Gastro-Highlights Frühjahr & Sommer

Bewusster und emotionaler

Essen gehen wird bewusster und emotionaler: Laut Studie sehen 62 Prozent der Deutschen den Restaurantbesuch 2026 als besonderes Erlebnis statt als Routine - und geben damit den Ton an für einen der großen Gastronomie-Trends des Jahres. Mit einem Anstieg der Restaurantbesuche um fünf Prozent in Deutschland im Vergleich zum Vorjahr bleibt das Essen außer Haus fest im Trend - geprägt von Qualität, Verbundenheit und gemeinsamen Erlebnissen.



53 Prozent der Deutschen essen lieber in Gesellschaft als allein. Werkfoto: OpenTable

53 Prozent der Deutschen essen lieber in Gesellschaft als allein, und 45 Prozent würden lieber auf einen schwer zu ergatternden Tisch warten, um mit einer Gruppe zu speisen, statt allein Essen zu gehen.

Diesen Trend bestätigen auch die Daten aus 2025: Gruppenreservierungen (sechs oder mehr Personen) nahmen im Jahresvergleich um sieben Prozent zu. Für die Mehrheit (76 Prozent) ist Essen gehen außerdem eine Möglichkeit, sich mit anderen verbunden zu fühlen. Diese Verbundenheit zeigt sich auch beim Date-Night-Dining, das bei Besuchsanlässen im Jahr 2025 um deutliche 112 Prozent zunahm.

Deutsche Restaurantgäste sehnen sich nach Verbundenheit, sei es beim gemeinsamen Essen mit Freunden, der Familie oder beim Date. Über ein Drittel (39 Prozent) der Restaurantgäste äußert den Wunsch nach mehr Möglichkeiten für Essen in Gruppen und Abendessen in privaten Settings im Jahr 2026. Dies ist eine großartige Chance für Restaurants, durch Menüs oder Sitzpläne gemeinsame Essenserlebnisse zu schaffen - insbesondere während der bevorstehenden Feiertage.

Immer mehr Menschen suchen beim Essen mehr als nur ein gutes Menü. Laut Umfrage stiegen die Buchungen für besondere Restaurant-Erlebnisse 2025 um 62 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Auch die Restaurants reagierten darauf: Die Zahl der angebotenen „Experiences" stieg im selben Zeitraum um 25 Prozent. Laut aktuellen Daten zeigt sich, dass dieser Trend auch 2026 anhalten wird: 37 Prozent der Deutschen wünschen sich mehr Erlebnisangebote wie kuratierte Menüs, Pop-ups oder Themenabende. Diese neue Genussmentalität zeigt sich auch bei besonderen Anlässen: Gäste gaben im Jahresvergleich 18 Prozent mehr für besondere Anlässe wie Geburtstage oder Jubiläen aus als regulären Restaurantbesuchen im Jahr 2025.

36 Prozent der Deutschen wünschen sich für dieses Jahr mehr Spontaneität beim Essen gehen - so verwandeln sie ungeplante Momente in unvergessliche Erlebnisse. Die Nutzung der „Wartelisten"-Funktion, die Gäste informiert, sobald ein Tisch frei wird, stieg im Jahresvergleich um 118 Prozent. Das zeigt: Immer mehr Gäste sind bereit, kurzfristig essen zu gehen, wenn das Erlebnis es wert ist. Und wenn die Freude an Spontaneität zunimmt, steigt offensichtlich gleichzeitig die Begeisterung, kurzfristig noch einen Tisch im Lieblingsrestaurant oder in einem neu entdeckten Lokal zu ergattern.

Bierkonsum

Alkoholfreie Biere sind die am schnellsten wachsende Sorte auf dem deutschen Biermarkt. Nach Angaben des Deutschen Brauer-Bundes haben alkoholfreie Biere und Biermischgetränke im Jahr 2025 beim Umsatz im Handel erstmals die Zehn-Prozent-Marke überschritten, beim Marktanteil könnte diese Schwelle noch in diesem Jahr erreicht werden. „Die 1.500 Brauereien in Deutschland bieten eine enorme Vielfalt alkoholfreier Marken an, die ebenfalls nach dem Reinheitsgebot gebraut werden. Wegen der steigenden Beliebtheit dieser Biere sind wir mittlerweile zum größten Markt für Alkoholfreies in Europa geworden. Die Menschen suchen nach hochwertigen, geschmackvollen Bieren, die zu jeder Lebenslage passen, und wir freuen uns, ihnen diese Vielfalt bieten zu können", sagte Christian Weber, Präsident des Deutschen Brauer-Bundes, in Berlin.



Immer beliebter Alkoholfreie Biere klettern auf zehn Prozent. Werkfoto: DBB



Speisepilze einmal ganz anders als süßer Genuss: Schokoladen-Champignon-Trüffel. Werkfoto: GMH/BDC

Süße Überraschung

In der westlichen Gastronomie sind Pilze meist in herzhaften Gerichten zu finden. Doch in ihnen steckt ein weitaus größeres Potenzial.

