auf eine positive Wirkung für Mensch, Tier und Umwelt ab. Aber welche Foodtrends sind gerade relevant? Und welche werden in Zukunft noch wichtig werden?

DIESEN FRAGEN WOLLEN
WIR IM FOLGENDEN NACHGEHEN

Snackifikation

Aushängeschild moderner Esskultur

Verbraucher möchten heutzutage schnell verfügbare Mahlzeiten, die leicht in den Arbeitsalltag integrierbar sind. Diesen Wandel beschreibt die Snackifikation. Waren Snacks im allgemeinen Sprachgebrauch eher als ungesunde Zwischenmahlzeiten bekannt, geht es bei der Snackifikation um gesunde Mahlzeiten. Das können auch mehrere kleine Zwischenmahlzeiten sein.¹ Der Hintergrund der Snackifikation: In den letzten Jahren wurde in der Gesellschaft ein allgemeiner Wandel hin zu einer bewussten und gesunden Ernährung vollzogen, sodass heute 91 Prozent der deutschen Bevölkerung Wert auf gesundes Essen legen.^{2,3}

Welche Rolle Snacks derzeit bei Arbeitnehmenden spielen, hat die Compass Group in ihrer „Global Eating At Work 2023“-Studie ermittelt. Demnach ist aktuell jeder dritte Berufstätige (36 Prozent) eine gesunde Zwischenmahlzeit. Das kann ein Apfel oder ein Joghurt sein. 24 Prozent greifen zu ungesunden Snacks wie Schokolade.⁴ Unter anderem mit den bereits erwähnten Automaten und Micro Markets setzen Business Caterer die Snackifikation am Arbeitsplatz um. Dabei umfasst das Angebot auch frische Zwischenmahlzeiten wie Porridge, Sandwiches, Wraps, Salate und verzehrfertiges Obst und Gemüse.⁵



¹ Die Betriebsverpflegung im Wandel, das sollten Caterer 2023 wissen, Livello, 28.04.2023, livello.com/post/die-betriebsverpflegung-im-wandel-das-sollten-caterer-wissen
² Deutschland, wie es ist – der BMEL-Ernährungsreport 2021, Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft, bmel.de/DE/themen/ernaehrung/ernaehrungsreport2021.html

³ Die Betriebsverpflegung im Wandel, das sollten Caterer 2023 wissen, Livello, 28.04.2023, livello.com/post/die-betriebsverpflegung-im-wandel-das-sollten-caterer-wissen

⁴ Global Eating At Work, Compass Group, 2023

⁵ Potenziale für die Betriebsverpflegung, Verpflegungsmanagement, 30.11.2023, verpflegungsmanagement.de/aktuell/news/2862-29-11-2023-eurest-snacking-im-beruf-potenziale-fuer-die-betriebsverpflegung

Meat Me Halfway

Fleisch- und Fischersatz auf dem Vormarsch



Fleisch- und Fischersatzprodukte sind in Deutschland zunehmend gefragt. Die deutsche Fleischersatzindustrie verzeichnete seit 2019 ein **Wachstum von 226 Prozent**.¹ Dagegen war der Fleischverzehr in Deutschland und in Großbritannien 2022 auf dem Tiefstand.² Obwohl die Zahl der Vegetarier in Deutschland sinkt, werden **Fleischersatzprodukte zunehmend produziert und konsumiert**. Der Grund hierfür sind mitunter Flexitariër, die bewusst weniger Fleisch essen.³

Dass die Nachfrage nach Fleisch- und Fischersatzprodukten weiterhin steigen kann, legt die Wiederkaufsrate nahe. Sie liegt nur bei 50 Prozent. Ein Grund dafür ist, dass die Ersatzprodukte die Verbraucher geschmacklich noch nicht überall überzeugen. Außerdem sind die Ersatzprodukte oft ähnlich teuer wie Fleisch- und Fischprodukte.⁴ Verbraucher greifen in diesem Fall wohl eher zu den ihnen vertrauten fleisch- und fischhaltigen Produkten statt zu veganen und vegetarischen Ersatzprodukten.



In der Betriebsgastronomie arbeiten bereits viele Business Caterer mit Fleisch- und Fischersatzprodukten. Auch pflanzliche Gerichte, die sich durch Nachhaltigkeit auszeichnen, sind längst

Gründe, weswegen Verbraucher oft nicht von der fleisch- oder fisch-losen Alternative überzeugt sind

keine Ausnahme mehr, sondern ein grundlegender Standard. Das beste Beispiel dafür ist das gesunde und bewusste Foodkonzept „**Powered by Plants**“ von Business Caterer Eurest und der internationalen Ernährungsorganisation ProVeg mit über 70 verschiedenen veganen Gerichten.⁵



1 The Smart Protein Report: European Plant-based Food Sector Increased by 49% in Two Years, Vegconomist, 25.02.2021, vegconomist.com/studies-and-numbers/the-smart-protein-report-european-plant-based-food-sector-increased-by-49-in-two-years/

2 Fleischverkehr 2022 auf Tiefstand, Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung, 03.04.2023, ble.de/SharedDocs/Pressemitteilungen/DE/2023/230403_Fleischverzehr.html

