

COVID19 pandemien har rystet os som mennesker, samfund og erhverv. Den har udfordret vaner, globale forsyningskæder, omformet vores måde at arbejde på og forbruge samt ændret vores sociale omgangsform – midlertidigt eller måske mere permanent?

I 1920 startede man også på en "ny normal", man ville glemme rædslerne fra første verdenskrig og den spanske syge for at vende tilbage til vishederne i det kendte. Og dog, i stedet for at omfavne normalitet, startede de brølende tyverne, som blev en cocktail af risikovillige sociale, industrielle og kunstneriske nyskabelser.

### 1. Food Trends

"Food Trends 2021" er ikke en prognose, men snarere en øvelse i at finde frem til ideer, der ikke bare spejler verden, som den er, men som den bliver. Ideer der kan vende verden på hovedet og sætte gang i en refleksion, der kan hjælpe os til at forstå de muligheder og udfordringer, der ligger foran os.

Når vi udkrystalliserer ideer om food trends, ser vi på de kræfter og temaer, der driver udviklingen globalt.

- Grøn omstilling - klima og bæredygtighed - gentænke, genbruge, reducere og recirkulere
- Digitalisering og kunstig intelligens
- "Glocalisation" – kombination af globale forretningsmodeller med større hensyntagen til lokal produktion, forbrug, regulering og beskatning
- Demografi – vi bliver flere, ældre og rigere
- Resiliens – evnen til at modstå og håndtere udfordringer som fx. klima
- Rivalisering mellem USA, Kina, EU

*COVID19 har rystet posen, så der er ingen grund til at tro, at fremtiden bliver som fortiden.*

### 2. Økonomien efter COVID19

Globalt er vi på vej ind i et nyt økonomisk regime, hvor centralbanker øger pengemængden og holder realrenten negativ i et forsøg på at skabe stabilitet. OECD forventer, at Danmark kommer igennem 2020 med et negativt BNP på - 4 pct. Danmark genåbner i foråret 2021 med maksimale finans- og pengepolitiske stimuli. Det vil bringe økonomien tilbage på fuld kraft med en vækst (rebound) på + 3,5 pct.

Danskerne har ca. 1.000 mia. på bankbogen. Den velstillede del af befolkningen har rekord mange penge til forbrug. Til sommer, når COVID19 vaccinationen er rullet ud, så er vi klar til at brænde penge af på rejser, kultur, kulinariske oplevelser i godt selskab.

Den økonomiske bagside af COVID19 har CBS-professor Jesper Rangvid regnet på. Danskerne går glip af vækst pga. nedlukninger, restriktioner og udgifter forbundet med, at coronavirus har kostet menneskeliv, senfølger og depression. Jesper Rangvids bud ender på, at krisen kommer til at koste Danmark 336 mia. kr. Det svarer til omkring 60.000 kroner pr. dansker eller 16 procent af det samlede danske bruttonationalprodukt. Det er på niveau med finanskrisen.

Hjælpepakkerne og udbetaling af indefrosne feriepenge har holdt hånden under arbejdsløsheden og konkurstruede virksomheder. Men det er ikke nok at stimulere det nationale forbrug, idet 50 % af Danmarks økonomi afhænger af eksporten. Vores vigtigste handelspartnere er også hårdt ramt af COVID19. Når Danmark åbner op igen i 2021, forventer mange økonomer konkurser og arbejdsløshed, når hjælpepakkerne fjernes. Usikkerheden hos forbrugerne øges af, at pandemien har forværret ulighederne, fremskyndet automatisering og haft en uforholdsmæssig stor negativ indvirkning på jobs i servicesektoren.

*Hvem skal betale regningen, når det er blevet ny normal?*

*Hvordan er din virksomhed gearet til post corona?*



### 3. COVID19 accelererer den digitale omstilling

Kriser skaber innovation.

COVID19 nedlukningerne har sat farten op på online shopping på tværs af brancher, kategorier og kundegrupper. I foråret var mange fysiske butikker handlekraftige og formåede at omstille til online handel, og restauranter blev til take away på rekordtid. Kunderne (også de ældre) lærte at handle digitalt med levering til døren.

Forretninger, restauranter og gårdbutikker der var eller blev digitale har oplevet en markant fremgang under coronaen. Men vi råber alligevel "ulven kommer". Amazon - verdens største e-handelsplatform - forventes at gøre sin entre i Danmark i 2021. Amazons popularitet er indiskutabel: 150 mio. bruger deres mobil-app; de har mere end 100 mio. medlemmer af deres kundeklub "Prime", 20% af disse køber noget fra Amazon hver uge, 7% hver dag. I New York kan varen leveres inden for 2 timer. Du finder mere end 150 mio. forskellige produkter på Amazon. Amazon har som eksempel sat sig på 50% af den tyske online handel.

