

# PRESSEINFORMATION

Rehburg-Loccum, September 2019



## **„Das Dessert ist viel mehr als ein Nachtisch“**

**Was sind die Desserttrends 2020 und womit können Profi-Köche bei Ihren Gästen punkten? Impulse und Anregungen für Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung bot ein Workshop mit Christian Holz von culicons, zu dem frischli Ende August nach Bremen eingeladen hatte.**

### **Desserts erleben Aufschwung als süßer Snack**

Die traditionelle Mahlzeitenstruktur aus Frühstück, Mittag- und Abendessen löst sich immer mehr auf. Snacking gewinnt an Bedeutung, auch im süßen Bereich. So ist das Dessert nicht mehr nur Abschluss eines Mittag- oder Abendessens, sondern wird zum süßen Snack, der als Frühstück oder Zwischenmahlzeit fungiert. Dabei verstehen wir heute unter einem Snack nicht mehr Junkfood wie Chips und Schokoriegel, sondern „Mimas“, also Minimahlzeiten, die bequem und praktisch sind, häufig on the go verzehrt werden und herkömmliche Mahlzeiten zu Tisch ersetzen.

### **Süße Bowls zum Frühstück und Lunch servieren**

Die Mahlzeiten, bei denen am meisten Wachstum im Foodservice zu erwarten ist, sind das Frühstück und der Lunch. Nachdem sich herzhafte Bowls etabliert haben, folgen nun süße Bowls als neuer Trend. Auf der Basis von Milchprodukten und in Kombination mit Früchten und einer Getreidekomponente ist dieser gesunde und bequeme To-go-Snack zu allen Tageszeiten sehr angesagt bei Verbrauchern.

### **Gesundheit und Genuss in Einklang bringen**

Global liegen im Segment der Molkereiprodukte Erzeugnisse mit weniger Zucker, weniger Fett, dafür mit viel Protein im Trend. Im Außer-Haus-Markt ist jedoch das Thema „proteinreich“ nicht wirklich angekommen, da der Mehrwert dieser Produkte nur schwierig Richtung Gäste zu kommunizieren ist. Zucker- und fettreduzierte Desserts sind dagegen die großen Gewinner. Gesund ist also angesagt, gleichzeitig steht der Gegentrend Genuss hoch im Kurs. Speziell im Dessertbereich sind Trends und Gegentrends wie diese Gegenspieler aktuell verstärkt zu berücksichtigen. So verzehren dieselben Konsumenten mal „Indulgence Desserts“ zum Verwöhnen als

üppige süße Sünde, mal zucker- und fettreduzierte Produkte. Daher sind sowohl Produktlösungen mit einem geringen Zucker- und Fettgehalt gefragt als auch Genießerprodukte, bei denen vor allem der Geschmack zählt.

### **Andere Länder und die Heimat als Inspiration nutzen**

Neben der Internationalität, also Desserts mit Einflüssen aus Frankreich, Italien, Asien oder dem orientalischen Raum, spielt auch die Regionalität eine bedeutende Rolle. Süße Klassiker, die eigentlich in bestimmten Regionen zu Hause sind, wie Rote Grütze, Apfelstrudel und Kaiserschmarrn, erobern auch national die Speisekarten.

### **Superfoods als spannende Zutaten**

Superfoods, gerne heimische Vertreter wie Blaubeeren und Zitronenmelisse, aber auch Kurkuma sind im Dessertbereich positiv besetzt und unglaublich spannend für neue Dessertkreationen. Dabei spielt weniger eine Rolle, ob die gesundheitliche Wirkung dieser Zutaten belegbar ist oder nicht – ihr positives Image reicht, um sie zu Trendzutaten zu machen.