3 Hanni Rützler Food Report 2024, Deutscher Fachverlag, 2023, S. 60

4 Hanni Rützler Food Report 2024, Deutscher Fachverlag, 2023, S. 61ff

5 Powered by Plants, Eurest, 20.01.2024, eurest.de/eurest/foodkonzepte/powered-by-plants/

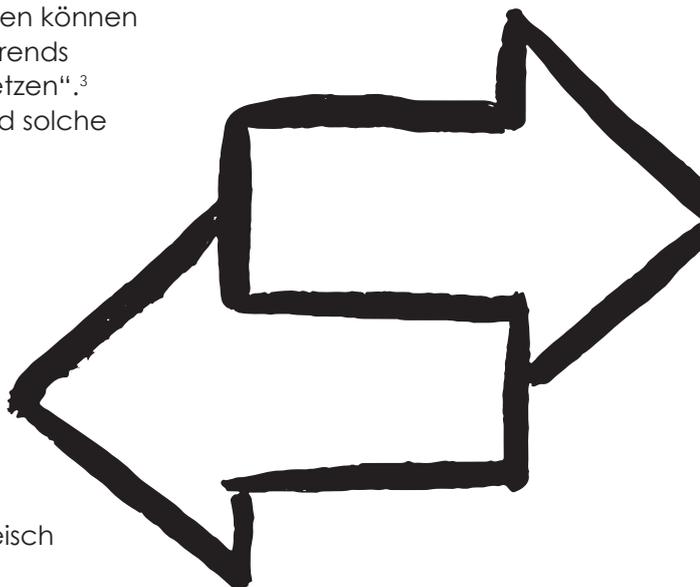
Trend und Gegentrend

Plant-Based vs. Vegourmets, Carneficionados und Real Omnivores

Wenn es um Snackification geht, ist gelegentlich auch die Rede von „**Fast Good**“ statt von **Fast Food**. Bei Fast Good geht es allgemein um schnelle, gesunde und nährwertreiche Gerichte. Das bedeutet aber nicht, dass man auf frische Zutaten, Handwerkskunst oder kulinarische Kreativität verzichtet. Stattdessen geht es darum, **Prozesse und Abläufe ohne Qualitätsverlust zu optimieren**.^{1 2}

Entwicklungen wie **Snackifikation** und **Fast Good** lösen Gegenreaktionen aus, sogenannte „Gegentrends“. Die Interaktionen der Trends und Gegentrends rufen „koevolutionäre Dynamiken“ hervor. Das heißt, sie haben das Potenzial, das Ernährungssystem durch ihre Wechselwirkung zu verändern. Nischeninnovationen können in das Ernährungssystem integriert werden oder neue Food-Trends können „konventionelle Produkte, Prozesse und Services ersetzen“. ³ „Vegourmets“, „Real Omnivores“ und „Carneficionados“ sind solche Gegentrends zu pflanzlichen Fleischalternativen.

Carneficionados und **Vegourmets** sind Personen, die Fleisch aus standardisierter, industrieller Produktion sowie Plant-Based-Food meiden.⁴ Carneficionados berücksichtigen, dass der Konsum von Fleisch und Fisch auch kulturelle und evolutionäre Aspekte hat. Sie wollen Fleisch essen, sehen sich aber in einer **ethischen und ökologischen Verantwortung**. Daher wählen sie Fleisch aus nachhaltiger Produktion und genießen es in Maßen.⁵ Im Rahmen des Carneficionados-Trends werden auch neue Fleischqualitäten und -sorten betrachtet, wie zum Beispiel Fleisch von Yaks, Bisons und Lamas.⁶



Vegourmets ernähren sich vegetarisch beziehungsweise vegan und verzichten auf Fleischersatzprodukte. Sie stehen industriell verarbeiteten Produkten grundsätzlich sehr skeptisch gegenüber. Stattdessen steht das Kreieren von Gerichten aus Gemüse, Obst, Getreiden, Hülsenfrüchten und Kräutern, **bei deren Genuss niemand das Tierische vermisst**, im Fokus.⁷

Ein weiterer Gegentrend stellen **Real Omnivores** dar. Sie stehen den Entwicklungen in der Food-Tech aufgeschlossen gegenüber. Anders als bei anderen Esstypen, die auf Verzicht bestehen, befürworten Real Omnivores eine vielfältige und ausgewogene Ernährungsweise. Für sie kommen neue Nahrungsquellen wie Algen, Mykoproteine und Insekten sowie In-Vitro-Fleisch und Fisch aus Zellkulturen zunehmend in Betracht.⁸

FAZIT

Foodkonzepte zu Snackification und Fast-Good-Gerichte lassen sich bereits heute in der Betriebsgastronomie wiederfinden. Dagegen führen kulinarische Lösungen für Carneficionados, Vegourmets und Real Omnivores höchstens ein Nischendasein.

¹ Die Betriebsverpflegung im Wandel, das sollten Caterer 2023 wissen, Livello, 28.04.2023, livello.com/post/die-betriebsverpflegung-im-wandel-das-sollten-caterer-wissen

² Fast Good, Chefsculinar, 20.01.2024, chefsculinar.de/fast-good-45361.htm

³ Hanni Rützler Food Report 2024, Deutscher Fachverlag, 2023, S. 56

⁴ Hanni Rützler Food Report 2024, Deutscher Fachverlag, 2023, S. 66

⁵ Food-Trends 2024: Haupttreiber sind Krisen, Die Fleischerei, 10.07.2023, fleischerei.de/food-trends-2024-haupttreiber-sind-krisen-370836/

⁶ Hanni Rützler Food Report 2024, Deutscher Fachverlag, 2023, S. 66

⁷ Von Allesesser bis Fleischliebhaber – Die Gegentrends zu Plant-Based Food, Biofach, 24.01.2024, biofach.de/de-de/wissen-inspiration/2024/artikel/biofach-von-allesesser-bis-fleischliebhaber

⁸ Real Omnivore, der Esstyp der Zukunft, Zukunftsinstitut, 03.06.2021, zukunftsinstitut.de/zukunftsthemen/real-omnivore-esstyp-der-zukunft

Regional

Bio-Ersatz und lokaler Eigenanbau

Off assoziieren Verbraucher die standardisierte und industrialisierte Lebensmittelproduktion mit Qualitätsverlusten. Gleichzeitig sehnen sie sich nach mehr regional produzierten Lebensmitteln. Diese Wünsche verdichten sich in Local-Food-Trends wie

New Glocal

Neuordnung des Lebensmittelhandels, Fokus auf Resilienz und Transparenz

Brutal Lokal

Fokus auf radikale Saisonalität und Wild Food

Local Exotics

Lokale Produktion exotischer Pflanzen und Fische

Eine deutlich größere Rolle als die drei genannten Local-Food-Trends nehmen Bio-Produkte ein. Sie entwickelten sich einst aus einer Nische heraus und gewannen an Bedeutung in ihrem Verhältnis zu Umwelt- und Klimaschutz.² Veganismus beziehungsweise der Plant-Based-Trend, die steigende Inflation und die damit verbundenen finanziellen Überlegungen und die aktuelle

Fokussierung auf Regionalität seitens der Verbraucher stellen die Zukunft der Bio-Landwirtschaft allerdings zur Debatte.³ Zusätzlich steigt der Druck auf die Bio-Branche dadurch, dass deren Herstellung mehr Land und extensivere Flächen benötigt. Um seine Relevanz zu behalten, muss der Bio-Sektor „komplexere Lösungen“ entwickeln.⁴

