

RAVINTOLA-ILMIÖT  
2026

# FOODSTERIN ILMIÖOPAS 2026



# RAVINTOLASSA

## NEWSTALGIAN MATKA JATKUU

Jotain tuttua ja jotain yllättävää. Kyse ei ole pelkästä retroilusta, vaan hyväksi havaittujen klassikoiden uudistamisesta nykyaikaiseksi ja laadukkaaksi elämukseksi. Modernisoidut versiot hakevat vaikutteita eri ruokakulttuureista tai vaikkapa tässä hetkessä trendaavista raaka-aineista.

Paneroitu possunleike tarjoillaan sitruunan asemesta tonkatsukastikeella tai tiramisusta löytyy Dubai-suklaan maut. Klassikoiden modernisointi vaatii toki rohkeutta mutta myös makujen ymmärrystä. Kun kaikki osuvat kohdilleen voi lopputuloksena olla vaikkapa Tuomaan markkinoiden joulupuuron kaltainen hitti.

## HYVÄN PALVELUN ROOLI KASVAA

Asiakkaiden huomioimisen ja personoidun palvelun merkitys kasvaa erottautumiskeinona ja asiakaskokemuksen kehittäjänä. Osana hyvää palvelua korostuu myös ostamisen helppous sekä impulssiostamisen mahdollistaminen - molemmat kehittävät myös kassavirtaa positiivisesti. Hyvä palvelu on tärkeä osa ravintolan brändiä ja siihen on myös tästä syystä hyvä kiinnittää huomiota.

## EROTTAUDU ROHKEUDELLA

Erottuva liikeidea ja rohkeat ratkaisut lisäävät kiinnostusta. Asiakkaat etsivät hyvää hinta-elämysuhdetta ja siksi kokonaiselämykseen ja houkuttelevaan hinnoitteluun kannattaa panostaa.

## TYÖKULTTUURI ON TÄRKEÄ OSA RAVINTOLAN MENESTYSTÄ

Työpaikan sisäinen kulttuuri näkyy myös asiakkaille. Panosta kannustavaan ja työyhteisöä kehittävään kulttuuriin. Panosta sisäiseen viestintään, henkilökunnan hyvinvointiin ja osaamiseen. Hyvä työkulttuuri vetää osaajia puoleensa ja sitouttaa nykyistä henkilökuntaa.

## HENKILÖKUNTABRÄNDÄYS OSANA RAVINTOLAN TARINAA

Nostamalla henkilökunta näkyville, niin nettisivuilla kuin somessakin, tuodaan tekijät lähemmäksi asiakkaita. Henkilökunnasta tulee tärkeä osa ravintolan tarinaa ja brändiä. Kun henkilökunta nostetaan näkyville ravintolan viestinnässä, asiakkaat kokevat ravintolan helpommin lähestyttävänä ja inhimillisenä. Myös henkilökunta kokee olevansa tärkeä osa ravintolan tarinaa ja sitoutuminen paranee.

## NÄKYVYYS VARMISTAA ASIAKASVIRRAT

Katukuvan lisäksi ravintola on oltava näkyvillä myös digitaalisilla alustoilla. Verkkosivujen ja sosiaalisen median kanavien visuaalisuutta ja toiminnallisuutta ei voi liikaa korostaa. Näillä on myös merkittävä rooli ravintolan digitaalisen löydettävyyden ja läsnäolon kannalta. Somessa erottautuakseen, sisällön on oltava omaperäistä, tunnistettavaa ja liikeideaa tukevaa. Digitaalisten kanavien suunnitelmallinen ja säännöllinen hyödyntäminen on asiakasviestinnän näkökulmasta avainasemassa.

## MENU ON RAVINTOLAN KÄYNTIKORTTI

Ostopäätös tehdään usein jo etukäteen ruoka- ja juomalistojen houkuttelevuuden ja informatiivisuuden perusteella. Varmista myös menuiden löydettävyyks myös digitaalisilla alustoilla.

# MAKU

## AITOUS JA PAIKALLISUUS OHJAAVAT MAKUJA

Aitous näkyy myös maussa. Maailmalla pidemmän aikaa ollut ilmiö on vähitellen löytämässä jalansi-jaa myös suomalaisessa ravintolakentässä. Enää ei puhuta italialaisesta tai japanilaisesta keittiöstä, vaan tarkennetaan minkä alueen ”autenttisia” makuja on tarjolla. Alueellinen tarkkuus ja tarinallistaminen tuovat makuun uutta mielenkiintoa, syvyyttä ja identiteettiä.

