Frühling 2019

Confiserie Welt

News vom Club der Confiserien e. V.

Ziemlich gute Freunde

Kaffee und Schokolade stehen oft gemeinsam im Regal und vertragen sich sowohl geschmacklich als auch wirtschaftlich bestens

Schokolade zum Kaffee

Petra und Jochen Müller in ihrer Confiserie Michel

CONFISERIE MICHEL

Pralinen auf dem silbernen Tablett

Die Confiserie Michel in Neustadt an der Weinstraße wurde als einzige deutsche Confiserie in den Schokoladenführer „Croqueur du Chocolat 2019“ aufgenommen. „Wir sind nicht nur aufgenommen worden, das wäre ein bronzenes Tablett gewesen. Wir haben auf Anhieb ein silbernes Tablett erreicht. Wir waren uns sicher, dass wir das Level können, aber wir waren uns nicht sicher, dass sie uns nehmen, weil die Pariser Jury sehr exklusiv ist“, betont Maître Pâtissier Chocolatier Glacier Jochen Müller.

Müllers Schokoladenkreationen zeugen von handwerklichem Können und überzeugen aufgrund ihrer hohen Qualität, so die Mitglieder des Club des Croqueurs de Chocolat, die alle Produkte vor der Aufnahme in den Führer verkosten. Bewertet wurden die drei Pralinenkreationen Café Brésil, Marakech und Sizilia. Das Urteil der Jury: Die Ganaches sind weich, nur der beste Kakao wird verwendet. Ihr Geschmack ist vollmundig und harmonisch. Café Brésil glänzt durch einen angenehmen Marzipangeschmack, bei Marakech weckt das cremige Geschmackserlebnis aus Schokolade und Nougat den Wunsch nach mehr, und Sizilia kommt energiegeladen und kräftig daher und bleibt lange im Mund.
www.geniesserhaeuschen.de

SCHOKOLADERIE DE PRIE

Bean-to-Bar aus Rostock

Bean-to-Bar ist gefragt – bei Herstellern und Verbrauchern. Seit zwei Jahren ist Ullrich Deprie einer der wenigen Schokoladenproduzenten in Deutschland, der von der Bohne auf arbeitet. „Wir beziehen unsere Bohnen direkt von zwei Fincas, eine liegt in Kolumbien, die andere in Venezuela. Ich war bei den Bauern und weiß, wie sie arbeiten. Weitere drei Bohnensorten bekomme ich von einem Großhändler in Hamburg“, berichtet er. Deprie hat seine Bean-to-Bar-Schokoladen länderspezifisch auf Südamerika ausgerichtet: „Das Bohnenbild ist schön gleichmäßig, es gibt kaum qualitative Schwankungen, und auch hinsichtlich des Geschmacks sind die jährlichen Abweichungen marginal.“ Diese Verlässlichkeit hinsichtlich Qualität und Geschmack erlaubt ihm, zu seinen Bohnen bereits beim Mahlen beispielsweise getrocknete schwarze Johannisbeeren oder Kaffee zuzugeben; zurzeit hat er 14 Sorten im Angebot. Deprie bietet seine Schokoladen über seine eigenen fünf Fachgeschäfte, über seinen Werksverkauf und über ausgewählte Vertriebspartner an. Er weiß, dass der Fachhandel nach Spezialitäten fragt wie etwa seine Sorte Panama mit Hanf. Er selbst mag den reinen Kakaogeschmack am liebsten: „Ich bin eigentlich ein Fan von puren Schokoladen“, gibt der Chocolatier zu.
www.schokoladerie.com

Schokolade zeigt viele **Gesichter** als Bean-to-Bar-Tafel, in Form einer **Praline** oder als Kunstwerk

WORLD CHOCOLATE MASTERS

Kunstwerke aus Schokolade

„Ich habe geträumt, dass ich unter den ersten drei bin, dass ich nun gewonnen habe, ist unfassbar“, freute sich Elias Läderach von der Confiseur Läderach AG in Glarn, der für die World Chocolate Masters Kunstwerke schuf, die für Gaumen und Auge ein Genuss sind und auch bezüglich Nachhaltigkeit Maßstäbe setzen. Mit ihm gewann erstmals ein Schweizer den Wettbewerb in Paris, der unter dem Motto „Futropolis“ stand.

Läderach zeigte mit seinem Schokoladen-Schaustück mittels unterschiedlicher Techniken, wie vielseitig, wunderschön und filigran die Schöpfung ist. Sein „OrNoir Tablet“ war eine Symbiose einer eigens dafür kreierten Kuvertüre und Früchte-Caramel, seinen aus drei Teilen bestehenden „Snack to go“ präsentierte er in einer biologisch abbaubaren Verpackung und die „Fresh Pâtisserie“ wirkte schlicht und futuristisch. „Der Zuckerzusatz bei der Pâtisserie betrug lediglich 4 Prozent, also 60 Prozent weniger als bei durchschnittlichen Backwaren heutzutage. Ich habe frische Früchte verwendet und versucht, eine möglichst elegante Form umzusetzen“, so der Sieger.
www.worldchocolatemasters.com

Wie Raumdüfte die Wahrnehmung steuern

Marie Le Febvre und Alexander Urban kreieren in ihrer Manufaktur Urban Scents einzigartige Parfums und zeigen, wie man mit individuellen Düften die Wahrnehmung ganz gezielt beeinflussen kann.

Ihre nach Maß angefertigten Duft-Kreationen laden zu einer Entdeckungsreise in neue Sinneswelten ein. Wie kamen Sie auf die Idee, individuelle Düfte zu kreieren?
Alexander Urban: Wir wollen unseren Kunden etwas ganz Besonders anbieten. Etwas, das sie möglicherweise in einer Parfümerie nicht finden. Duft hat sehr viel mit bereits Erlebtem zu tun. Wir setzen uns mit unseren Kunden auseinander, um genau das herauszufinden. Dann macht sich Marie daran, diese ganz besondere, ganz persönliche Mischung zu kreieren – stets mit den Vorlieben für besondere Inhaltsstoffe im Hinterkopf.

Sie fertigen auch Düfte speziell für Kunstausstellungen an. Zuweilen dient ein einzelnes Bild für Sie als Vorlage für den Raumduft. Was ist das Geheimnis, dass sich die Aufmerksamkeit des Besuchers auf dieses Bild richtet?
Marie Le Febvre: Es geht hier um die Stimulation der Sinne. Ein Bild zu sehen und gleichzeitig einen Duft zu riechen, löst in einem Menschen viel aus. Wir versuchen, die visuellen Eindrücke eines Bilds in unsere olfaktorische Kunst umzusetzen und eine Harmonie zwischen den beiden zu finden.

Sie haben schon viele Locations beduftet. Können Sie uns einige nennen, und was die Intention dahinter war?
Urban: Wir haben einige Hotels und Shopping Malls beduftet – die Namen kommunizieren wir auf Wunsch unserer Kunden nicht – sowohl in Deutschland als auch im Ausland (Dubai und China). Dabei geht es hauptsächlich darum, die Philosophie des Hauses zu interpretieren und olfaktorisch umzusetzen … auf dass der Gast bei seinem nächsten Besuch

dann „sein“ Hotel wiedererkennt und sich gleich wie „zu Hause“ fühlt.