In der heutigen Betriebsgastronomie sind Bio-Produkte selbstverständlich. Um den Bio-Anteil am Angebot vergleichbar ausweisen zu können, ist im Oktober 2023 die Bio-Außer-Haus-Verpflegung-Verordnung (Bio-AHVV) in Kraft getreten. Je nach Höhe des Bio-Anteils gibt es eine Kennzeichnung in Bronze, Silber oder Gold. Gleichzeitig können sich Gäste sicher sein, dass Betriebsrestaurants, klassische Restaurants und Mensen, die mit der Verwendung von Bio-Produkten werben, zertifiziert und kontrolliert wurden.⁵



1 Hanni Rützler Food Report 2024, Deutscher Fachverlag, 2023, S. 76 ff

2 Hanni Rützler Food Report 2024, Deutscher Fachverlag, 2023, S. 114

3 Hanni Rützler Food Report 2024, Deutscher Fachverlag, 2023, S. 115ff

4 Hanni Rützler Food Report 2024, Deutscher Fachverlag, 2023, S. 123

5 Mehr Bio in Restaurants, Kantinen und Mensen – so unterstützt das BMEL gute Außer-Haus-Verpflegung, BMEL, 16.08.2023, bmel.de/DE/themen/landwirtschaft/oekologischer-landbau/bio-ausser-haus-verpflegung.html

Circular Food

Trendfusion gegen Lebensmittelabfälle

Etwa ein Drittel pro
Mahlzeit landet in der Tonne!
Wir können das ändern.

- Mit solch beschrifteten Tischaufstellern, Postern, Thekenaufklebern, Einlegern und Postkarten in der Betriebsgastronomie machte die Initiative „United Against Waste“ 2020 auf die bundesweite Aktionswoche „Deutschland rettet Lebensmittel!“ des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) aufmerksam.¹ Die Initiative, zu deren Gründungsmitgliedern auch Business Caterer zählen, regte so Gäste zum Nachdenken an.

Allgemein machen sich Verbraucher mehr Gedanken über Lebensmittelverschwendung. Bisherige Food-Trends, die Lösungen gegen Food Waste anstreben, verschmelzen zu neuen Trends, den sogenannten „Trendfusionen“. Während sich die bisherigen Trends gegen Lebensmittelverschwendung an weniger oder gar keinen Lebensmittelabfällen orientierten, basieren die neuen Trendfusionen wie Circular Food auf **regenerativer Ressourcennutzung**.²

Der Trend Circular Food betrachtet den **gesamten Produktzyklus der Lebensmittel**, um eine nachhaltige Ernährung zu ermöglichen. So werden Schalen, Kerne und ähnliche Bestandteile von Ausgangsprodukten als wertvolle, ungenutzte Ressourcen wahrgenommen. Diese Ressourcen werden dann zu neuen Lebensmitteln verarbeitet. Die Befürworter von Circular Food sehen Produzenten, Verbraucher, Märkte und Gastronomiebetriebe in der Verantwortung, solche Ressourcen zu nutzen und sie in den biologischen Kreislauf zu integrieren.³ Somit orientiert sich Circular Food an einer **Kreislaufwirtschaft als Antwort auf das Problem der Lebensmittelverschwendung**. Auch sollen bestehende Materialien und Produkte so lange wie möglich geteilt, geleast, wiederverwendet, repariert, aufgearbeitet und recycelt werden.⁴

Um zu ermitteln, wo, wodurch und wie viele Lebensmittelabfälle anfallen, hat die Compass Group die Nachverfolgungssoftware **„Waste Not 2.0“** entwickelt.⁵ Sie trackt Abfall in Echtzeit. So ist schnell klar, wie viel Verschnitt, Kerne und Schalen in den Betriebsrestaurants anfallen. Diese Abfälle machen den größten Anteil am Gesamtabfall aus. Auch erfasst das System die Abfallmenge, die sich aus Überproduktionen, aus Gründen der Lebensmittelsicherheit, wegen schlechter Qualität, als Tellerabfälle, als Reste, als Catering-Überbleibsel oder aus Versehen ergibt.



Die „Waste Not 2.0“-Software in
ihrer einfachen Anwendung

¹ Aktionswoche Deutschland rettet Lebensmittel, United Against Waste, 2020, united-against-waste.de/images/news-feed/ZGFDT_Aktionswoche_UAW_Bestellformular_RZ.pdf

² Hanni Rützler Food Report 2024, Deutscher Fachverlag, 2023, S. 92 ff

³ Hanni Rützler Food Report 2024, Deutscher Fachverlag, 2023, S. 99

⁴ Kreislaufwirtschaft: Definition und Vorteile, Europäisches Parlament, 01.06.2023, europarl.europa.eu/news/de/headlines/economy/20151201STO05603/kreislaufwirtschaft-definition-und-vorteile

⁵ Reducing Food Waste, Compass Group, 20.01.2024, compass-group.com/en/sustainability/planet/reducing-food-waste.html

Regenerative Food

Klima und Biodiversität im Fokus

Regenerative Food ist ein Foodtrend, der im Windschatten der Klimakrise entstand. Hier geht es nicht mehr bloß darum, sich nachhaltig zu ernähren, um Bestehendes zu bewahren. Regenerativ heißt, Lebensmittel zu konsumieren, **die den Planeten durch eine kohlenstoff-reduzierte Landwirtschaft aktiv heilen**. Wichtig hierbei ist die Art und Weise der Lebensmittelerzeugung. Regenerative Food legt den Fokus auf den Ackerboden, der als entscheidender Schlüssel für ein gesundes Ökosystem gilt. Die regenerative Landwirtschaft setzt auf organische statt synthetische Düngung, auf eine Fruchtfolge, die die Biodiversität fördert, sowie auf Boden

deckung und Verwurzelung. Bei all dem handelt es sich um Maßnahmen, die den beanspruchten Böden Erholung verschaffen sollen. Gleichzeitig

können diese dadurch mehr Kohlenstoff speichern.¹

Die Prinzipien der regenerativen Landwirtschaft sind indessen (noch) nicht so eindeutig definiert, wie in der Bio-Landwirtschaft.² „Hauptziel ist die **Erhöhung der organischen Materie im Boden** durch Anreicherung von kohlenstoffhaltigem Humus“, erklärt Vinzenz Hahl von der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften in Wädenswil. Die Speicherfähigkeit von CO₂ durch gesunde Böden ist auch der Hauptgrund, warum die regenerative Landwirtschaft als vielleicht **vielversprechendster Lösungsansatz im Kampf gegen den Klimawandel** gilt.³ Vor allem der Anbau von Hülsenfrüchten kann künftig für die dringende Regeneration der Äcker sorgen.⁴ Diese Pflanzen sind in der Lage, ihren Stickstoffbedarf selbst zu decken. Zusammen mit einem diversen Fruchtwechsel kann so der Düngemittelbedarf deutlich reduziert werden.⁵