Ihr Aroma und ihre Textur machen sie zu einer außergewöhnlichen Komponente für süße Gerichte, wie Desserts, Kuchen und Cremes. Mit ein paar süßen Zutaten wie Zucker, Honig, Schokolade oder Vanille lassen sich aus den frischen Kulturspeisepilzen viele verschiedene kreative Leckereien herstellen. Wie wäre es zum Beispiel mit einem Pilzkuchen mit süßer Creme? Oder einer Dessertsoße mit Pilzaroma? Selbst köstliche Pralinen mit feinem Shiitake- oder Steinpilz-Geschmack lassen sich zaubern. Der Kreativität sind (fast) keine Grenzen gesetzt.

Das Besondere an den Pilzen ist ihr feiner Umami-Geschmack. Dieser wird oft auch als fünfte Geschmacksrichtung bezeichnet - neben süß, sauer, salzig und bitter. Das japanische Wort „umami" bedeutet „Schmackhaftigkeit" und wird meist als herzhafter oder würziger Geschmack bezeichnet. Vor allem eiweißreiche Lebensmittel sind häufig „umami", da sie viele Aminosäuren enthalten, die für diese Geschmacksrichtung verantwortlich sind.

Tiefblau bis knallrot

Von tiefblau bis knallrot, von samtig bis fruchtig-frisch: Der deutsche Sommer trägt Beerentöne. Und das im wahrsten Sinne des Wortes.

Heimische Beeren - Erdbeeren, Heidelbeeren, Himbeeren und Brombeeren - sind im Sommer nicht nur ein Fest für den Gaumen, sondern auch ein Statement für bewussten Genuss. Ob in Smoothies, Bowls, Kuchen, im Salat oder direkt aus der Schale genascht: Die süßen Früchte sind Alleskönner, die jedes Gericht aufwerten.

Die wichtigsten deutschen Anbaugebiete liegen in Niedersachsen, Brandenburg, Bayern, Baden-Württemberg und Nordrhein-Westfalen. Erdbeeren, Heidelbeeren, Himbeeren und Brombeeren wachsen dort in modernen Kulturen und unter strengen Auflagen. Produziert wird oft mit Netzschutz statt Pestiziden, mit mechanischer Unkrautbekämpfung, Tröpfchenbewässerung und digitaler Reifemessung. Das macht sich nicht nur im Geschmack bemerkbar, sondern auch beim ökologischen Fußabdruck: Kurze Wege, volle Reife.



Heidelbeeren, Erdbeeren, Himbeeren und Brombeeren feiern im Sommer ihre Saison. Werkfoto: BVEO/Ariane Bille

Weinkonsum

Der Weinkonsum in Deutschland war im vergangenen Weinwirtschaftsjahr weiter rückläufig. Wie das Deutsche Weininstitut (DWI) auf Basis der aktuellen Weinkonsumbilanz bekannt gab, haben die Verbraucherinnen und Verbraucher hierzulande im 12-Monatszeitraum vom 01.08.2024 bis 31.07.2025 durchschnittlich rund eine Flasche Wein weniger getrunken als im Vorjahr. Der Weinkonsum der über 16-Jährigen, die laut Gesetz Wein trinken dürfen, ist demnach pro Person von 22,2 Liter auf 21,5 Liter im Jahr zurückgegangen. Der Schaumwein-Pro-Kopf-Konsum der über 16-Jährigen ist im gleichen 12-Monatszeitraum mit einem leichten Rückgang von 0,1 Litern auf 3,5 Liter weitgehend stabil geblieben. Die Weinkonsumbilanz bildet neben den Einkäufen im Handel und bei den Erzeugern auch die außer Haus getrunkenen Wein- und Schaumweinmengen ab. Das Gesamtvolumen umfasste im vergangenen Weinwirtschaftsjahr insgesamt 17,8 Millionen Hektoliter, das sich in 15,3 Millionen Hektoliter Wein und 2,5 Millionen Hektoliter Schaumwein aufteilte.

Herstellernachweise: **Bewusster:** Oseon GmbH, Kleiner Hirschgraben 8, 60311 Frankfurt am Main, Tel.: 069/34870969-0; **Süße:** Grünes Medienhaus (GMH) - Abt. der Förderungsgesellschaft Gartenbau mbH, Godesberger Allee 142-148, 53175 Bonn, Tel.: 0228/81002-27; **Tiefblau:** Bundesvereinigung der Erzeugerorganisationen Obst und Gemüse e.V. (BVEO), Pariser Platz 3, 10117 Berlin, Tel.: 030/20641498-400; **Bierkonsum:** Deutscher Brauer-Bund (DBB) e.V., Neustädtische Kirchstr. 7A, 10117 Berlin, Tel.: 030/209167-0; **Weinkonsum:** Deutsches Weininstitut GmbH (DWI), Platz des Weines 2, 55294 Bodenheim, Tel.: 06135/93230;
Redaktionelle Bearbeitung: AST