Durch die Zusammenarbeit mit Künstlern, die sich beispielsweise den Themen Kulinarik oder Musik widmen, entstehen ganz neue synästhetische Sinneswahrnehmungen. Wäre es für Sie denkbar, Düfte für Firmen zu kreieren, die in der Süßwarenbranche tätig sind?
Urban: Das wäre eine sehr spannende Aufgabe. Wenn wir an die zahlreichen Produkte denken, die so perfekt verpackt sind, dass wir den Inhalt leider nicht riechen können … da wäre es durchaus denkbar, den Raum zu beduften. Ganz diskret und subtil – der Duft soll ja nur das Unterbewusstsein stimulieren …

In einer Confiserie mit Pralinentheke und Kaffeebar entwickelt sich ohnehin ein angenehmer Geruch. Ist es sinnvoll, den Raum zusätzlich zu beduften?
Le Febvre: Nein, da brauchen wir keine zusätzliche Beduftung. Denn hier werden die Produkte offen angeboten und können ihr wunderbares Aroma verströmen. Wir denken da eher an Verkaufsorte, die völlig neutral riechen, wie beispielsweise ein Supermarkt oder ein Verkaufsstand in einem Flughafen.

Was passiert, wenn ein zusätzlicher Duft in einen Raum eingebracht wird, in dem es schon nach den Produkten riecht?
Le Febvre: Einen Duft sollte man wirklich nur da einsetzen, wo es nicht nach den angebotenen Produkten riecht. Wir wollen den Kunden nicht mit zu vielen Einflüssen stören. Es soll ja nur ein leichter Reiz sein, der das Unterbewusste anregt.

Was soll dieser unterbewusste Duft-Reiz beim Kunden auslösen? Dass er länger im Geschäft verweilt, dass er vermehrt zu der angebotenen Ware greift oder dass er sich in dem Verkaufsraum einfach nur wohler fühlt?
Le Febvre: Duft ist unser ursprünglichster Sinn. Gerüche kommen eigentlich ungefiltert ins limbische System, verbinden sich dort mit Gefühlen und können im Unterbewussten Erinnerungen auslösen und Reaktionen hervorrufen. Das kann der Apfelstrudel von der Großmutter sein, der Wohlgefühl vermittelt oder Noten von Zitrusfrüchten oder Kaffee, die anregend wirken.

Sie haben zwei Düfte komponiert, die an Pralinen erinnern. Der erste rief bei mir Erinnerungen an einen Whisky-Trüffel wach, beim zweiten dachte ich an Sahnetrüffel. Wofür waren diese Düfte?
Urban: Wir haben einmal für einen großen Confiserie-Hersteller an einem Konzept gearbeitet, Duftkerzen zu produzieren. Die eine mehr in Richtung dunkle Schokolade und die andere eher eine zarte, cremige Note. Freut uns, dass Sie die beiden Noten perfekt erkannt haben. Vielleicht sollten wir doch noch schauen, dass wir so ein Projekt realisieren …

Alle Spezialitäten aus einer Hand

Seit mehr als 45 Jahren ist Genuss das Geschäft des Göttinger Unternehmens Viani. Schokolade und Pralinen haben sich zur größten Warengruppe des Feinkost-Spezialisten entwickelt.

Unser Ziel ist es, die Bedürfnisse unserer Handelspartner zu erfüllen. Wesentlich dafür ist unser breites Sortiment. Innerhalb unseres Portfolios haben sich Schokolade und Pralinen zur größten Warengruppe entwickelt, wir erwirtschaften 23 Prozent unseres Umsatzes damit", sagt Remo Viani, geschäftsführender Gesellschafter der Antonio Viani Importe GmbH. Nach Ansicht von Geschäftsführer Stephan Aswald ist das breite Angebot einer der Erfolgsfaktoren des Feinkostspezialisten. Der Nutzen, den der Händler durch die Zusammenarbeit mit Viani habe, sei mindestens so wichtig wie die Qualität des Produkts. „Wir sind überzeugt davon, dass der Fachhandel eine perfekte Logistik braucht. Er muss zu vernünftigen Konditionen mit wenig Kapitalbindung innerhalb kurzer Zeit alles aus einer Hand bekommen."

Viani verkauft seine Waren an rund 3.100 B2B-Kunden. „Bei vielen sind wir der Zulieferer für die Nische. Es gibt bei uns keine Mindestbestellmenge. Wir machen den Service für das Regal des kleinen Fachhändlers, er bekommt seine Ware meist am Tag nach der Bestellung", unterstreicht Aswald. Garantiert wird die Lieferung innerhalb von zwei bis drei Tagen. „Die Kunden können sich auf uns als Partner verlassen."

Auf einen Außendienst verzichtet der Importeur weitestgehend. „Unser Katalog ist unser wichtigster Verkäufer. Etwa 20 Prozent aller Bestellungen gehen online ein, 35 Prozent kommen per Fax, der Rest wird von unseren Kunden am Telefon durchgegeben", so Aswald. „Von großem Vorteil ist, dass wir Geschichten von unseren Lieferanten erzählen können, von Manufakturen, die oft schon seit Generationen bestehen und stets ihrer Philosophie treu geblieben sind."

„An erster Stelle steht für uns die Sensorik, gefolgt von der Optik des Produkts"

Der Erfolg gibt Viani Recht, die Firma wächst beständig. Deshalb hat sie vor acht Jahren im Gewerbegebiet von Göttingen ein 12.000 Quadratmeter großes Telekom-Lager gekauft. Ein Teil davon ist vermietet, die restliche Fläche wurde zu einem hochmodernen, vollautomatischen Lager umgebaut, in dem perfekte Bedingungen für das Aufbewahren von Schokolade geschaffen wurden. „Wir haben in unserem Lager die perfekte Schokoladen-Logistik aufgebaut. Es gibt dort verschiedene Klimazonen, die Schokolade lagert bei 15 bis 16 °C", so Aswald. Klimatisiert wird das Lager von einem Blockheizkraftwerk, zur Unterstützung befindet sich ein Wasserkühlbecken im Keller. „Die Kosten für den Umbau waren hoch, doch nach vier Jahren hatten sich die Investitionen amortisiert, und unser Energiebedarf ist auf ein Viertel des ursprünglichen gesunken", erklärt er. „Durch die Zusammenarbeit mit Kraftverkehr Nagel können wir die Lagertemperatur bis zur Auslieferung an den Kunden kontrollieren."