In der Betriebsgastronomie hat die Transformation hin zu mehr Lebensmittel aus regenerativer Landwirtschaft bereits begonnen. **Die Compass Group hat sich vorgenommen, bis 2030 70 Prozent ihrer fünf wichtigsten Lebensmittelkategorien aus regenerativer Landwirtschaft zu beziehen.**⁶ Zudem unterstützt das Unternehmen die „Vision 2050 Time to Transform“ des „World Business Council for Sustainable Development“. Dieses forciert ein regeneratives und gerechtes Lebensmittelsystem, das gesunde, sichere und nahrhafte Lebensmittel für alle produziert.



1 Hanni Rützler Food Report 2024, Deutscher Fachverlag, 2023, S. 102

2 Hanni Rützler Food Report 2024, Deutscher Fachverlag, 2023, S. 102

3 Hanni Rützler Food Report 2024, Deutscher Fachverlag, 2023, S. 105

4 Hanni Rützler Food Report 2024, Deutscher Fachverlag, 2023, S. 108

5 Hanni Rützler Food Report 2024, Deutscher Fachverlag, 2023, S. 105

6 Neue planetenfreundliche Auszeichnung, Compassion Lebensmittelwirtschaft, 20.01.2024, compassionlebensmittelwirtschaft.de/auszeichnungen/neue-planetenfreundliche-auszeichnung/



Food-Tech

Cultured Food, Hydrokultur und Genome Editing unter der Lupe

Food-Tech meint die **Herstellung von Lebensmitteln mithilfe technologischer Verfahren oder Hilfsmittel**. Diese Methoden könnten dazu beitragen, mehr landwirtschaftliche Flächen biologisch und regenerativ zu bewirtschaften und somit Naturland zu erhalten. Allerdings stoßen Food-Tech-Ansätze weltweit auf **lebensmittelrechtliche Schwierigkeiten**.¹ Während die Behörde für Lebens- und Arzneimittel in den USA, die Food and Drug Administration, bereits 2022 grünes Licht für die konventionelle Herstellung von Laborfleisch gegeben hat, gibt es in Europa noch keine einheitliche Zulassung dafür.²

Die Herstellung und der Verkauf von Laborfleisch wurde Ende 2023 in Italien verboten.³ Dennoch gibt es auch in Europa bereits kleine, regionale Produktionsstätten für kultiviertes Fleisch, die es Landwirten ermöglichen sollen, ihre Geschäftsmodelle weiter zu diversifizieren und Teil der nötigen Transformation der europä-

ischen Landwirtschaft zu

werden. Experten sind sich

sicher, dass Laborfleisch

und -fisch als **Konkurrenz zur**

bisherigen Massentierhaltung und der Plant-Based-Imitation in den nächsten Jahren wachsen werden. Die sogenannten „Cultured Meat“ und „Cultured Fish“ werden aus Muskel-, Fett- und Stammzellen von Tieren kultiviert. Diese reichen im Gegensatz zu vielen Plant-Based-Imitationen sensorisch besonders nah an das Original heran.⁴

Ein weiterer Food-Tech-Ansatz ist „Hydrokultur“. Es bedeutet, dass Pflanzen ohne Erde als Substrat angebaut werden. Stattdessen kommt meist ein Wasser-Nährstoffgemisch zum Einsatz.⁵ Im Vergleich zu traditionellen Anbaumethoden kann mit Hydrokulturen bis zu 70 Prozent Wasser eingespart werden. Das macht sie zu einer **nachhaltigen Lösung für den Wasserschutz**. Die Hydrokultur wird in städtischen Gebieten immer beliebter. Der Grund:

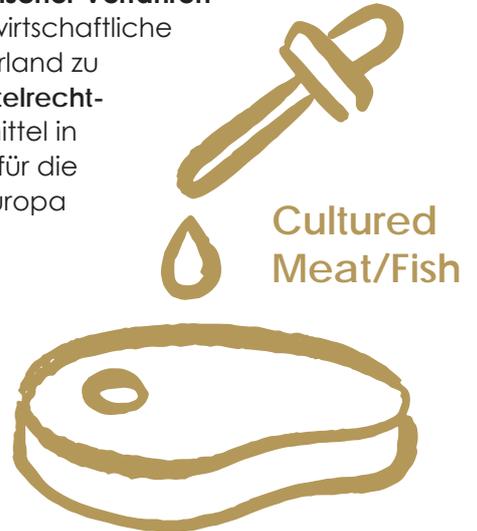
Lebensmittel können in der Nähe des Verbrauchsortes angebaut werden.

So lassen sich Nährstoffverschwendung und Transportwege reduzieren.⁶

Ein dritter Food-Tech-Ansatz ist „Genome Editing“. Es meint die **Modifikation der DNA eines Lebewesens mithilfe molekularbiologischer Methoden**.⁷ Darunter wird die gezielte Beeinflussung des Erbguts von Pflanzen zur Optimierung



Genome
Editing



Hydrokulturen

1 Hanni Rützler Food Report 2024, Deutscher Fachverlag, 2023, S. 147

2 Hanni Rützler Food Report 2024, Deutscher Fachverlag, 2023, S. 63

3 Italien verbietet Herstellung und Verkauf von Laborfleisch, Spiegel, 17.11.2023, [spiegel.de/wirtschaft/italien-verbietet-herstellung-und-verkauf-von-laborfleisch-a-5842c27a-90d0-4578-99a5-50a6728ce9a9](https://www.spiegel.de/wirtschaft/italien-verbietet-herstellung-und-verkauf-von-laborfleisch-a-5842c27a-90d0-4578-99a5-50a6728ce9a9)

