

# Der Wandel der Genussskultur

Der Wandel der Genussskultur in Bezug auf die Themenwelten Essen und Trinken, sowie Freizeit, steht im Mittelpunkt dieser Studie des Zukunftsinstituts aus Kelheim. Ableitungen für Südtirol runden den Artikel ab. *(Greti Ladurner)*



*Genuss und Transparenz: Urlauber wollen wissen, wer ihre Qualitätsprodukte herstellt.*

## Genusswelt Food

Die erste Assoziation zum Thema Genuss ist immer noch „Essen und Trinken“. Der Konsument sehnt sich zunehmend nach Authentizität, Einfachheit und Natürlichkeit. Qualitätsproduzenten tun gut daran, ihren Kunden Einblick in die Produktionsprozesse zu gewähren.

Im Handwerk liegt die Zukunft des Genussmarktes Food,

dabei sind für einen aufgeklärten Konsumenten Handwerk und Hightech kein Widerspruch. Der Austausch von Erfahrungen wird auch in diesem Bereich wichtig: Konsumenten vertrauen Konsumenten. Die Sinne wie Riechen, Schmecken und Fühlen gewinnen an Bedeutung und werden zum Orientierungsmaßstab, dazu müssen die Konsumenten wieder Gelegenheit bekommen, was die Geschmackskompetenz und



*Durch Einblick und Verkostung Genussfähigkeit fördern.*

Genussfähigkeit stärkt. Dazu ist die Entwicklung einer kulinarischen Sprache, wie sie in der Weinwelt üblich ist, wichtig. Die Einbindung von Konsumenten in die Produktentwicklung macht sie zu „Prosumenten“; dies kann auch in der Gruppe geschehen (Schwarmintelligenz). Konsumenten sehnen sich nach Lösungen aus einer Hand und einfachen Handlungsanweisungen: Idee, Einkauf, Rezept und vielleicht sogar die



*Traditionen kennenlernen und erfahren bietet einen Mehrwert für den Konsumenten.*

Ausrüstung als Serviceleistung bzw. eine Klassifizierung des eigenen Geschmacksbildes (z.B. welcher Weintyp bin ich). Topgeschultes Fachpersonal und einfach aufbereitete Informationen sollen Knowhow vermitteln, Geheimtipps zu hüten ist out. Der Kunde wird befähigt auch etwas selbst zu machen, dies kann die Akzeptanz für das Produkt steigern.

#### ABLEITUNGEN FÜR SÜDTIROL

Dies vorausgeschickt, ist es für den Konsumenten von Südtiroler Produkten ein großer Mehrwert, wenn er mehr über die Rohstoffe und Herstellungsprozesse erfahren kann und er sogar die Möglichkeit bekommt, an Produktinnovationen mitzuarbeiten. Möglichkeiten der Verkostung von typischen Produkten gewinnen an Bedeutung und fördern die Geschmacksbildung des Konsumenten, vor allem auch für Kinder. Angebote für die ganze Familie, welche die Geschmackskompetenz fördern, und auch die Genussfähigkeit können sehr erfolgreich sein. Ebenso attraktiv sind Pakete, welche Zutaten, Rezept und Produktinformationen beinhalten, sodass der Gast Gerichte, die er im Hotel gegessen hat, zuhause einfach nachkochen kann. Angebote, die über die reine Verkostung hinaus Gäste befähigen, Lebensmittel selbst herzustellen, liegen ebenso im Trend.

### Genusswelt Freizeit

Freizeit ist nicht mehr das Gegenteil von Arbeitszeit. Freizeit ist vielmehr Alltag und Grundzustand, Freizeit ist Input, ist Genuss und ist oft Zeit, um arbeiten zu können. Freizeit wird zunehmend zum Entwicklungsort für Lebensgestaltung. Im Urlaub als Freizeit, hilft die Natur aus den geistigen Sackgassen des Alltags auszubrechen. Die Sehnsucht nach Ursprünglichkeit und Abenteuer führen die Urlauber zunehmend in die Wildnis: Adrenalinstoß und Genuss hängen eng zusammen. Die Freizeit wird zum Ort für Neuinszenierung und die Verwirklichung eines Lebenstraums. Events der Zukunft müssen nicht nur etwas bieten, sondern den Teilnehmer fordern. Ausgleichsport wird zum Wohlfühlsport, dahinter steht ein proaktives Gesundheitsbewusstsein als Lebensphilosophie. Sport ist nicht für jeden ein Genussprinzip, Gartenarbeit und Spazierengehen können denselben Effekt haben. Gerade für Familien mit Kindern ist der Urlaub oft auch ein Moment des Zusammenfindens im Rahmen eines gemeinsamen Erlebnisses.

#### ABLEITUNGEN FÜR SÜDTIROL

Hotels, die ihren Kunden eine Nacht außerhalb des Hotels an einem besonderen Ort anbieten, z.B. im Heustadel, können der Sehnsucht nach einem kleinen Abenteuer und nach Ursprünglichkeit gerecht werden. Dasselbe könnte auch für eine Nacht im Kloster erreicht werden. Alpenschulen könnten hingegen eine Nacht am Berg oder besondere Wanderungen

oder Klettererlebnisse entwickeln. Darüber hinaus tun Beherbergungsbetriebe aber auch die Gestalter öffentlicher Räume gut daran - in Zeiten in denen Arbeit und Freizeit immer mehr verschwimmen - genussvolle Arbeitsmöglichkeiten für Gäste zu schaffen, ein guter Internetzugang ist dabei eine Grundvoraussetzung. Immer mehr möchten Menschen im Urlaub etwas fürs Leben lernen, ein paar Tage Winzer sein oder Landwirt oder einem Sternekoch über die Schultern schauen, können reizvolle Angebote sein. Zudem müssen Genussaktivitäten nicht immer nur mit Bewegung in der Natur zu tun haben, auch Gartenarbeit, Stallarbeit, Heuarbeit oder Arbeiten im Weinberg können alternative Urlaubssaktivitäten sein.

Quelle: „BuSINNess – Der Wandel der Genusskultur“, Rützler/Kelber/Kirig/Huber, Zukunftsinstitut 2011, Kelkheim



Mitarbeiten und mitgestalten: das wünschen sich immer mehr Urlauber.