Aitous näkyy myös käsityön arvostuksena. Hotellin aamupalalla täydellisen pehmeä munakokkeli ja yön yli haudutettu puuro viestivät laadusta sekä ammattitaidosta. Lounaalle itse tehdyt lihapullat, raikkaat salaattit ja tuore talon leipä erottuvat edukseen. Iltaravintolassa raaka-aineita kunnioittavat kypsennysmetodit ja taidolla valmistetut kastikkeet kertovat intohimosta ruokaa kohtaan.

## MONIULOTTEISUUS JA YLLÄTYKSELLISYYS LUOVAT KIINNOSTAVUUTTA

Kokki on kuin säveltäjä, joka yhdistää erilaisia makukomponentteja hallitusti, luoden elämyksellisen kokonaisuuden. Jokainen komponentti – hapan, makea, suolainen, kitkerä ja umaminen luovat oman nuottinsa.

Makuja rakennetaan myös makuparien kautta: makea taittaa tulisuuutta, suolaisuus tasapainottaa makeutta ja hapokkuus raikastaa umamin. Näitä hyödyntämällä luodaan yllättäviäkin elämyksiä kuten punaviini ja vaniljajäätelö, misokaramelli ja omenapiirakka, harissa-granaattimenasiirappi ja vesimeloni tai grillattu sitruuna ja entrécote. Yllättävät yhdistelmät jäävät asiakkaan mieleen makumuistoina, jotka saavat palaamaan yhä uudelleen.

## HAPOKKUUS ON UUSI UMAMI

Umami on makuna trendannut jo vuosia. Umamisuden vastapari, hapokkuus on nyt nousussa. Hapokkuus viestii raikkautta, tuoreutta ja terveellisyyttä. Hapokkaita makuja haetaan hedelmistä, marjoista, erilaisista etikoista ja säilöntätekniikoista.

Perinteisten sitrushedelmien rinnalle on noussut myös bergamotti, kalamansi ja yuzu, tuomaan sitrushedelmien säihkettä. Tamarindi, passionhedelmä ja vihreä mango vievät makumatkalle muihin kulttuureihin ja kotimaiset raparperit, puolukat, karviaiset ja hapokkaat omenat tuovat raikkautta ihan tästä läheltä.

# MAKU

## MAKUJA 2026

Aleppon pippuri, baharat, BBQ, bergamotti, black garlic, calabrian chili, chermoula, chili crisp, chiliöljy, Comte, dashi, dukkah, fish sauce, Feta, furikake, galangal, gochujang, granaattimenasiirappi, harissa, hot honey, kaffir, lime, karhunlaukka, karviainen, katajanmarja, katsuobushi, kimchi, koji, kombu, kuusenkerkkä, lehtipersilja, lime, makusuolat, minttu, miso, n'duja, Parmigiano Reggiano "Vacche Rosse", Pecorino Romana, piparjuuri, pippurit, pistaasipähkinä, puolukka, raparperi, ras el hanout, ruohosipuli, ruskistettu voi, sardelli, shichimi togarashi, sitruunatimjami, sitruunaöljy, soija, sriracha, sumac, suolasitruuna, suolattu kapris, tahini, Tajín Clásico, tamarindi, thaibasilika, tilli, tryffeli, tyrni, vaahterasirappi, valkosipuli confit, XO, yuzu kosho, yuzu, za'atar..

RAVINTOLÄÄKKEET  
2026



# KASTIKKEET

## KASTIKKEET KERTOO RAVINTOLAN TASOSTA

Kastikkeesta kokki tunnetaan ja parhaassa tapauksessa koko ravintola. Kastikkeilla on aina ollut suuri rooli ravintolaruoan nautittavuudessa mutta nyt niihin panostetaan entistä enemmän. Globaalien vaikutteiden myötä kastikkeiden monimuotoisuus on lisääntynyt. Newstalgia on näkyvillä myös kastikkeissa kun klassisiin eurooppalaisiin kastikkeisiin yhdistellään globaaleja ja paikallisia makuja – misohollandaise, maissivéloute, n’dujamajoneesi ja nokkospesto ovat jo näkyneet lautasilla.