### **Klassiker bleiben stark**

Die stärksten Produkte im Dessertbereich bleiben auch 2020 die Klassiker: Vanille- und Schokopudding, Milchreis, Grießpudding, Joghurt und Quark sowie regionale Klassiker sowie internationale Spezialitäten wie Panna cotta und Crème brûlée, die inzwischen auch auf deutschen Speisekarten zu den Klassikern zählen.

### **Neue Flavours und unterschiedliche Konsistenzen beleben die Speisekarte**

Verbraucher wünschen sich neben bekannten Klassikern dennoch Abwechslung im Dessertbereich. Das sind neben italienischen Geschmacksrichtungen, wie Stracciatella, Latte macchiato und Limone, auch Kombinationen aus Dessertcreme und einer Gebäckkomponente, z. B. Cookies oder Kuchen, oder Desserts mit stückigen Zutaten, wie Nuss und Karamell. Kaffee- und Kakaonoten, Karamell und Toffee sind trendy, gern in süß-salziger Liaison. Auch extra leicht aufgeschlagene Desserts mit wenig Fett sowie luftige, aromenreiche Schäume begeistern Gäste. Diese Komponente der Molekularküche ist inzwischen zum Mainstream geworden.

Saisonale Geschmacksrichtungen und klassische Desserts mit asiatischem oder orientalischem Touch, z. B. in Form von Rosenwasser, Kurkuma oder Minze, oder mit Zutaten wie Yuzu, etwa als Yuzu-Creme statt einer Zitronencreme, oder mit Tonkabohne statt Vanille erobern die Speisekarten. Im Trend liegen auch Desserts, die mit Gemüse kombiniert werden. Für solche Kreationen eignen sich Avocado, Karotte,

Rote Bete, Kürbis und Spargel, die z. B. mit Panna cotta zu einem ganz besonderen Desserterlebnis werden.

### **Desserts individuell verfeinern**

Man muss nicht so weit gehen, um ein Produkt nach der persönlichen DNA des Gastes zusammenstellen zu wollen, doch ein gewisses Maß an Individualisierung liegt im Trend und kommt sehr gut an bei Gästen. Eine Dessertbar mit verschiedenen Toppings – von Fruchtsaucen über Baiserstückchen bis zu einem Basilikumschaum oder Kräutern, Kresse und Sprossen – bietet ohne viel Aufwand in verschiedensten Bereichen des Foodservice die Möglichkeit, diesen Trend umzusetzen.

### **Zielgruppe im Blick behalten**

Nicht jeder Desserttrend ist für jeden Betrieb die Lösung, um mehr Attraktivität zu erzielen und den Umsatz zu steigern. Bei der Careverpflegung sowie in Kita und Schule steht das Thema weniger Zucker ganz oben auf der Agenda. Für umsichtige und zielgruppenorientierte Lebensmittelhersteller ist es oberstes Gebot, den Zuckergehalt der Produkte zu reduzieren, wo immer und soweit es ohne Geschmackseinbußen möglich ist. Da Zuckerersatzstoffe von Verbrauchern nicht akzeptiert werden, sollte dabei nicht auf andere Süßungsmittel oder Süßstoffe ausgewichen werden. Insgesamt sind in Schul- und Seniorenverpflegung Entscheidungen allerdings kostengetrieben.

Für die Gastronomie hingegen sind Flavourspiele Topthema speziell im Dessertbereich: Ungewöhnliche Geschmackskompositionen, bei denen auf Basis des Foodpairings mit Aromen gespielt wird, die sich in ihrer Geschmacksausprägung hervorragend ergänzen. In asiatischen Ländern wird hingegen gern mit gegensätzlichen Aromen gearbeitet und konträr kombiniert – dies ist für den mitteleuropäischen Gaumen allerdings zu gewagt. Doch es gibt eine Reihe von asiatischen Desserts, die aktuell im Trend liegen und Profi-Köchen Inspiration für eigene Dessertkreationen bieten. Dazu zählen thailändischer Sticky Rice und Mango, chinesische gedämpfte Brötchen Banoffee Pie Bao mit unterschiedlichsten süßen Füllungen sowie Frushis, reisbasierte Snacks à la Sushi mit Frucht, die auch optisch viel hermachen.