Die erste Schokoladenmarke, die Viani ins Sortiment aufnahm, war Caffarel. Seit 1865 fertigt das Turiner Unternehmen Nougat-Pralinen, die einer Turiner Karnevalsmütze nachempfunden sind. „Caffarel macht seit jeher Gianduiotti, das, was sie am besten können. Wir vertreiben die Marke seit 1992 exklusiv auf dem deutschen Markt", sagt Aswald. „Die Produkte kommen gut an, allerdings bevorzugt der Deutsche – im Gegensatz zum Italiener – kleine Verpackungsgrößen. Deshalb bin ich froh, dass wir seit einiger Zeit eine 65-g-Packung anbieten können." Im Lauf der Jahre erweiterte Viani das Portfolio um weitere italienische Schokoladenmarken, darunter Amedei, Majani, Antica Torroneria Piemontese, Sabadì sowie seit Neuestem auch Venchi und Baratti & Milano. Sein Schokoladen-, Pralinen- und Gebäck-Portfolio bezieht Viani von etwa 45 Produzenten. Fragt man nach den Kriterien, nach denen ein Produkt neu ins Sortiment aufgenommen wird, zögert der Geschäftsführer keinen Moment: „An erster Stelle steht für uns die Sensorik, gefolgt von der Optik des Produkts. Zudem muss die Handelsmarge realisierbar sein." Seit November hat Viani zwei neue Tafelschokoladen von Amedei im Sortiment, die Toscano Black 90% und die Acero 95%. Die vielschichtige Toscano Black 90 ist eine Tafel für Kenner, die sich Zeit zum Genießen nehmen. Das Besondere an der Acero 95 ist der verwendete Ahornzucker. Er schmeichelt dem intensiven Kakaoaroma mit Anklängen von Gewürzen, Zitrus und Lakritz.

Die Firmengeschichte

Als der Italiener Antonio Viani der Liebe wegen nach Deutschland kam, vermisste er das Essen seiner Heimat so sehr, dass er 1973 begann, das zu importieren und zu verkaufen, was er selber für ein genussvolles Leben brauchte. Es blieb nicht bei dem Handel mit Trüffeln, Olivenöl & Co. Peu à peu weitete Viani sein Angebot um weitere Spezialitäten, Schokolade, Pralinen und Gebäck aus. Heute hat der Feinkostgroßhandel Antonio Viani Importe GmbH rund 3.000 Produkte von 350 Herstellern im Angebot. 1995 ist Remo Viani, der Sohn des Firmengründers, ins Unternehmen eingestiegen, 2010 wurde das Lebensmittelgeschäft Viani Alimentari in Göttingen eröffnet und 2012 hat Viani sein neues Lager im Gewerbegebiet von Göttingen bezogen und den Firmensitz dorthin verlegt. Remo Viani führt heute zusammen mit Stephan Aswald die Geschäfte des Unternehmens.

Firmengründer Antonio mit seinem Sohn und Geschäftsführer Remo Viani

Es wird eine Renaissance des Fachhandels geben

Über Italien hinaus ging der Blick von Viani in weitere Länder. Seit 15 Jahren vertreibt die Firma die belgische Marke Dolfin exklusiv auf dem deutschen Markt, und auch Schokoladen aus Spanien von Simón Coll und Chök the Chocolate Kitchen sind im Sortiment. 2018 hat Viani die dänische Marke Simply Chocolate wieder eingelistet. „Deren Spezialitäten kommen richtig gut an", weiß Aswald. Dänemark gehöre praktisch zu Viani, da die Familie dort seit vielen Jahren ihren Urlaub verbringe. „Vor etwa acht Jahren hatten wir die Produkte erstmalig im Sortiment, doch Simply Chocolate war noch nicht für den Export gerüstet."

Vor etwa 13 Jahren hat Viani seine Tartufi dolci erfolgreich lanciert. „Wir wollten ein Produkt, das es exklusiv nur bei uns gibt", erklärt Aswald. Er bilanziert: „Für uns war 2018 ein gutes Jahr. Wir hatten den besten Juli aller Zeiten." Allerdings werde es immer schwieriger, im Voraus einzuschätzen, was pro Monat erwirtschaftet werden wird. Seit acht Jahren bietet das Feinkostgeschäft Viani Alimentari italienischen Genuss von Brot über Öl bis zu Süßwaren. „Seitdem wissen wir noch genauer, was der Händler braucht", so Remo Viani. Auch über die Homepage spricht Viani direkt die Verbraucher an. „Wir wollen damit dem Fachhandel keine Konkurrenz machen. Wir weisen die Konsumenten stets darauf hin, wo sie das Produkt in ihrer Nähe im stationären Handel bekommen", betont Aswald. „Der Fachhandel ist wichtig, es wird ihn immer geben. Die Händler, die ihre Läden modernisieren, die es schaffen, Kunden hineinzuziehen, sind die Gewinner. Ich glaube, dass es eine Renaissance des Fachhandels geben wird. Solange es Menschen gibt, die essen, wird es auch diejenigen geben, die gut essen möchten." ◆

www.viani.de

Alexandra und Franz Schreiner sind mit Leidenschaft bei der Sache und stolz auf ihre neue Café – Confiserie im schmucken Stadtplatzhaus. Die Theke ist prall gefüllt mit Torten und Kuchen sowie Pralinen und Trüffeln.

„Man nehme von allem das Beste!"

Nach zehn Jahren im Markt Röhrnbach ist die Confiserie und Pralinenwerkstatt Schreiner in die benachbarte Kreisstadt Freyung gezogen – und erlebt eine grandiose Resonanz.

Für Alexandra und Franz Schreiner ist ein ereignisreiches und turbulentes Jahr zu Ende gegangen. Zum Tag der Schokolade im Oktober 2018 haben sie am Stadtplatz in Freyung ihre neue Café – Confiserie mit Pralinenwerkstatt eröffnet, fast auf den Tag genau 13 Jahre nach der Firmengründung. 2005 hatten sich die Schreiners mit der Spezialisierung auf Schokoladen und Pralinen selbstständig gemacht und die Menschen nach und nach mit hervorragender Handwerkskunst und exzellenter Qualität überzeugt. Zehn Jahre lang „pilgerten" die Kunden aus der beliebten Urlaubsregion nach Röhrnbach, einem Marktflecken im Bayerischen Wald mit rund 4.500 Einwohnern, um die feinen Köstlichkeiten aus dem Hause Schreiner zu kaufen.

Seit dem Umzug in die benachbarte Kreisstadt erlebt das Ehepaar nun einen unglaublichen Andrang. „In Röhrnbach lag unser Hauptgeschäft bei den Pralinen und Schokoladen; am neuen Standort kommt zusätzlich ein großer Andrang im Café mit Torten und Kuchen dazu", berichtet Franz Schreiner. Der gelernte Konditor, der 16 Jahre lang in einem Großhandelsbetrieb für Bäckereibedarf tätig war, ist ein Qualitätsfanatiker. „Mit dem guten Geschmack ist es ganz einfach: Man nehme von allem nur das Beste", lautet die Devise, die er kompromisslos und konsequent einhält. Mit Leidenschaft

Mit Gold prämierte **Trüffelkreationen** zählen zu Bayerns Spitze

fertigt Schreiner sein Sortiment mit rund 60 Pralinen- und Trüffel-Klassikern sowie 30 handgeschöpften und veredelten Schokoladentafeln auf der Basis von feiner Belgischer Schokolade ausschließlich in Handarbeit.