Kastikkeisiin kannattaa kiinnittää huomiota entisestään - tehdä alusta loppuun itse tai tuunata valmiita pohjia omanlaiseksi. Pienelläkin vaivannäöllä kastikkeista voi tehdä vetovoimatekijän ravintolatyylistä riippumatta.

## MODERNIT KASSIKOT LADATAAN JA SPLITATAAN

Modernit kastikkeet voidaan myös ”ladata” loppuiksi erilaisilla makua ja visuaalisuutta korostavilla komponenteilla. Makuöljyä ei edes yritetä emulsoida beurre blancin joukkoon vaan se saa jäädä ”splitiksi” kastikkeeseen. Moderni kala-vélouten viimeistellään vaikkapa mädillä, ruohosipulilla ja tilliöljyllä. Luuydin, salottisipuli ja kokojyväsinappi viimeistelevät demi-glacen.

## RANSKALAISET JA ITALIALAISET KASSIKOT NOUSUUS

Ranskasta ja Italiassa ovat nousussa myös klassisten kastikkeiden ”autenttiset” versiot ja niiden johdannaiset. Auguste Escoffierin ja kumppaneiden henki tulee näkymään menuilla entistä vahvempana.

Béchamel ja Veloute suurustetaan jauhoilla, silkkisen lopputuloksen varmistamiseksi ja taidolla valmistettu Demi-Glace palaa listoille myös kastikkeena, eikä pelkkänä kastikepohjana muille kastikkeille.

Ranskalaiset Sauce Roberts, täyteläinen Suprême ja raikas Vierge sekä Italialaiset Caccio e Pepe, Guancialesta tehty Carbonara ja pitkään haudutettu Ragù alla Bolognese tekevät menusta houkuttelevamman ja kertovat ravintolan keittiön arvostuksesta eurooppalaista ruokakulttuuria kohtaan.

## FUUSIOITA JA AUTENTTISUUTTA

Euroopan ulkopuolelta Japani ja USA jatkava ilmiönä myös kastikkeissa mutta vaikutteita tullaan hakemaan entistä enemmän myös Latinalaisesta Amerikasta, Pohjois-Afrikasta ja Lähi-idästä sekä Thaimaasta. Kastikkeissakin haetaan fuusiomakujen rinnalla myös entistä enemmän autenttisuutta.

BBQ-kastike ei ole vain yleiskastike vaan aitoa ja alueellista ruokakulttuuria. Autenttisuutta haetaan Yhdysvaltojen eri osavaltioiden aidoista BBQ-kastikkeista. Street food ottaa vaikutteita eri maiden kastike-perinteistä ja muokkaavat niitä mielenkiintoisiksi, uusiksi klassikoiksi. Ideoita haetaan yhä enemmän myös Pohjois-Afrikasta ja Lähi-Idästä.

Lounaallakin kastikkeilla on mahdollista erottautua edukseen. Salaattipöydän kruunaa hyvät salaatinkastikkeet ja leipävalikoimastakin tulee houkuttelevampi kun viereen katetaan hyvät dipit.



# TEKNIIKAT

## VANHA KUNNON MAILLARD

Kun paistetaan, paistetaan kunnolla ja kun paahdetaan, niin paahdetaan kauniin ruskeaksi. Japanilaista yakitoria ja suomalaista ruisleipää yhdistää täydellinen maillard-reaktio, kun ne valmistetaan kunnolla. Ruskistetun voin pähkinäisen maun takana on myös maillard.

Kaikki mikä friteerataan, on hyvää. Syy on hyvin yksinkertainen, maillardin ansiosta lopputuote on useimmiten ihanan rapeaa ja kauniin paahtunutta.

Lounaankin kruunaa rapeiksi paistetut possunleike tai kauniin ruskeaksi paahdettu perunagratiini. Kunnan maillard viestii ammattitaidosta ja tuo ruokaan syvyyttä sekä makujen kerroksellisuutta.