Mere end halvdelen af de varer, der sælges i Amazon butikker rundt om i verden, er købt fra små og mellemstore virksomheder. Amazon har et program for at "hjælpe" SMV og iværksættere til at bruge Amazons salgskanaler. Der er mange krav og god kundeservice, der skal varetages for at få lov til at sælge gennem Amazon. En anden stor web-butik Zalando har en tilsvarende ordning for små tøjbutikker. De store digitale platforme (Amazon og Zalando) ejer dine kunder. Du betaler med dine data. Det er forretningsmodellen i overvågningskapitalismen.

Online food bestilling og levering varetages i stigende grad af tredjeparts firmaer som fx. Delivery Hero, WOLT, Uber Eat eller JUST EAT. Disse digitale platformsfirmaer kontrollerer brugerpladen til kunden med automatiseret digital markedsføring, køb, betaling og levering. Alt sker på grundlag af forbruger data og algoritmedrevet optimering.

Online food bestilling i kombination med ghost kitchens er "profit driver", hvor venture kapital via store brands oversvømmer markedet og presser levebrødet for små restauranter. Fx DoorDash er et US måltidsleveringsfirma, der lige er blevet børsnoteret i USA med en værdi på DKR 350 mia.

Disse online food firmaer som fx. Delivery Hero begynder at brede deres forretningsmodel ud til også at omfatte fødevarer fra detailkæder.

Gårdbutikker og madhåndværkere kan ikke slå Amazon eller andre professionelle online butikker. Men du skal arbejde med opgradering af din digitale tilstedeværelse. Find din egen version – en hybrid mellem fysisk butik, café, online handel med levering. Men vigtigst bliver at udvikle forretningen til også at være et lokalt mødested, der giver nærhed og livskvalitet i landdistrikterne eller lokalsamfundet. Det er din komparative fordel i forhold til de store online-handelsplatforme, der kan udkonkurrere alle på pris, udvalg og levering.

*Intet af dette er virkelig nyt, det er bare blevet accelereret af COVID19 pandemien.*

*Go Digital or Go Home*

#### 4. Spise ude – på nye måder

Nedlukningerne med få internationale turister har presset oplevelses- og restaurantbranchen især i København. Mange restauranter har suppleret med take away og andre er gået helt nye veje. Nogle eksempler til inspiration:

##### Ghost Kitchen

Ghost Kitchen (Dark Kitchen) er et professionelt køkken til fremstilling af udelukkende leveringsmåltider. Maden bestilles online og leveres af tredjeparts firmaer. Et ghost kitchen indeholder køkkenudstyr og faciliteter til at lave restaurantmåltider, men har ingen "on location" spiseplads. Ghost kitchens er ofte placeret i et industriområde med lav husleje i forhold til traditionelle restaurantplaceringer på de dyre strøggader.

Ved at bruge en ghost løsning kan etablerede restauranter med dining-in service, udvide deres ud-af-huset uden at stresse det eksisterende køkken og restaurant. Ghost kitchen har også den fordel, at det er nemt at eksperimentere med nye brands, menuer og koncepter.

*Kan din virksomhed skabe merværdi ved at samarbejde med tredjeparts online bestillinger, der kan levere dine varer til døren i lokalområdet? Men hvad med etikken? Vil små lokale butikker benytte globale budtjenester, der underbetaler udenlandske løsarbejdere?*

##### BaneGarden – en grøn megafon midt i København



Midt i København, på DSBs baneterræn, ligger et stykke "uopdaget" land med brombærkrat, buske og gamle træer. Den grønne dagsorden gennemsyrrer konceptet for BaneGarden, som er et samlingspunkt for vilde, sanselige og bæredygtige ideer. Udover de kulinariske oplevelser byder BaneGarden på »væsentlighedsbiografen Bio Bio«, koncerter, debatter og et galleri med kunst, biavl, insekter, en kompostmaskine og en planteskole, hvor københavnernes kan få hænderne i jorden. Desuden kommer



stedet til at huse landskabsarkitekter og en klynge med iværksættere, der har fokus på bæredygtighed. [BaneGarden](#) skal være et grønt klubhus for løsningsorienterede intellekter, som har gang i noget, der kan skaleres. Sådan lyder beskrivelsen fra Søren Ejlersen (Aarstiderne), der er en af de fire stiftere af BaneGarden.