4 Hanni Rützler Food Report 2024, Deutscher Fachverlag, 2023, S. 63

5 Hanni Rützler Food Report 2024, Deutscher Fachverlag, 2023, S. 145

6 Hydroponik: Bodenlose Landwirtschaft für kommerziellen Erfolg, Eightify, 27.06.2023, [eightify.app/de/summary/agriculture-and-farming/hydroponics-soilless-farming-for-commercial-success](https://www.eightify.app/de/summary/agriculture-and-farming/hydroponics-soilless-farming-for-commercial-success)

7 Genome Editing, Pflanzenforschung, 2023, pflanzenforschung.de/de/pflanzenwissen/lexikon-a-z/genome-editing-10133

des Ernteertrags verstanden. Im Vergleich zu früherer Gentechnik ist Genome Editing eine Art Genschere. Durch diese Züchtungstechnologie müssen die Wissenschaftler keine fremden Gene in eine Pflanze einschleusen, sondern sie verändern die bestehenden Gene der Pflanze und schreiben diese um.⁸ Dieses Verfahren ist präziser als frühere Verfahren. Außerdem erhält man im Ergebnis keine transgenen Pflanzen, denn die ursprüngliche Sorte bleibt bestehen.

Das Ziel von Genome Editing ist, **Pflanzen genetisch so zu verändern, dass sie resistent gegen bestimmte Keime, Parasiten sowie extreme Wetter- und Klimabedingungen sind.** Zudem könnten die Pflanzen mehr Nährwerte und weniger allergenes Potenzial als herkömmliche Pflanzen haben. Für Genome Editing gibt es noch keine einheitliche Zulassung zur Lebensmittelherstellung. Es wird weiterhin dazu geforscht und ausprobiert.⁹

Cultured Food, Hydrokultur und Genome Editing sind spannende Food-Tech-Ideen. In die Betriebsgastronomie hat es bislang keine Idee flächendeckend geschafft, doch der Sprung scheint möglich. Die britische Compass Group hat bereits Hydrokultur-Farmen eingerichtet und plante diese im Jahr 2022 durch eine Kooperation auszubauen. Das Unternehmen ging davon aus, durch die Farmen jährlich bis zu 15.000 Pfund (ca. 8.600 kg) Lebensmittelabfälle, 600.000 Gallonen (mehr als 2,7 Millionen Liter) Wasser sowie einen Teil der Verpackungen beim Lebensmitteltransport einzusparen.¹⁰ Auch in der internationalen Hotelgastronomie gibt es bereits erste Betriebe mit Hydrokultur-Farmen.^{11 12}

8 Genome Editing – Technologie mit Zukunft?, Lebensmittelverband Deutschland, 17.01.2023, lebensmittelverband.de/de/aktuell/genome-editing-technologie-mit-zukunft

9 Genome Editing – Technologie mit Zukunft?, Lebensmittelverband Deutschland, 17.01.2023, lebensmittelverband.de/de/aktuell/genome-editing-technologie-mit-zukunft

10 Compass to expand hydroponic farm usage with new partnership, Foodservice Director, 23.02.2022, foodservicedirector.com/operations/compass-expand-hydroponic-farm-usage-new-partnership

11 Jumeirah Zabeel Saray mit nachhaltigem Gastro-Konzept, Hogapage, 27.10.2022, hogapage.de/nachrichten/wirtschaft/gastronomie/jumeirah-zabeel-saray-mit-nachhaltigem-gastro-konzept/

12 Zum Wohle unseres Planeten, Accor, 20.01.2024, movenpick.accor.com/de/about-us/sustainability.html



Kaffee

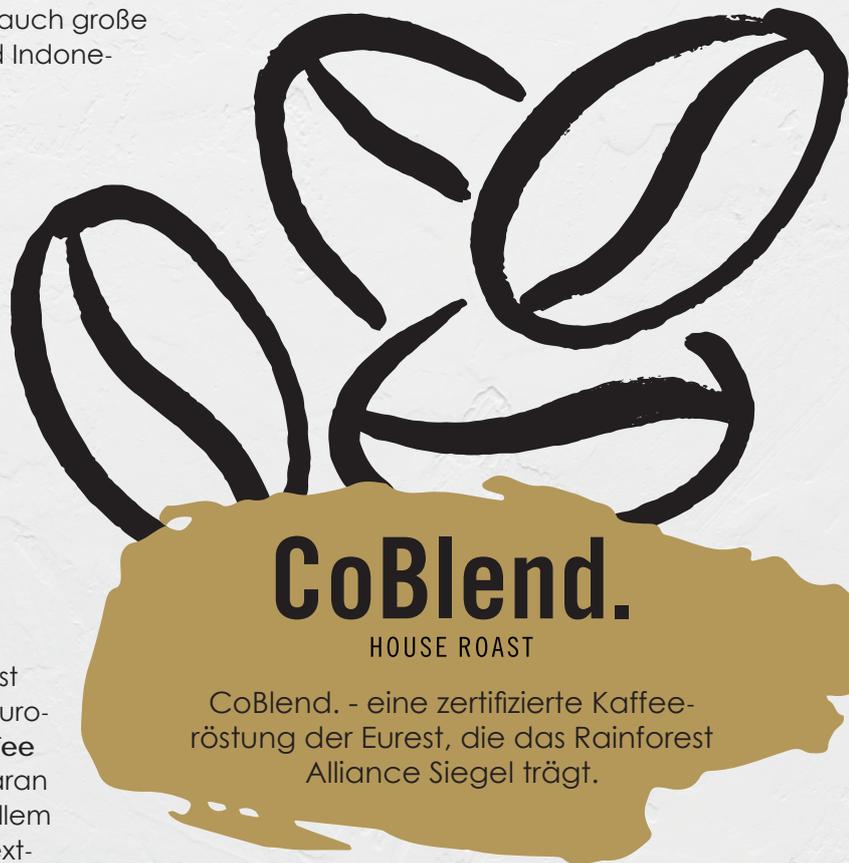
Die schwierige Zukunft unseres Lieblingsgetränks

Der weltweite Kaffeekonsum ist auf Rekordniveau. 2,6 Milliarden Tassen Kaffee werden täglich über den Globus verteilt getrunken.¹ Allein in Deutschland sind es im Schnitt vier Tassen. Damit ist es **das beliebteste Getränk der Deutschen** – noch vor Bier und Mineralwasser.²