Auch überregional sorgt die Confiserie für Aufmerksamkeit. So wurden vor Kurzem die drei Trüffel „Cafe o lait" (mit der Höchstpunktzahl), „Cassis" und der beliebte „Blutwurz"-Trüffel von der Konditoren-Innung Bayern als „handwerkliche Spitzenprodukte" mit Gold prämiert. In Freyung rücken nun die hausgemachten Kuchen und Torten, die auch gerne für Feste und Familienfeiern geordert werden, stärker in den Mittelpunkt. Vor Weihnachten avancierten die ebenfalls mit Gold prämierten Elisen-Lebkuchen, handbemalte Nikoläuse und individuelle Adventskalender zu Verkaufsschlagern. Die Freyunger haben das schmucke Haus am Stadtplatz auf Anhieb in ihr Herz geschlossen. „Im Gegensatz zu Röhrnbach ist jetzt unser Café von früh bis spät gut besetzt, nachmittags ist es immer voll", erzählt Alexandra Schreiner, die sich mit ihrer Tochter und dem freundlichen Verkaufsteam um Gastronomie und Thekenverkauf kümmert. Gemeinsam haben sie eine weitere Attraktion in dem touristisch beliebten Ort geschaffen, die mit Flair, Charme und einer anregenden Atmosphäre die Besucher verzaubert. ◆

www.confiserie-schreiner.de

FAIRTRADE INTERNATIONAL

Fairtrade erhöht Preise

Zum 1. Oktober 2019 wird Fairtrade International den Fairtrade-Mindestpreis für konventionellen Kakao um 20 Prozent von 2.000 auf 2.400 US-Dollar pro Tonne (FOB) erhöhen. Für Bio-Kakao wird der Fairtrade-Preis 300 US-Dollar über dem Weltmarktpreis oder dem Fairtrade-Mindestpreis liegen, je nachdem, welcher zur Zeit des Verkaufs höher ist. 2017 ist der Weltmarktpreis für Kakao um mehr als ein Drittel eingebrochen. Unter den Preisschwankungen leiden insbesondere die Bäuerinnen und Bauern. Der verpflichtende Mindestpreis dient als Sicherheitsnetz, wenn die Marktpreise fallen. Laut Fairtrade-Meldung lag der von der Regierung der Elfenbeinküste festgesetzte Kakaopreis Ende 2018 bei 2.124 US-Dollar (FOB).

Die Fairtrade-Prämie steigt von 200 auf 240 US-Dollar pro Tonne. Die Prämie wird über den Einkaufpreis für den Kakao hinaus direkt an die Kleinbauernorganisationen gezahlt, die dieses Geld in selbst gewählte Projekte investieren. 2017 nahmen Fairtrade-Kakaokooperativen Prämien in Höhe von fast 43 Millionen US-Dollar ein. Eine Fairtrade-Studie vom April 2018 zeigt, dass das Einkommen von 58 Prozent der Fairtrade-zertifizierten Haushalte im Kakaoanbau der Elfenbeinküste unterhalb der absoluten Armutsgrenze lag.

www.fairtrade-deutschland.de

ADV PAX LUTEC

Schmuckdosen für den Frühling

Für das Frühjahr 2019 hat der Weißblechdosenanbieter ADV PAX Lutec sein Programm um einige neue fantasievolle Verpackungen im ansprechenden Design erweitert. Passend zur Jahreszeit gibt es zahlreiche Dosen in zarten oder knalligen Farben, mit nostalgischen, floralen oder modernen Mustern – es ist für jeden Geschmack etwas dabei. Die Dosen eignen sich perfekt zum Befüllen mit Pralinen, Schokolade oder feinem Gebäck. So können Fachhändler eigene stilvolle Präsente kreieren, mit denen die Konsumenten nicht nur zu Ostern etwas Wertvolles verschenken können. Ab einer Bestellung von 2.000 Stück können bei ADV PAX Lutec individuell bedruckte Dosen bestellt werden. Die Firma verfügt als einziger zertifizierter Dosenhersteller in Europa über eine große Palette an Schmuckdosen aus Metall, ob bedruckt, geprägt oder gestanzt.

www.adv-pax.de

Anzeige

Mit Leidenschaft für Süßwaren

Das Handelsunternehmen Süßwaren Albrecht hat sich ganz auf Süßwaren- und Kakao-Spezialitäten konzentriert. Mit Firmen wie Schwermer, Confiserie Heidel, L.W.C. Michelsen, Rabbel, beckscocoa, Erich Ebenhoch und Hachez und weiteren vertritt Süßwaren Albrecht zahlreiche namhafte Unternehmen. Ganz aktuell hat Albrecht seit Mitte Januar das Sortiment an französischen Spezialitäten von Erich Ebenhoch im Angebot und liefert dies an alle Kunden aus.

Seit Christian Albrecht am 1. Januar 1997 den Betrieb von Richard Fohlmeister übernommen hat, arbeitet er beständig an dem Sortiment und ist stets auf der Suche nach interessanten Neuheiten, die seinem Qualitäts- und Geschmacksverständnis entsprechen.

Seit 2012, mit der Übernahme des bundesweiten Vertriebs von beckscocoa, baut Albrecht zudem sein Bio-Sortiment kontinuierlich aus und hat erste Schritte in Richtung Biohandel unternommen. Die gute Geschäftsentwicklung ermöglichte den Bau eines neuen Lagers, das Ende 2014 bezogen wurde.

Für den Fortbestand des Familienbetriebs ist gesorgt: Andreas und Maximilian Albrecht teilen die Leidenschaft ihres Vaters für Süßwaren und arbeiten bereits mit im Unternehmen.

Daxa 13, 83112 Frasdorf
Tel. 0 80 32 / 989 66 - 0
Fax 0 80 32 / 989 66 - 60
info@best-sweets.de
www.best-sweets.de

Süßwaren albrecht
Handelsagentur - Großhandel

Optisch und sensorisch harmonieren Kaffee und der süße Genuss vortrefflich

Ziemlich gute Freunde: Kaffee und Schokolade

Ein Stückchen Schokolade, etwas Gebäck oder eine Praline machen den Kaffeegenuss perfekt – und sind belebend fürs Geschäft. Eine gekonnte Symbiose von Kaffee und Kakao kann dabei helfen, neue Umsatzpotenziale zu erschließen.

Da sind sich beide einig: Es geht darum, Genusswelten zu schaffen. Schokoladenhersteller und Kaffeeröster haben längst die Welt der Connaisseure erobert, sind ideenreich, wenn es darum geht, das Sortiment zu verfeinern und auszuweiten.

„Viele unserer Kunden kommen mittlerweile wegen der Süßwaren, obwohl in unserer Rösterei die Kaffeebohnen naturgemäß an erster Stelle stehen", verrät Christine Elmer, die 2003 ihr Fachgeschäft Mahlwerkk in Emmendingen eröffnet hat." Sie erinnert sich: „Wir wurden schon bald nach der Eröffnung zum Szenetreff, man traf sich bei uns auf einen schnellen Espresso an der Theke." Es dauerte nicht lange, bis Elmer ihr Sortiment um Schokoladen und italienisches Gebäck erweiterte. Sukzessive baute sie ihr süßes Angebot aus, darunter Köstlichkeiten von Coppeneur, Emil Gustavs, Confiserie Gmeiner, Sawade, Kunder, Lanwehr und Bachhalm. Sie ist stets auf der Suche nach besonderen Spezialitäten. „Die Florentiner beziehen wir von der österreichischen Manufaktur ‚Claudias Florentiner', für mich sind das die besten", verrät sie. „Je nach Saison machen wir 20 bis 30 Prozent unseres Umsatzes mit dem süßen Sortiment."