### **Trends auf der Spur und umgesetzt für den Alltag der Profi-Köche**

Um Trends aufzuspüren, ist das Team von culicons international auf Tour, wertet Speisekarten aus und beobachtet Analysen und Studien. Dabei ist es auch die Kunst von Christian Holz, dem Gründer von culicons, herauszufiltern, welcher größere globale

Trend sich auf Segmente wie Desserts herunterbrechen lässt, welcher Einzug in Speisekarten finden wird und wofür der Markt vielleicht noch nicht reif ist. Auf dieser Grundlage werden für frischli auch Rezepte entwickelt – immer am Puls der Zeit und mit angesagten Aromenspielen und Toppings. So enthält die aktuelle Rezeptbroschüre „Glückliche Gäste“ eine Fülle an köstlichen Dessertrezepten und Anregungen für vielfältige Toppings.

### **frischli – Milch und mehr**

Die frischli Milchwerke GmbH mit Stammwerk im niedersächsischen Rehburg-Loccum und zwei weiteren Milchwerken in Weißenfels (Sachsen-Anhalt) und Eggenfelden (Bayern) verstehen sich bereits in vierter Generation als Anbieter von hochwertigen Molkereiprodukten. Jeden Tag werden bei frischli mehr als zwei Millionen Liter Milch veredelt – pro Jahr rd. 1,0 Mrd. kg. Diese Milch wird von über 1.200 Milcherzeugern an frischli geliefert. Speziell für Großverbraucher und Profiköche bietet das inhabergeführte Unternehmen ein breites Produktportfolio von Milch über Desserts bis zu Sahnesaucen an, das die Bedürfnisse dieser Zielgruppe hinsichtlich Hygieneanforderungen und praktischem Handling in der Großküche optimal erfüllt. Das Sortiment an haltbaren Molkereiprodukten und Dessertspezialitäten von frischli wird aufgrund der Vertriebsallianz mit der Sahnemolkerei H. Wiesehoff GmbH um frische Molkereiprodukte für den Foodservice ergänzt. Für diese übernimmt das Traditionsunternehmen frischli exklusiv den Vertrieb und das Marketing im In- und Ausland. Mit insgesamt 745 Mitarbeitern erzielt das Unternehmen pro Geschäftsjahr ein Umsatzvolumen von ca. 500 Mio. Euro.

### **Impressionen**



Christian Holz von culicons präsentierte die Desserttrends an der frischli Dessertbar.



Christina Wolf, frischli Milchwerke (li), und Christian Holz, culicons, stellten neben den Desserttrends auch Neuheiten von frischli für den Herbst 2019 vor.



Die Diätassistentin Katja Napierski und Christian Holz von culicons bereiteten für die Dessertbar Rezepte aus der aktuellen frischli Rezeptbroschüre vor.



Katja Napierski von culicons zeigte, wie einfach und vielseitig sich die frischli Desserts verfeinern lassen.



frischli inspiriert Profi-Köchen mit regelmäßig erscheinenden Rezeptbroschüren.



Mit frischen Früchten, Basilikumschaum oder Baiserstückchen werden das neue Kefir-Dessert Himbeere und der Milchpudding Vanille zum Hingucker auf dem Dessertbuffet.



An der frischli Dessertbar konnten die Teilnehmer die Rezepte aus den frischli Rezeptbroschüren oder eigene Dessertkreationen zusammenstellen.

Belegexemplar oder Veröffentlichungslink erbeten.

---

**Weitere Informationen und Bildmaterial können Sie gerne anfordern bei:**

zweiblick // kommunikation, alexandra herr  
fürstabt-gerbert-straße 18, 79837 st. blasien  
fon 07672.9227212, a.herr@zweiblick.com