Das Problem: Die Kaffeepflanze ist anspruchsvoll und sehr anfällig für klimabedingte Veränderungen.³ Die Kaffeepflanze mag es nicht zu heiß, nicht zu trocken und nicht zu nass. Sie benötigt bestimmte Schattenverhältnisse und einen nährstoffreichen Boden.⁴ Wie sich der Klimawandel auf den Anbau auswirkt, zeigt sich am Beispiel von Brasilien. Hier machen ungünstige Wetterbedingungen den Kaffeefarmern zu schaffen. Im Jahr 2022 erlebten die brasilianischen Landwirte die schlimmste Dürreperiode seit 90 Jahren. Darauf folgte die schlimmste Frostperiode seit Jahrzehnten. Viele Kaffeesträucher wurden gerodet und die Ernten blieben aus.⁵

Ähnlich wie in Brasilien trifft der Klimawandel auch große Kaffeeregionen in Asien. Indien, Vietnam und Indonesien kämpfen mit steigenden Temperaturen, stärkeren Regenfällen und mehr Schädlingen an den Kaffeebäumen als noch vor wenigen Jahren.⁶ Besonders der Anbau der Arabica-Bohne ist vom Klimawandel betroffen. Laut Angaben der Forschungsgruppe „Geography of Food“ an der Hochschule für Angewandte Wissenschaften in Wächswil wird die Anbaufläche für die Arabica-Bohne bis 2050 um bis zu 60 Prozent schrumpfen.⁷ Maßnahmen wie Kalkdüngung, spezielle Bewässerungstechniken oder andere standortspezifische Veränderungen könnten der Entwicklung entgegenwirken.

In Deutschland macht sich das Problem längst beim Preis bemerkbar. So warnte 2022 das europäische Statistikamt Eurostat davor, **dass Kaffee zu einem Luxusgut werden könnte**. Schuld daran waren neben der allgemeinen Inflation vor allem massive Ernteaufälle – bedingt durch Klimaextreme.⁸ Potenzial für eine gute Zukunft des Kaffees sehen Experten beim Anbau von Mischkulturen.



1 Daten zum weltweiten Kaffeekonsum, Handpresso, 2023, handpresso.com/de/blog/einige-daten-zum-weltweiten-kaffeekonsum-n84

2 Es wird wieder mehr Kaffee getrunken, Tagesschau, 11.04.2023, tagesschau.de/wirtschaft/verbraucher/kaffeekonsum-deutschland-rekord-101.html

3 Die Welt, der Kaffee und der Wandel, Nespresso, 2023, nespresso.com/pro/de/de/kaffee-wandel

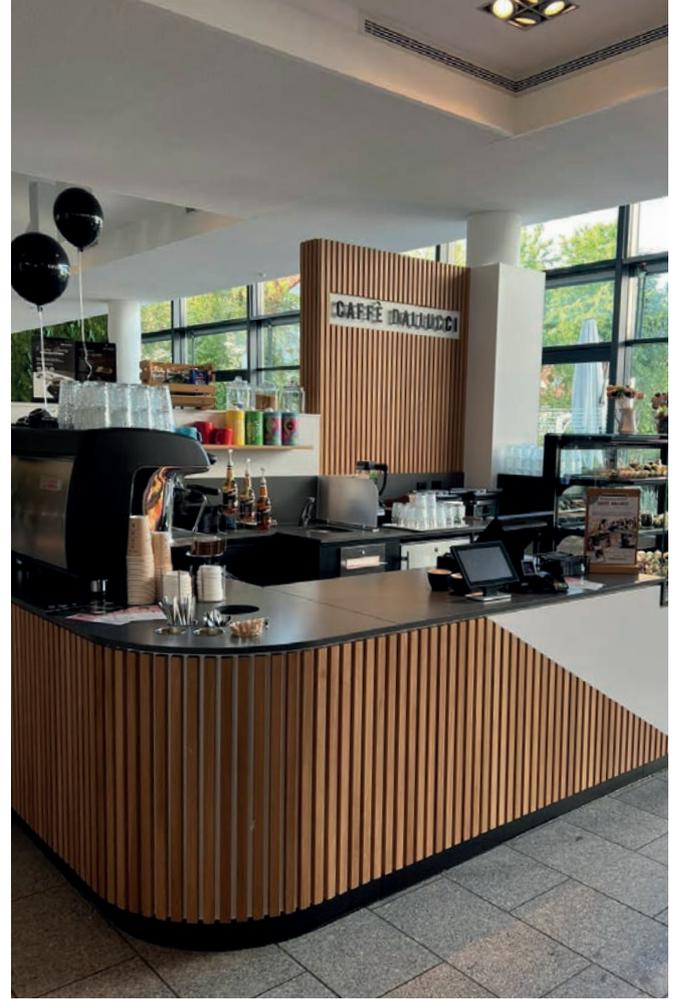
4 Klimawandel: Zukunft ohne Kaffee?, Deutsche Welle, 20.11.2023, dw.com/de/klimawandel-in-zukunft-ohne-kaffee/a-67385001

5 Die Welt, der Kaffee und der Wandel, Nespresso, 2023, nespresso.com/pro/de/de/kaffee-wandel

6 Die Welt, der Kaffee und der Wandel, Nespresso, 2023, nespresso.com/pro/de/de/kaffee-wandel

7 Studie: Kaffee wird künftig knapp, National Geographic, 31.01.2022, nationalgeographic.de/umwelt/2022/01/studie-kaffee-wird-kuenftig-knapp

8 Empfindliche Bohnen: Wie der Klimawandel dem Kaffee zusetzt, Münchner Merkur, 16.04.2023, merkur.de/welt/empfindliche-bohnen-wie-der-klimawandel-dem-kaffee-zusetzt-zr-92213712.html



Höhere Pflanzen spenden den Kaffeepflanzen dabei Schatten, schützen den Boden vor Erosion nach Starkregenfällen und steigern den Kohlenstoff- und Nährstoffgehalt im Boden. Deshalb setzen zunehmend mehr Kaffeebauern auf regenerative Anbaumethoden und biologische Düngemittel.⁹

Um Kaffeefarmer bei der Bewältigung der Folgen des Klimawandels zu unterstützen, greifen zahlreiche Unternehmen und Initiativen zu Maßnahmen in den Anbauländern. Eine solche Initiative ist die „Rainforest Alliance“. Sie garantiert, dass durch sie zertifizierte Farmer unter anderem sorgsam mit Böden, Wasser und Energie umgehen und die natürlichen Ressourcen schonen.¹⁰ Eine von der Rainforest Alliance zertifizierte Kaffeesorte ist beispielsweise die „CoBlend“ des Business Caterers Eurest.¹¹ Aber auch andere Betriebsgastronomen kümmern sich um den Erhalt des Kaffeeanbaus.