Die Pralinentheke, die sie ein Jahr nach der Eröffnung eingebaut hat, ist heute Dreh- und Angelpunkt des Cafés. „Unser Kaffeeverkauf findet über die Pralinentheke statt. Uns war klar: Wenn wir uns schon eine Pralinentheke anschaffen, nutzen wir diese ganz bewusst zum Verkaufen. So haben die Kunden zugleich den Kaffee und die Pralinen im Blick. Unsere Kunden sind gierig darauf, neue Pralinen kennenzulernen. Wir haben etwa 120 Sorten."

Michael Gliss, Kaffee-Sommelier und Inhaber des Gliss Caffee Contor in Köln, berichtet: „Das Thema Kaffee und Schokolade begleitet mich seit über zehn Jahren. Schokolade kam zu uns, als wir unsere erste Genusswelt eröffnet haben. „Wir müssen Top-Qualitäten, die Sensorik, in den Mittelpunkt stellen. Die Frage ist: Wie erreiche ich den Verbraucher? Ihm muss es schmecken." Deshalb beschäftigt sich Gliss damit, wo es Pairings von Kaffee und Schokolade gibt, wo beide eigenständig sind, und was man an Besonderheiten bezüglich Anbau und Sensorik herausarbeiten kann. „Kaffee und Kakao sind identisch. Kaffee alleine macht Spaß, aber den Verbrauchern macht es noch mehr Spaß, eine Genusswelt zu sehen." So ist Gliss auch Referent bei der von Barry Callebaut angebotenen Ausbildung zum Schokoladen-Sommelier. „Der Sommelier bringt Wertigkeit und Aufmerksamkeit in das Segment", ist er überzeugt.

Schokolade als **Türöffner,** der Kunden anzieht

Bereits bei der Eröffnung ihres Ladengeschäfts im Jahr 2001 ahnten die Gründer der Berliner Kaffeerösterei, Erwin und Andreas Giest, dass Kaffee alleine nicht reicht, um die Kunden in ihr Kaffeespezialitäten-Geschäft zu ziehen. Schokolade diente als Türöffner – und sie lagen mit ihrer Einschätzung richtig. „Heute erzielen wir etwa 35 Prozent des Einzelhandelsumsatzes mit dem Bereich Confiserie", verrät Geschäftsführer Stefan Richter.

Auch Enver Atabay, Inhaber von Helder & Leeuwen Kaffeeroester in Mannheim und Vorsitzender der Deutschen Röstergilde, ist überzeugt: „Schokolade und Co. machen die Verbraucher neugierig, locken sie in mein Geschäft, animieren sie dazu, spontan etwas mitzunehmen. Meinen Kaffee kaufen meine Kunden ganz gezielt und geplant. Den könnte ich mittlerweile hinten im Laden im Regal liegen haben. Die Schokolade verschafft mir zusätzlichen Umsatz, dieses Potenzial sollte man als Kaffeeröster ausschöpfen."

„Unsere Kunden möchten zu ihrem Cappuccino etwas Süßes", weiß Barbara Holzherr, Inhaberin der Camatti Bar in München. Die Bar, eine Mischung aus italienischer Kaffeebar, Tante-Emma-Laden und Feinkost-Geschäft, hat zahlreiche Stammkunden, die den Genuss zelebrieren. „Sehr beliebt sind die Florentinerberge, Mandelhörnchen oder die Baci ‚Il perugino' von Vannucci. Ich wähle die Produkte sehr sorgfältig aus, mein Großhändler berät mich in dieser Hinsicht perfekt", so Holzherr.

Schokolade komplettiert den Kaffeegenuss

Schokolade oder Gebäck und Kaffee gehören zusammen, beflügeln sich gegenseitig. Dies kann auch Ullrich Deprie bestätigen, dessen Frau Bärbel im Jahr 2003 die Kühlungsborner Kaffeerösterei gegründet hat. Sie war die erste Frau in Mecklenburg-Vorpommern, die Kaffee geröstet und ihre Spezialitäten in ihrem angeschlossenen Café verkauft hat. Schokolade gehört für sie von Anfang an mit ins Sortiment. „Heute erwirtschaften wir rund ein Drittel unseres Umsatzes mit dem Verkauf von Röstkaffee, ein Drittel mit Schokolade und ein Drittel mit unserem Café", so Ullrich Deprie.

Die Prioritäten des Chocolatiers Volker Gmeiner liegen ein wenig anders. „Wir haben ein sehr deutliches Ungleichgewicht zugunsten der Schokolade", sagt der Inhaber der gleichnamigen Confiserie. „Für uns ist Kaffee im Ladengeschäft ein Serviceartikel, falls der Kunde auch zu Hause seinen ‚Gmeiner-Kaffee' trinken will. Es wäre für uns als Confiserie kein Kompliment, wenn der Kunde nur wegen des Kaffees käme." ◆

Kaffee in der Confiserie

Wer sich mit dem Gedanken trägt, sein Fachhandelsgeschäft um ein Café zu erweitern, muss einiges beachten. Aus diesem Grund hat der Club der Confiserien in Zusammenarbeit mit der Berlin School of Coffee ein Seminar zu diesem Thema angeboten. Inhalte waren: Konkretisierung der Idee, SWOT-Analyse, Ladenbau, Equipment und Kosten, Personal: Qualifikation und Kosten, Hygiene: Gefahren und Vorschriften, Kostenkontrolle und Umsatz, Kasse und Kassensysteme, Wareneinsatz, Kundenbindung und Marke, Betriebsorganisation.
Bei dem intensiven, sehr praxisnahen Austausch ging es auch darum, wie man Atmosphäre in einem Café schafft, wie auch „anstrengende" Kunden das Café zufrieden verlassen, um die Bedeutung eines Alleinstellungsmerkmals, wie man Synergien z. B. Kaffee, Schokolade und Gebäck nutzen kann, um saisonale Aktionen, wieviel Platz ein Mitarbeiter hinter der Theke benötigt und wie wichtig es ist, das gesamte Geschäft samt Café im Blick zu behalten.

Außergewöhnliche Kreationen

Im riesigen Angebot in Regal und Theke ist es gar nicht so leicht, den Überblick zu behalten. Hier Neuheiten und Kompositionen, die einen genaueren Blick lohnen.