## NOPEASTI JA HITAASTI

Cevichet, crudot, graavit ja tartarit korostavat tuoreutta sekä raikkautta. Kevyesti hiillostettu kotimainen silakkakin muuntuu uuteen muotoon escabeche-marinadilla. Happokypsennyksellä, nopealla marinoinnilla, sokeri-suolauksella tai kevyellä maustamisella tuoreet raaka-aineet nousevat uusiin ulottuvuuksiin.

Hitaalla kypsennyksellä sama raaka-aine muuttaa täysin makua ja muotoa. Aito BBQ brisket, hitaasti rasvassa kypsynyt ankankoipi Confit tai hartaudella haudutettu Ragù alla Bolognese ovat niihin käytetyn ajan arvoisia. Oli valmistustekniikka hidasta tai nopeaa, raaka-aineiden laatu sekä tekniikka ratkaisevat.

## RAIKKAUTTA FERMENTOINILLA JA PIKKELÖINNILLÄ

Fermentointi on ikivanha säilöntämenetelmä joka muuttaa raaka-aineen makua, rakennetta ja säilyvyyttä. Lisäksi fermentoiduilla kasviksilla ja maitotuotteilla voi olla terveyshyötyjä, ainakin ne ovat osa monipuolista ruokavaliota. Maun kannalta fermentointi tuo raikkautta ja syvyyttä.

Pikkelöinti on nopeampi tapa maustaa ja säilöä kasviksia kuin fermentointi. Pikkelöinnillä sesongin kasvikset säilyttävät tuoreuden mutta samalla maustuvat mukavan raikkaiksi. Kaalin, sipulin ja kurkun lisäksi, pikkelöintiä kannattaa hyödyntää laajalti sesongin kasvien maustamiseen ja säilömiseen. Sesongin sienien lisäksi kannattaa pikkelöidä myös kasvatettuja sieniä kuten herkkusieniä. Perus 1-2-3-liemen maustamisessa on vain mielikuvitus rajana.



# RAAKA-AINEET

## ALKUPERÄ JA ALUEELLISUUS

Raaka-aineen alkuperä ja tuotantotapa ovat myös osa tärkeä osa ravintolakokemusta. Alueellisuus ja regeneratiivinen ajattelu vahvistuvat – asiakkaat haluavat tietää raaka-aineiden tarinan.

Yksinkertaisuutta ja puhtautta korostava clean label-ideologia korostaa aitojen raaka-aineiden arvoa.

## SESONGIT TUOVAT LUONTAISTA VAIHTELUA

Sesonkiajattelu ei ole vain yksittäisten raaka-aineiden hyödyntämistä sadonkorjuun aikaa vaan gastronominen, strateginen, taloudellinen ja vastuullinen valinta, joka kertoo myös ravintolan ammattitaidosta ja arvoista. Sesongit tuovat myös kaivattua vaihtelua ruokalistoilta ja monipuolistavat ravintolan tarjontaa. Erilaisilla säilöntätekniikoilla satokautta on helppo jatkaa luovasti ja maukkaasti. Huomioi sesongeissa myös riistat, linnut, kalat ja äyriäiset.

## KASVIPOHJAISET PROTEIINIT KEHITTYVÄT

Teollisten kasviproteiinien maku sekä rakenne paranevat nopeasti ja niiden markkina kasvaa edelleen huimaa tahtia. Linssien, papujen, herneiden sekä erilaisten siemenien sekä pähkinöiden kysyntä kasvaa ”aitoina” kasvisproteiineina. Hybridiproteiinit eli 50-50 ajattelussa puolet eläinproteiinista korvataan kasviperäisellä ja tehdään kasvipainotteisesta ruoasta helposti lähestyttävämpää.

## LEIVÄN ARVOSTUS ON KASVUSSA

Hyvästä leivästä on tullut tärkeä osa ravintolan tarjontaa. Leipä voi olla jopa omana annoksenaan, joka jää mieleen. Artesaanileipomoiden ja leipäbaarien yleistymisenkin kertoo samaa tarinaa, leivällä on merkitystä. Leipään kannattakin panostaa niin aamupalalla, lounaalla kuin iltaravintolassakin. Hyvä leipä jää mieleen!