⁹ Empfindliche Bohnen: Wie der Klimawandel dem Kaffee zusetzt, Münchner Merkur, 16.04.2023, [merkur.de/welt/empfindliche-bohnen-wie-der-klimawandel-dem-kaffee-zusetzt-zr-92213712.html](https://www.merkur.de/welt/empfindliche-bohnen-wie-der-klimawandel-dem-kaffee-zusetzt-zr-92213712.html)

¹⁰ Rainforest Alliance, 26. Januar 2024, rainforest-alliance.org/de/business-de/nachhaltigkeitsmarketing/soziales-oekologie-oekonomie/wofuer-eine-nachhaltige-einkaufsstrategie-gut-ist/

¹¹ Eurest, 26. Januar 2024, www.eurest.de/eurest/retailkonzepte/eoblend/

New Mood

New Mood

In den vorangegangenen Kapiteln konnten wir feststellen, dass sich die Arbeitswelt merklich ändert. Durch diese Transformation wandeln sich auch die Ernährungsgewohnheiten und der Anspruch der Arbeitnehmenden. Es ist ein neues Bewusstsein für eine gesunde Ernährung entstanden. 72 Prozent der Befragten der „Global Eating at Work 2023“-Studie in Deutschland sind

davon überzeugt, dass gesundes Essen und Trinken essentiell sind, um die Gesundheit langfristig zu unterstützen. 62 Prozent sehen einen direkten Zusammenhang zwischen ihrem Essen und ihrem Wohlbefinden. In diesem Kapitel widmen wir uns daher konkret dem empfundenen Zusammenhang zwischen Ernährung und Wohlbefinden.





Produktivität und Wohlbefinden

in Verbindung mit Essen

In den vergangenen Jahren hat sich ein neues Bewusstsein für die Verbindung aus Produktivität und Wohlbefinden ergeben. Diese Entwicklung wurde insbesondere durch die weltweit veränderten Lebensumstände während der Corona-Pandemie geprägt. In der Arbeitswelt geht es zunehmend nicht mehr nur um Leistung, sondern um eine ganzheitliche Verbindung von Mensch und Arbeit. Ganz nach dem Motto: Geht es dem Menschen gut, kann er automatisch produktiver und damit leistungsfähiger sein – ganz ohne Zwang.

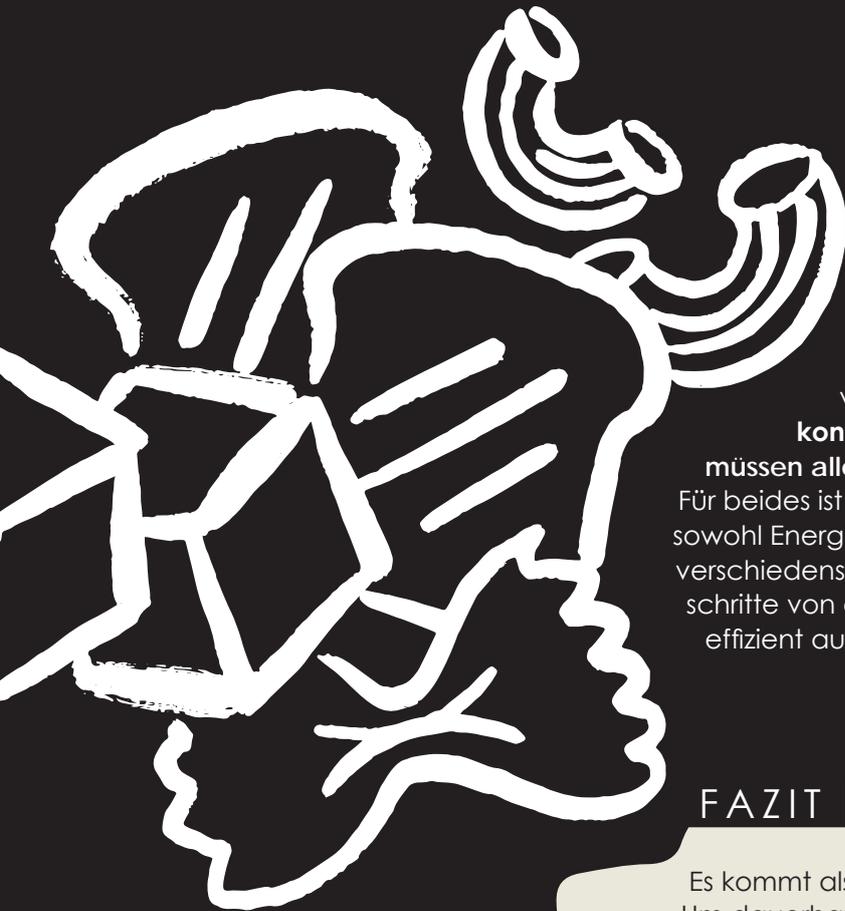
Immer mehr rückt dabei auch die Bedeutung des Essens in den Vordergrund. Es wird die Frage aufgeworfen, ob sich eine bewusste Ernährung positiv auf das Wohlbefinden und somit auf die Produktivität eines Menschen auswirkt. Und wenn ja, wie diese Ernährung auszusehen hat. Diesen zwei Fragen wollen wir in diesem Kapitel auf den Grund gehen.

Bewusste Ernährung

Bedeutung des Essens für Leistung und Wohlbefinden

Nach dem Verzehr bestimmter Gerichte oder großer Portionen fühlen sich manche Menschen oftmals schlapp und müde. Das liegt daran, dass der Körper in dem Moment viel **Energie für die Verdauung** aufwenden muss. Sie fehlt dann an anderer Stelle. Es gibt aber auch Lebensmittel, die helfen können, fokussierter und leistungsfähiger zu sein.¹

Wissenschaftler haben nachgewiesen: Wer sich entsprechend ernährt, kann seine **Konzentrationsfähigkeit steigern**. Mit einer falschen Ernährung hingegen kann die Denkfähigkeit sogar **negativ** beeinträchtigt werden, wie eine Studie an iranischen Schulkindern zeigte. Von 245 Kindern konnten diejenigen Aufgaben besser bewältigen, die sich gesund ernährten.