ESTHER CONFISERIE

Gin zum Trüffel

Gin, seit ein paar Jahren das Modegetränk schlechthin, ist Geschmacksgeber des Gin Trüffel der Esther Confiserie. Etwa 1 ½ Jahre lang hat Peter-Alexander Pelz mit seinem Team an der Entwicklung dieser Spezialität gefeilt, deren Geschmack weder zu süß noch zu kräftig sein sollte. Entscheidend war es, die richtige Sorte Gin zu finden. Die Wahl fiel schließlich auf einen Gin aus dem Schwarzwald, der einen ausgeprägten Charakter durch seine mehr als 40 Botanicals hat – und natürlich eine feine Wacholdernote. Diese Aromen in Kombination mit dem leichten Zitronengeschmack in der Hülle machen den Gin Trüffel unverwechselbar und zu etwas Besonderem. Für die Füllung schien Vollmilchschokolade optimal, da diese nicht zu süß und auch nicht zu herb war. Bei den Hohlkörpern fiel die Wahl auf Zartbitterschokolade – sie bringt den Wacholdergeschmack optimal zur Geltung und macht den Gin Trüffel perfekt.
www.esther-pralinen.de

DINZLER KAFFEERÖSTEREI

Kaffeebeutel

Die Kaffeeröster aus Oberbayern bieten ihren Filterkaffee Premium jetzt auch im Kaffeebeutel für unterwegs, damit man jederzeit eine hochwertige Tasse Kaffee aufbrühen kann. Der mit 11 Gramm Röstkaffee befüllte Beutel aus Hightech-Filtermaterial wird als Einmalportion in umweltfreundlichem, ungefärbtem Kraftpapier verpackt. Die Bohnen für die Mischung aus 95 % Arabica und 5 % Robusta stammen aus dem Hochland Afrikas, Südamerikas und Indiens.
www.dinzler-shop.de

BERLINER KAFFEERÖSTEREI

Barrique Kaffee

Die Berliner Kaffeerösterei ist stets auf der Suche nach Spezialitäten – sowohl im Bereich der Schokoladen als auch bei ihren Kaffees. Dass sie damit ausgesprochen erfolgreich ist, belegen die verschiedenen Auszeichnungen, mit denen sich das Unternehmen schmücken kann wie der Branchenpreis SÜSSER STERN oder die Cup of Excellence. Ein außergewöhnliches, komplexes Aromenprofil verspricht der im Fass gereifte Kaffee „Barrique Pinot Noir" Ngila Estate aus Tansania. Sein Geschmacksbild mit Noten von Rum, Guave und natürlich Rotwein wird durch einen kräftigen Körper und eine ausgewogene Frische vollendet. Die Kaffeebohnen der Varietät Bourbon wachsen auf einer Höhe von 1.600 Metern auf Vulkangestein unter Schattenbäumen. Nach der Ernte werden die Bohnen der Qualität AA für den „Barrique Pinot Noir" washed & barreled. Die hell gerösteten Bohnen eignen sich perfekt für die Zubereitung in der Karlsbader Kanne, im Handfilter oder in der Kona Kanne.
www.berliner-kaffeeroesterei.de

GALERIE DER SINNE

Zum Schmunzeln und Genießen

Um Einfälle und Ideen sind Christoph und Kirsten Markowetz nicht verlegen, wenn es darum geht, ihr Fachgeschäft „Galerie der Sinne" in Schwäbisch Gmünd und den Online-Shop voranzubringen. Mit Herz und Liebe zum Detail gestalten sie originelle Geschenke für jede Gelegenheit – ob für persönliche Anlässe wie Geburtstage, Hochzeiten, Taufen oder auch zu Weihnachten und Ostern.

So hat das Händlerpaar eine eigene Linie an Schokoladentafeln kreiert, die mit Sprüchen in schwäbischer Mundart zum Schmunzeln anregen und so Gefühle von Regionalität, Heimat und Tradition wecken. Eine zweite Linie nennt sich „Schokoladenseiten von …" und vereint Ansichten von historischen Sehenswürdigkeiten verschiedener Städte. Die Linie „Schokoladige Stadtführung von ..." kombiniert historische Ansichten mit den interessanten Viten der Städte. Die zartschmelzenden 100-g-Vollmilchtafeln und die hochwertigen Schokoduplonen eignen sich hervorragend als Ergänzung für das Sortiment der Fachgeschäfte in touristisch ausgerichteten Städten.
www.galerie-der-sinne.de

EXPERTEN-TIPP VON UTA HEIBER

Ingwerstäbchen in Schokolade

Tipp

„Nach der Weihnachtsschlemmerei und dem Plätzchenduft im Haus sehnt sich der/die Schokoladenfreund/in nach geschmacklicher Abwechslung, zum Beispiel Ingwer.
Ingwer pur polarisiert, Ingwer in Edelbitter-Schokolade eint … das ist die Erfahrung, die ich immer wieder mache. Die scharfe Wurzel ist seit Langem nicht mehr nur in der asiatischen Küche beheimatet oder in rohen Scheiben in den Tee geschnitten als bewährtes Erkältungsmittel beliebt, denn jeder weiß um die positive Wirkung des Ingwers. Warum also nicht mal als Nascherei? Die Kombination aus exotischer Schärfe des kandierten Ingwers und edelbitterer Schokolade ergibt einen raffinierten Geschmack für verwöhnte Gaumen, die das Ausgefallene lieben. Erst knackt ganz zart die Schokolade, dann beißt man in den weichen Ingwer, der würzig-scharf und etwas süß perfekt mit der dunklen Schokoladenhülle harmoniert! Dieses aromatische Erlebnis mundet jeden Tag aufs Neue … nicht nur am Jahresanfang."
www.chocolata.de

Anzeige

Die richtige Dreieinigkeit schaffen

Victoria Szeleczky-Takács setzt ihren Sinn für alles Schöne formvollendet in ihren Schokoladenkreationen ein.

Geschmack, Verpackung und Design müssen bei der Herstellung einer Schokolade Hand in Hand gehen, davon ist Viktoria Szeleczky-Takács überzeugt. Dass dies mehr als ein Lippenbekenntnis ist, belegen ihre außergewöhnlichen Schokoladenprodukte in geschmackvoll designten Verpackungen. Die Marke Fabric Csokoládé fällt sofort ins Auge. „Ich gestalte meine Verpackungen selbst und lasse sie mit Recyclingpapier aus Österreich in Ungarn fertigen", sagt die Verpackungsdesignerin, die auch die Formen für ihre Schokoladen fertigt. Sie formt wunderschöne Reliefs aus Gips und nimmt diese als Vorlage für ihre Silikonformen. So hat jede Tafel ein individuelles Design, das sich erst beim Öffnen der Verpackung offenbart. „Mir ist es nicht nur außerordentlich wichtig, dass meine Schokoladen hervorragend schmecken, die Schaffung der richtigen Dreieinigkeit ist für mich Basis meiner Kreationen." Seit sechs Jahren widmet sich Szeleczky-Takács der Herstellung von Schokoladen. Sie lernte das Handwerk von der Pike auf und eröffnete dann in ihrer Heimatstadt Budapest ihre eigene Manufaktur. Ihr Vater, ein Ingenieur, baute für sie die ersten Maschinen zur Verarbeitung. „Dass mein Vater die Maschinen baute, hatte zwei Gründe: Mir fehlte das Geld, und es gab kaum Geräte, die auf meine eher kleinen Mengen ausgelegt waren.