### **Relæ med sommer pop up**

Relæ (Michelin stjerne restaurant i Jægerborgsgade) flyttede 5 uger til Tisvildeleje hos Frændekilde, som havde udviklet "Glamping" som er luksuriøs camping - "glamourøs" og "camping". Teltene kunne bookes til overnatning i sammenhæng med middagen, så man næste morgen også kunne nyde Frændekilde og Nordkystens natur og strande. Både gæster og madanmelderne var begejstrede.



*"Glamping" på Frændekilde*

Christian Puglisi lukkede restauranterne Relæ og Manfreds for at frisætte sig selv til nye gastronomiske udfordringer på den anden side af corona.

*Er der noget i din virksomhed, der skal lukkes, før du kan skabe noget nyt?*

### **Kanalhuset**

Den tidligere ejer af Tiger, Lennart Lajboschitz står bag et folkehus på Vesterbro og et badehotel med fællesspisning i Nordsjælland. Nu har han åbnet et hotel på Christianshavn, som henvender sig til både turister, erhvervsliv og københavnere. Selv bor han i sidebygningen med sin hustru og deres fire voksne børn.



Kanalhuset ligger langs Christianshavns Kanal. Bygningen fra 1754 er nænsomt renoveret med 12 hotelværelser, store og små mødelokaler, 14 hotellejligheder, en Bar samt restaurant – her serveres dagens måltid ved langborde kl. 19.00 i Spisestuen, hvor ideen er at lokale blander med hotelgæsterne.

### **Ny noma**

Noma lukkede verdens bedste restaurant, for at genopfinde sig selv i nye lokaler på Christianshavn. Midt i corona nedlukningen genåbnede noma med en kæmpe kø, udendørsservering med mugburger på menuen.

Det er ret vildt at forestille sig, 17 Nomakokke fra kl. 7 om morgenen står i restaurantens state of the art-køkken og laver 1.300 burgere dagligt. Konceptet var folkeligt og priserne lige så. Det er OK at tage 150 kr. for en burger, som er resultatet af research i nomas laboratorium og i øvrigt serveres på en restaurant, der er tegnet af Bjarke Ingels Group, som Søren Frank skriver i Berlingskes madanmeldelse.

*Hvordan går vi ud og spiser post-corona?*

## 5. Grøn omstilling og den antropocæne tidsalder

Når verden pludselig går ned i gear pga af pandemien, begynder fuglene at synge mere melodisk fordi de ikke skal overdøve trafiklarmen, vandet bliver rent i Venedigs kanaler og himlen blå over Beijing.

”Earth Overshoot Day” er den dag i kalenderåret, hvor det er beregnet, at Jordens befolkning har forbrugt den mængde ressourcer, som planeten kan gendanne på et år. I 2020 var det den 22. august, 3 uger senere end de seneste 10 år. COVID19 pandemien nedsatte ressourcetrækket på kloden.

Vi lever nu i den antropocæne tidsalder, som betegner den nuværende geologiske tidsalder, som den periode, hvor menneskelig aktivitet har den dominerende indflydelse på klima og miljø. Det pålægger menneskeheden ansvar for klodens fremtid.

*Forbedring af livskvaliteten uden at låne fra fremtiden er den bedste investeringsmulighed.*

### Fra foder til føde

Fødevarer og landbruget står for en fjerdedel af den samlede udledning af drivhusgasser. Den grønne omstilling er nødvendig og kalder på løsninger, der både giver samfundsmæssig og økonomisk mening.

I dag anvendes 80 % af Danmarks landbrugsareal til foder, som har faldende produktionsværdi. Til gengæld er produktionsværdien af frugt og grøntsager stigende. Indtjeningen hos de økologiske brug er desuden højere end hos de konventionelle. De grønne danske NGO'er presser på for at udvikle dansk landbrug i retning af økologiske, plantebaserede fødevarer.



*Endnu et nyt mælkealternativ - DUG fra Veg of Lund*

## **Animalsk produktion kommer under pres**

De danske mink blev inficeret med COVID19. Der opstod pludselig et COVID19-reservoir på 17 mio. levende mink, hvorfra vira kunne mutere og inficere mennesker. Det betød at danske mink blev aflivet. Et stort dansk eksporteventyr ophørte. 1000 minkfarme lukkede, og ca. 6000 mennesker mistede deres levebrød – en menneskelig og økonomisk tragedie for Nordjylland.

