



SEILBAHNEN INTERNATIONAL

LEITNER
NEUE ÄRA AUF
DER PLOSE

ÜBERBLICK
NEUE BAHNEN
IM DACH-RAUM

SEILPFLEGE
NEUE TECHNOLOGIE
UND TIPPS



FOOD REPORT 2024: ESSKULTUR VON MORGEN

Unser Essverhalten ist von zahlreichen, den Wandel beschleunigenden Treibern beeinflusst, die, so Hanni Rützler, Verfasserin des Food Report 2024, eine neue Esskultur der Zukunft entstehen lassen. Der Klimawandel und eine, wie sie es nennt „Moralisierung des Essens“ machen Pflanzen zur neuen Leitsubstanz des Essens. Denn pflanzenbasierte Ernährung gewinnt, ob vegan, vegetarisch oder flexitarisch, rasant an Bedeutung. Fleisch, Milch & Co, einst als Powerfood geschätzt, haben ihre Führungsrolle am Teller bereits verloren. Während die Lebensmittelindustrie darauf mit Ersatzprodukten für Fleisch, Käse u.Ä. reagiert, setzen immer mehr Gastronomie-Konzepte auf kreative pflanzliche Menüs. Und Konsumenten setzen, wohl auch dank neuer, besonderer Fleischqualitäten auf „bewussten Fleischgenuss“ als Abwechslung.

Arbeitswelt und Bio im Wandel

„New Work“ verändert laut Rützler nicht nur die Arbeits-, sondern auch die Esskultur. Neue, flexible Arbeitsmodelle sorgen dafür, dass auch beim Essen die Flexibilität die wichtigste Rolle zu spielen scheint. Gegessen werde wann, wie und wo es möglich ist, betont Rützler. Dabei erlebt auch das selber Kochen nach dem Motto „schnell und unkompliziert“ eine Renaissance. Die moderne Esskultur definiert sich anhand über den Tag verteilter, je nach Lust, Laune und Verfügbar-

keit variierbarer Mini-Mahlzeiten (ehemals Frühstück und Mittagessen) und einem nicht zu üppig ausfallenden Dinner, wo früher das Abendessen war. Ebenso im Wandel begriffen sind Bioprodukte. Einerseits seien sie in der Mitte der Gesellschaft angekommen, andererseits scheint Bio an seine Grenzen zu stoßen. Hier brauche es, so die Expertin, eine Kombination von traditionellem Wissen samt ökologischer Produktion mit high-tech-getriebenen technologischen Innovationen.

Vielfalt über alles

Regional statt Bio lässt sich die von zahlreichen Gastronomen praktizierte Zuspitzung auf Lebensmittel mit kurzen Lieferwegen beschreiben. Das führe zu mehr Vielfalt im Angebot. Ebenfalls für mehr Vielfalt verantwortlich sein könnten zukünftig neue Technologien (Gentechnik, Präzisionsfermentation u.a.). Diese innovative Weiterentwicklung ermöglicht, vorausgesetzt die gesellschaftliche Akzeptanz ist gegeben, Lebensmittelherstellung abseits klassisch landwirtschaftlicher Bereiche. Ihre Interpretation der Vielfalt baut auf regional angepasste Lebensmittel-Produktionsweisen, den Einsatz innovativer Technologien und eines breiten Spektrums alter, neuer und wiederzuentdeckender Nahrungsmittelquellen.

Quelle: Zukunftsinstitut „Food Report 2024“ von Hanni Rützler, 13.6.2023

SI-TRENDCHECK:

Marketing-Experte Oliver Pichler stellt Trends vor, die für die Seilbahn- & Tourismusbranche interessant sind.

MEHR CONTENT-BEDARF DENN JE

Der Bedarf an Content, also an Inhalten (Texte, Fotos, Bewegtbild usw.) steigt enorm. Von einer Verdoppelung in den letzten zwei Jahren ist in der Einschätzung der Werben & Verkaufen-Redaktion ebenso die Rede wie von einer Verfünffachung binnen der nächsten zwei. Die Gründe dafür liegen laut Loni Stark von Adobe u.a. in der personalisierten Kundenansprache ebenso wie in der immer stärkeren Verlagerung weiter Teile der Customer Journey ins Internet. Wichtig sei, so die Expertin, auf wirklich guten Content zu setzen. Um das zu bewerkstelligen, brauche es neben Kreativität vor allem auch Automatisierung, etwa was die Anpassung an verschiedene Bildschirmgrößen bzw. Formate betrifft. Ebenso wichtig sei Impactstärke, denn je besser der Content, desto besser die Wirkung. *Quelle: W&V Marketing & Commerce, 4 Tipps für effizienteren Content, 9.6.2023*

BERATUNG SEHR GEFRAGT

Auch wenn das Digitale boomt, wünschen sich laut Accor-Reisereport Urlaubsreisende mehr denn je individuelle Beratung vor Buchung bzw. Reiseantritt sowie Vor-Ort-Expertise und maßgeschneiderte Services. Während digitale Informationsquellen und Services vorausgesetzt werden, erwarten sie sich an ihre Wünsche angepasste Angebote und Erlebnisse, was nur durch persönliche Beratung und Betreuung gelingen kann.

„Die Gäste schätzen es, wenn Reisen an ihre Vorlieben angepasst gestaltet werden können und im Fall von Problemen Ansprechpartner zur Verfügung stehen“, betont Accor. Besonders wichtig sei aktuelles Destinations-Know-how, um den Gästen Beratungsmehrwert zu bieten.

Quelle: Accor Leisure Travel Report - TIP & Traveller, 12.6.2023, Foto: Unsplash