Heute sind Fabric-Schokoladen aus der ungarischen Schokoladenszene nicht mehr wegzudenken; für den dortigen Markt fertigt Szeleczky-Takács immer noch in Budapest. Seit Juli 2018 lebt sie in Hamburg, wo sie zusammen mit ihrer Schwester Aliz ein Café eröffnet hat; in der angeschlossenen gläsernen Manufaktur kann man ihr über die Schulter schauen. „Zurzeit fertige ich etwa 20 verschiedene Schokoladen. Ich entdecke stets neue Formen und Zutaten, die sich in meinen Kreationen wiederfinden. Die Früchte für die ‚Dunkle, ecuadorianische Schokolade mit Kumquat & Kaffeebohnen' habe ich in Hamburg gefunden. Die Sorte ist zurzeit mein Favorit. Ich reichere die eher herbe Schokolade mit kandierten Kumquats und leicht gerösteten, fein gemahlenen Kaffeebohnen aus Ruanda an." Ihr Sinn für den Tanz der Aromen offenbart sich auch in Kreationen wie „Pekannuss ummantelt mit weißer Schokolade und Zimt", „Dunkle

Außergewöhnliche
Aromen
mit ausgesuchten Edelschokoladen perfekt kombiniert

mexikanische Schokolade mit Rauchsalz und karamellisierten Mandeln" oder „Kubanische Schokolade mit getrockneten Tomaten und Himbeeressig". „Das Meersalz für die Schokolade wird in Hamburg nach meinen Vorstellungen geräuchert", verrät sie. Bei den Pekannüssen geben Mangoessig und Zimtblüte die besondere Note.

Mit dem Hamburger Kaffeeröster Hacienda Café, feilt sie gerade an schokolierten Perlbohnen aus Indien, die sie mit einer Prise Kardamom abrundet, und mit einer ungarischen Winzerin hat sie Schokoladen passend zu deren Wein entwickelt. In Ungarn gibt es Fabric Schokoladen bereits in zahlreichen Geschäften, hierzulande sind sie noch ein Geheimtipp. Doch wer sie einmal gekostet hat, wird immer wieder zugreifen, denn Genuss für alle Sinne ist garantiert. ◆
www.fabricchocolate.com

Die Verpackungen für die Schokoladen stammen aus derselben Feder wie der Inhalt – und lassen ahnen, was sich darunter verbirgt

Ute Dondorf (Lindt & Sprüngli; Bild links), langjähriges Vorstandsmitglied, wurde wiedergewählt. Isabel Seeber (links) und Natascha Kespy wurden neu in den Vorstand gewählt, Thomas Luger (Confiserie Burg Lauenstein) bleibt Vorstandsvorsitzender.

Neuer Vorstand beim Club der Confiserien

Der Club der Confiserien hat einen neuen Vorstand gewählt und sieht sich gut aufgestellt, um den erfolgreich eingeschlagenen Kurs fortzuführen

Vor gut einem Jahr ist der Club der Confiserien (CdC) wieder voll durchgestartet, sodass er auf der Mitgliederversammlung Ende 2018 nicht nur den Vorstand neu wählte, sondern auch eine erste Bilanz ziehen konnte. Mit drei Standbeinen, der Confiserie-Akademie, der Publikation Confiserie-Welt sowie Veranstaltungen zu verschiedenen Themen, sieht sich der Club gut gerüstet. Aktuell können sich die im Fachhandel Beschäftigten anhand von 15 Kursen notwendiges Fachwissen zeit- und ortsunabhängig aneignen. Vor allen Dingen im warenkundlichen Bereich wird das Angebot beständig weiter ausgebaut. Zusätzlich zu den bereits online verfügbaren Kursen – Marzipan, Schokolade und Pralinen – sind bereits die Warenkunde-Kurse „Gefüllte Schokoladen" und „Nougat" in Arbeit. Weitere Kurse sind in Vorbereitung.

Die Publikation Confiserie-Welt behandelt in diesem Jahr die Schwerpunkte „Schokolade und Kaffee", „Pralinen", „Manufaktur - Technik & Equipment" sowie „Schokolade – Bean-to-Bar". Mit dieser Themenauswahl werden relevante Aspekte für den Fachhandel und die Confiserien in den Fokus gerückt.

Summer-Tour führt in die Schweiz zum Schokoladenhersteller Felchlin

Bei den Veranstaltungen steht in diesem Jahr bereits die zweite Summer-Tour auf dem Programm. Sie führt nach Schwyz in die Schweiz, wo der Premium-Schokoladenhersteller Felchlin die Türen seines neu erbauten Firmengebäudes öffnen wird. Am Begrüßungsabend gibt der Rohkakao-Experte Jan Schubert (Original Beans) als Dinner Speaker tiefe Einblicke in die Arbeit am Ursprung.

Auf der Mitgliederversammlung am 21. November wurden zwei erfahrene Fachhändler, Isabel Seeber (Candisserie, Dachau) und Natascha Kespy (Winterfeldt Schokoladen, Berlin), neu in den Vorstand des CdC gewählt. Ute Dondorf und Thomas Luger wurden in ihrem Amt bestätigt. Ausgeschieden aus dem Vorstand sind Kai Panholzer und Hans Seidl, bei denen sich der Club für ihre langjährige Tätigkeit bedankte. ◆
www.clubderconfiserien.de

Anzeige

GESCHÄFTSÜBERGABE / NACHFOLGER GESUCHT

Gut eingeführte Chocolaterie mit Charakter

In gute, kompetente Hände abzugeben:
inhabergeführtes Fachgeschäft für ausgesuchte Schokoladen- und Pralinenspezialitäten mit Ausschank von heißer Schokolade, Kaffeespezialitäten und hausgemachtem Eis.

Langjähriges Erfolgskonzept:
einzigartige Charakter-Marke mit Charme und Persönlichkeit

Gut frequentierte Lage in der Altstadt / im Rhein-Neckar-Kreis, hohe Frequenz an Touristen, auch überregional und international bekannt, Einarbeitung gewährleistet, Eigenkapital erforderlich
Chiffre: 1/2019

Termine

CDC WORKSHOP
WEIN UND SCHOKOLADE
6. Februar 2019
Schell Schokoladenmanufaktur
Eberhard Schell führt in seiner Manufaktur in Gundelsheim fachkundig durch das Thema.