Det må give nogle overvejelser i forhold til potentielle nye pandemier, som kan involvere industrialiserede animalske produktionsvirksomheder.

*Hvad nu hvis dansk svineproduktion skulle lukke i løbet af et par uger?*

## **Cell Farmer – farmer of the future?**

Verden står over for store udfordringer i forhold til klimabelastning fra fødevarereproduktionen. EU har sat rammerne for fremtidens grønnere fødevarereproduktion gennem “European Green Deal”, “Farm to Fork Strategy” og “Biodiversity Strategy”.

Men vi står også foran et nyt paradigme i menneskehedens fødevarereforsyning. Historisk har menneskeheden bevæget sig fra at være jæger/samlere, til landbrugere og står nu over for at kunne producere fødevarer bio-syntetisk. Vi kan nu designe og programmere DNA i fx. gærceller, der i fermenteringstanke producerer de molekyler og stoffer, vi skal bruge som ingredienser i vores mad. Vi kan bio-syntetisere animalske proteiner med en meget lille klimabelastning.

Mælk og kød kan laboratoriefremstilles og forventes i løbet af de nærmeste år at være tilgængeligt på de kommercielle markeder. Singapore har som det første land godkendt laboratoriekød til menneskeføde. Kødet blev fremstillet af det californiske firma [Eat Just](#).

EU-analysen [“Farmers of the Future, 2020”](#) og den amerikanske tænketank [RethinkX, 2019](#) forventer at den syntetiske biologi vil få vidtrækkende effekter:

By 2030, the number of cows in the U.S. will have fallen by 50% and the cattle farming industry will be all but bankrupt. All other livestock industries will suffer a similar fate, while the knock-on effects for crop farmers and businesses throughout the value chain will be severe. [RethinkX, 2019](#)

*Er det den vej vi skal gå? Det rejser etiske, fødevarereikkerhedsmæssige, sundheds- og lovgivningsmæssige problemstillinger, der skal afklares de kommende år.*



## 6. Loyalitet udfordres

Covid19 krisen har skubbet forbrugere ud i nye former for shopping adfærd. Vi er mere tilbøjelige til at prøve nye produkter og brands. Det er de unge og økonomisk velstillede kunder, der er mest tilbøjelige til at migrere mellem brands og e-forretninger.

Vi må se i øjnene, at en del danskere vil og andre må frygte at miste jobbet, så forbruget begrænses hos nogle kundegrupper. Virksomheder (fx. restauranter, hoteller og mindre virksomheder) vil lukke i løbet af 2021. Det øger usikkerheden og de mindre købestærke kunder vil fokusere på at få "value for money".

*Hvordan fastholder du dine nye kunder og tilbageerobrer gamle?*

## 7. Hygiejne er kommet for at blive

Selv om COVID-19 primært overføres luftbårne og risikoen for at pådrage sig virus gennem fødevarer er lav, så er folk overalt i verden bekymrede.

Når vi igen skal tilbage til de fysiske butikker, på cafe og restaurant bliver hygiejne og smitterisiko en fortsat kilde til bekymring. Det bliver fortsat vigtigt for butikker og restauranter ikke blot at følge hygiejneprotokollerne (grundig rengøring, afspritning, mundbind til kunder og ansatte), men det skal også kommunikeres effektivt.

Firmaer er nu begyndt at lade rengøringspersonalet være fysisk til stede i åbningstiden, så kunder og medarbejdere kan se dem arbejde – det er ansækelighedsundervisning. Her er rent og risikofrit.

Vi bruger i stigende grad kontaktløs adfærd, kontaktløs betaling, selvbetjeningskasser, levering af fødevarer og dagligvarer til døren. De unge fører an i denne adfærdsændring.

*Det mentale mundbind og afspritning er kommet for at blive?*

## 8. Homebodies

Vi har i 2020 brugt tiden på take away, indenlandske aktiviteter, medier og nyheder. Vi spiser hjemme og ser Netflix. Vi har investeret i storskærm og fitness udstyr i hjemmet. Mange forbrugere forventer stadig at bruge mere tid på aktiviteter i hjemmet.

*Hvad kan du tilbyde homebodies?*

Sidste år skrev vi om den grønne omstilling, det er fortsat relevant og giver retning til de nye tiltag, som corona har åbnet op for.

Husk at du selv skaber fremtiden

**Godt Nytår**  
**Solheim & Sønksen**