## ASIA ON PIHVI

Naudanlihan hankintaa ohjaa kotimaisuus, laatu ja hinta. Aidon BBQ:n ja pihviravintoloiden nousun myötä myös ulkomaiset, vastuulliset ja laadukkaat lihat kiinnostavat. Kunnon pihvi on edelleen asiakkaiden mieleen mutta naudanlihan hinnan nousun vuoksi, ratkaisuja haetaan myös edullisemmista ruhon osista. Brisket, petit tender ja short ribs ovat osoittautuneet hyviksi vaihtoehtoiksi.

## PORSAANLIHAN ARVOSTUS KASVUSSA

Osaksi edullisemmasta hinnasta johtuen ja osaksi street foodin vaikutuksesta, porsaan lihan arvostus on kasvussa. Ribsit, kaslerit ja erilaiset makkarat ovat laajalti käytössä mutta myös Iberico-porsaan secreto, possun lapa ja jopa possun päät ovat nousseet listoille. Vastuullinen Nose to tail-ideologia jatkaa kasvuaan.

## VEDEN ELÄVÄT

Kotimaisuus ja vastuullisuus ohjaavat valintoja veden elävien osalta. Punaisen kalan kysynnälle siirtynyt norjalaisesta lohesta kotimaiseen kirjoloheen.



# VIINIT

## ALKOHOLITTOMUUS MONIPUOLISTUU

Alkoholittomien juomien tarjonta kasvaa nopeasti: uusia makuja, laatuja ja brändejä syntyy jatkuvasti. Alkoholittomat oluet ja energiajuomat saavat rinnalleen entistä kiinnostavampia vaihtoehtoja, ja erityisesti alkoholittomat viinit nousevat seuraavaksi kasvualueeksi.

## KUOHUVAT TEKEVÄT PALUUN

Samppanjan uusi aalto vahvistaa kiinnostusta myös muihin premium-kuohuviineihin, kuten Corpinnat, Alta Langa ja Crémant. Myös Lambrusco nousee trendiksi – kepeät, kuplivat punaviinit palaavat italialaisen ruokakulttuurin rinnalle.

## ESPANJA ON UUSI VIINIMAILMAN VETOVOIMAMAA

Espanja kasvaa viinimaana nopeasti, ja erityisesti alueet Rías Baixas, Ribeira Sacra ja Baskimaa houkuttelevat. Lajikkeet kuten Albariño, Godello, Txakoli ja Mencía lisäävät kiinnostusta, ja kohtuullinen hintataso tekee Espanjasta helposti lähestyttävän, mutta jatkuvasti nousevan viinimaan.

## PÉT-NAT JA ORANSSIVIINIT VAKIINNUTTAVAT ASEMANSA

Luonnollisesti kuohuvat Pét-Nat-viinit jatkavat nousuaan, ja oranssiviinit ovat löytäneet uuden yleisön nuoremmista kuluttajista. Z-sukupolvi vie eteenpäin 8000 vuotta vanhaa viiniperinnettä, joka on gastronomisesti kiinnostava ja ilmaisultaan rohkea.

## NATURALVIINISKENE VAHVISTUU

Puhdaspiirteisyys ja rypäleen luontainen aromi ohjaavat valmistusta. Viineissä vältetään lisäaineita ja korostetaan terroiria – viini ilmentää maaperää, ilmastoa ja lajiketta ilman turhaa käsittelyä.

## VIINIMAAILMASSA KOROSTUVAT ALKUPERÄ JA KESTÄVYYS

Perinteisten viinialueiden rinnalle nousee uusia lajikkeita ja kasvupaikkoja. Piemonten Nascetta on herätetty henkiin ja Bourgognessa Chardonnayn rinnalle nousee Aligoté. Vulkaaniset maaperät, kuten Sisilia ja Etnan seutu, kiinnostavat yhä enemmän.

## LUONNOLLISUUS JA VASTUULLISUUS OHJAAVAT VALINTOJA

Sosiaalinen- ja ympäristövastuu näkyvät tuotannossa ja pakkauksissa: kevyemmät pullot, pahvipullot ja uusiutuvat materiaalit yleistyvät. Luomu, biodynaamisuus ja naturalisuus määrittävät yhä useamman viinitalon identiteettiä.