Kinder, die viel Zucker, Weißbrot und Nudeln zu sich nahmen, schnitten schlechter ab.²

Wesentlich für die Leistung im Alltag sind vor allem zwei Faktoren. Das ist einerseits ein **konstantes Energielevel im Körper**. Andererseits **müssen alle Stoffwechselvorgänge reibungsfrei ablaufen**. Für beides ist die Ernährung verantwortlich. Denn sie liefert sowohl Energie in Form von Kalorien als auch Mikronährstoffe verschiedenster Formen. Nur so können alle Verarbeitungsschritte von der Kalorie bis zur Energie in Gehirn und Muskel effizient ausgeführt werden.³

FAZIT

Es kommt also nicht nur auf die Anzahl der Kalorien an. Um dauerhaft fit zu sein, muss der menschliche Körper mit **allen wichtigen Nährstoffen** versorgt werden.⁴ Die ultimative Geheimwaffe für eine hohe Leistungsfähigkeit ist eine Ernährung, die **vielseitig, vollwertig, möglichst natürlich und vorwiegend pflanzlich** ist. Aus diesen Gründen wird oftmals die **mediterrane Küche** empfohlen, wenn es darum geht, die eigene Produktivität durch Ernährung voranzutreiben.⁵

¹ Welches Essen macht uns produktiver und leistungsfähiger?, Humanoo, 2023, <https://www.humanoo.com/de/magazin/brainfood/>

² Leistungsfähigkeit steigern, Focus, 09.11.2017, focus.de/gesundheit/praxistipps/leistungsaehigkeit-steigern-warum-die-richtigen-ernaehrung-so-wichtig-ist_id_7462596.html

³ Leistungssteigerung durch Ernährung, Fittaste, 26.05.2022, fittaste.com/blogs/fittaste-blog/einfluss-von-ernaehrung-auf-leistungsaehigkeit

⁴ Leistungsfähigkeit fängt bei gesunder Ernährung an, Deli Reform, 2023, delli-reform.de/magazin/leistungsaehigkeit-und-ernaehrung

⁵ Welches Essen macht uns produktiver und leistungsfähiger?, Humanoo, 2023, [humanoo.com/de/magazin/brainfood/](https://www.humanoo.com/de/magazin/brainfood/)

Tipps und Tricks

Welche Lebensmittel uns leistungsfähig und glücklich machen

Für mehr Leistungsfähigkeit und Wohlbefinden braucht der Körper Nahrung, die dem Gehirn guttut. Da das menschliche Gehirn zu drei Vierteln aus Wasser besteht, hat **Flüssigkeit** einen hohen Einfluss auf die Leistung des Gehirns. Genügend Wasser oder Tee trinken ist daher das Wichtigste. Insbesondere grüner Tee hat eine leistungssteigernde Wirkung. Er ist durchblutungsfördernd und erhöht die Konzentrationsfähigkeit. Außerdem benötigt das Gehirn **wertige Kohlenhydrate**. Sie sind der erste Energielieferant, um gut denken zu können.¹

Zwar bewirken auch sogenannte einfache Kohlenhydrate, wie sie etwa in Süßigkeiten und Limonaden enthalten sind, einen schnellen Anstieg an Glukose im Gehirn, jedoch fällt dieser Wert auch schnell wieder ab. Komplexe Kohlenhydrate versorgen den Körper dagegen über Minuten bis hin zu Stunden kontinuierlich mit Glukose. Das bewirkt einen langsamen Glukoseanstieg im Blut und eine langanhaltende Verfügbarkeit in den Nervenzellen. Der Effekt: Das Gehirn ist fit für längere und anstrengende Beanspruchung.² Als Lebensmittel, die gut für das Gedächtnis und die Konzentration sind, gelten Vollkornprodukte, Obst wie Äpfel, Birnen und Bananen, Gemüse wie Brokkoli, Paprika, Pilze, Reis und Kartoffeln sowie

Früchte wie Hülsenfrüchte und Nüsse. Neben den richtigen Kohlenhydraten sind auch **Vitamine, Mineralien, Eiweiße und ungesättigte Fettsäuren** für ein gut funktionierendes Gehirn wichtig. So hat beispielsweise das Spurenelement Jod einen maßgeblichen Einfluss auf eine intakte Funktion der Nervenzellen. Eiweiße spielen eine wichtige Rolle für die Kommunikation zwischen den Nervenzellen. Fisch, Fleisch, Tofu, Hülsenfrüchte und Milchprodukte gelten dabei als gute Eiweißlieferanten. Ungesättigte Fettsäuren tragen zur Elastizität der Zellwände bei. Eine besonders wichtige Fettsäure ist Omega 3. Denn daraus besteht unser Gehirn zu einem großen Teil. Omega 3 fördert die Funktion des Gehirns. Die Fettsäure ist etwa in Speiseöl enthalten. Optimal versorgt wird das Gehirn mit marinen Omega-3-Fettsäuren. Diese sind zum Beispiel in Algen oder Fischen enthalten.

Einen spannenden Effekt auf das Gehirn haben Nüsse und Beeren. Sie besitzen eine entzündungshemmende Wirkung. Das kann interessant für Menschen mit häufigen Stresssituationen sein. Denn bei Dauer-Stress können Entzündungen im Gehirn entstehen, die Erkrankungen wie Burnout und Depressionen begünstigen.³



1 Leistungssteigerung durch Ernährung, Fittaste, 26.05.2022, fittaste.com/blogs/fittaste-blog/einfluss-von-ernaehrung-auf-leistungsfahigkeit

2 Gedächtnis und Konzentration steigern: Nahrung für das Gehirn, Mental Aktiv, 2023, mental-aktiv.de/gedaechtnis-und-konzentration-steigern-nahrung-fuer-das-gehirn/

3 Brainfood: Lebensmittel und Rezepte für das Gehirn, NDR, 2023, ndr.de/ratgeber/gesundheit/Brainfood-Lebensmittel-und-Rezepte-fuer-das-Gehirn,brainfood100.html

IMPRESSUM



Compass Group Deutschland GmbH
Helfmann-Park 2, 65760 Eschborn

Trend Report Compass Group Deutschland GmbH
Ausgabe 2024 / 2025



www.compass-group.de



info@compass-group.de



Compass Group Deutschland GmbH