# JUOMAT

## KOFEIINITON KAHVI

Kofeiinittomien kahvien suosio kasvaa hyvinvointia ja tasapainoa korostavien trendien myötä. Yhä useampi valitsee kofeiinittoman kahvin erityisesti iltaisin tai aterian jälkeen. Maku säilyy tutun miellyttävänä, mutta vaikutus on lempeämpi. Laadukas kofeiiniton kahvi kertoo ravintolan huomaavaisuudesta ja trendien seuraamisesta. Se ei ole kompromissi, vaan harkittu ja tyylikäs valinta.

## TEE-POHJAISET JUOMAT

Tee on nousussa juomamaailman seuraavaksi suureksi trendiksi. Raikkaus, luonnollisuus ja hyvinvointi yhdistyvät uusissa muodoissa: sparkling tea tuo kuplivaa eleganssia, bubble tea houkuttelee nuoria makuyhdistelmillä ja hard tea yhdistää jääteiden ja kevyen alkoholijuoman trendit.

## VITAMIINIVEDET JA FUNKTIONAALISET JUOMAT KEHITTYVÄT

Vitamiinivesien valikoima laajenee ja markkinoille tulee uusia toimijoita. Funktionaalisuus ja hyvinvointia tukevat ainesosat linkittyvät yhä useammin myös juomiin, jotka jatkavat nousuaan ja saavat lisää valmistajia Suomeen. Vitamiinivedet ja funktionaaliset juomat kannattaa nostaa valikoimiin, liiketoimintamallista riippumatta – baareihin, kahviloihin, lounaalle sekä iltaravintoloihin.





# TUNNELMA

## KAIKKI AISTIT MUKAAN

Hyvä ravintola ei ole vain visuaalisesti kaunis, vaan kokonaisvaltainen kokemus, joka koskettaa kaikkia aisteja. Pehmeä akustiikka, lämmin valaistus ja luonnonmateriaalit luovat rauhoittavan ympäristön. Tuoksu kertoo keittiön tarinaa jo ennen ensimmäistä suupalaa, ja mukava tuoli kutsuu viipymään.

## TUNNELMA ALKAA ENNEN SAAPUMISTA

Hyvä kokemus käynnistyy jo verkossa. Löydettävyyys, sujuva varausprosessi ja henkilökohtainen viestintä luovat ensivaikutelman. Kun asiakas saapuu, lämmin tervehdys, valmiiksi katettu pöytä ja huomioiva palvelu vahvistavat tunnetta siitä, että häntä on odotettu. Estetiikka on myös palvelun muotoilua – miltä tuntuu tulla ja palata takaisin.

## ELÄMYS, JOTA EI VOI TOISTAA KOTONA

Ihmiset etsivät tunnelmia ja hetkiä, jotka erottavat ravintolan arjesta. Avoin keittiö, jossa kokki viimeistelee annoksen asiakkaan edessä, tai valaistus, joka houkuttelee viipymään, tuovat kokemukseen taikaa ja läsnäoloa.

## EMPATIA JA SUJUVUUS LUOVAT KAUNEUTTA

Kauneus näkyy arjen toimivuudessa. Esteetön kulku, selkeä opastus ja huomioiva palvelu tekevät kokemuksesta helpon ja rauhallisen. Kun keittiö ja sali toimivat saumattomasti, asiakas ei huomaa kiirettä vaan hyvän tunnelman.

## JAETTAVIEN ANNOSTEN LISÄKSI KIPOT JA KUPIT OVAT OSA ELÄMYSÄ

Jaettavuus lisää yhteenkuuluvuuden tunnetta ja rentoutta. Jaettavien annosten lisäksi listoille on noussut erilaiset lisukkeet, joilla annosta voi tuunata haluamallaan tavalla. Pihvi myydään pihvinä ja asiakas valitsee haluamansa kastikkeet sekä lisukkeet. Tämä lisää valinnan vapautta ja kannattavuutta samaa aikaa.

Annokset voidaan myös koota useampaan astiaan kuten pääraaka-aine vadilla tai lautasella, kastike omassa kannussaan ja lisukkeet vielä omissa kipoissaan.

## HYVINVOIVA HENKILÖKUNTA LUO ILMAPIIRIN

Ergonominen, toimiva ja kaunis työympäristö tekee työstä mielekkäämpää. Kun henkilökunnalla on hyvä olla, se näkyy hymyinä ja välittämisenä. Ilo tarttuu ja onnellinen tekijä luo onnellisen tunnelman.