CHOCOLART ON TOUR
5. bis 7. April 2019
Luisenplatz Neuwied
Erstmals findet das Schokoladenfestival in Neuwied statt.
www.chocolart.de

GENUSSGIPFEL
8. und 9. April 2019
SchücoArena, Bielefeld
Zum 22. Mal lädt Corpus Culinario zur Fachmesse für Delikatessen ein.
www.genussgipfel.eu

TRENDSET SOMMER
6. bis 8. Juli 2019
Messe München
Fachmesse für Lebensart
www.trendset.de

NORDSTIL SOMMER
27. bis 29. Juli 2019
Hamburg
Fachmesse für Lebensart
www.nordstil.messefrankfurt.com

SUMMERTOUR DES CDC
18. bis 20. August 2019
Schwyz/Schweiz
Die Summertour des CdC führt zum Premium-Schokoladenhersteller Felchlin in der Schweiz.
www.clubderconfiserien.de

DELI FINE FOOD FESTIVAL
15. September 2019
Wandelhalle Bad Kissingen
80 Aussteller treffen sich zu einem kulinarischen Salon der Extraklasse.
www.delifestival.de

HYGIENEVORSCHRIFTEN

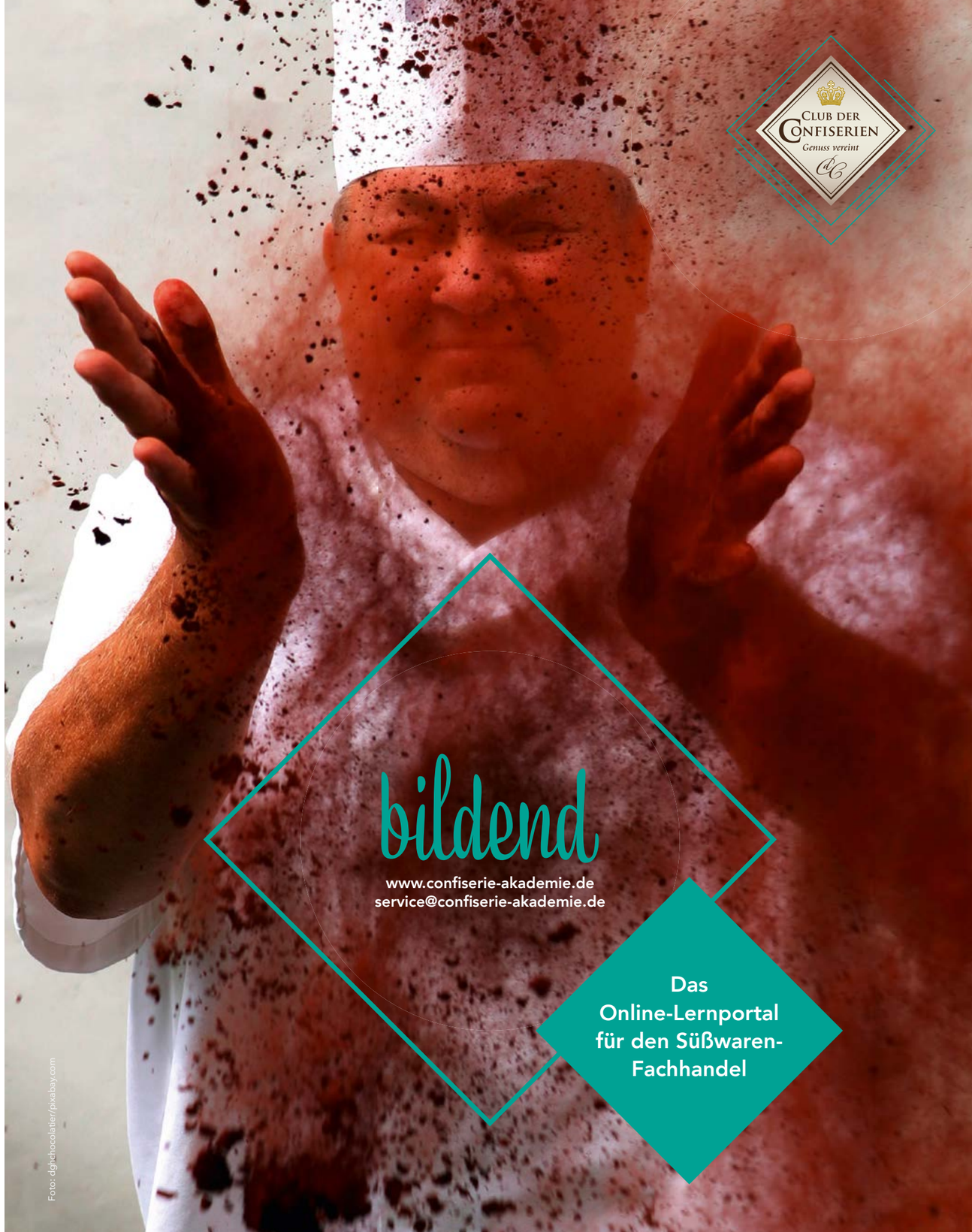
Rechtsgrundlagen zur Hygiene

Hauptursache für Beanstandungen bei Kontrollen sind Mängel in der Betriebshygiene und im Hygienemanagement. Deshalb ist es für Unternehmen wichtig, sich genau an die Hygienevorschriften zu halten. Bei Nichteinhaltung riskiert man Geld- oder Freiheitsstrafen und womöglich einen Imageschaden, sagt Maria Dubitsky, Expertin für Lebensmittelrecht.

Hygienevorschriften unterliegen dem EU-Lebensmittelrecht.
Die hygienischen Anforderungen an das Herstellen, das Behandeln und das Inverkehrbringen von Lebensmitteln sind in der EU-Verordnung (EG) Nr. 852/2004 über Lebensmittelhygiene und in der Verordnung (EG) Nr. 853/2004 mit spezifischen Hygienevorschriften für Lebensmittel tierischen Ursprungs geregelt. Die Vorschriften gelten auch für die Verkaufsräume des Einzelhandels. Einzelhandelsunternehmen sind dafür verantwortlich, dass die ihrer Kontrolle unterstehenden Lebensmittel die einschlägigen Hygienevorschriften erfüllen.

Grundgedanke des EU-Lebensmittelhygienerechts ist die Stärkung der Eigenverantwortung der Lebensmittelunternehmer für die Lebensmittelsicherheit.
Die Unternehmen sind dabei zur Eigenkontrolle verpflichtet. In Deutschland werden die EU-Hygienevorschriften durch die Lebensmittelhygiene-Verordnung (LMHV) und das Infektionsschutzgesetz (IfSG) geregelt. Das IfSG regelt u. a. die gesundheitlichen Anforderungen an Personen, die mit Lebensmitteln – auch kurzfristig – umgehen. Anstelle des Gesundheitszeugnisses tritt die Erstbelehrung. Das Unternehmen ist verpflichtet, sein Personal in den Hygienevorschriften zu schulen und die Belehrungen jährlich zu wiederholen. Die Dokumentation der Maßnahmen (angemessen nach Art und Größe des Betriebs) ist Pflicht. Für das Personal müssen in der Nähe separate Toiletten mit Handwaschbecken, Seifenspendern und Einweghandtüchern vorhanden sein. Hand-Desinfektionsmittel werden empfohlen. Die LMHV regelt die Anforderungen an die Einrichtungen sowie an die hygienischen Voraussetzungen bei Herstellung, Transport, Lagerung, Behandlung und Abgabe von Lebensmitteln. Darüber hinaus verpflichtet die LMHV die Einrichtungen zur Schulung ihrer Mitarbeiter in Fragen der Lebensmittel- und Personalhygiene, z. B. die gesetzlich vorgeschriebenen Höchst- oder Mindesttemperaturen von Lebensmitteln. Die LMHV schreibt ein Eigenkontrollsystem auf allen Stufen der Lebensmittelherstellung vor. Dafür muss das Unternehmen ein Hygienemanagementsystem nach den Grundsätzen des HACCP Konzepts (Hazard Analysis and Critical Control Points) einrichten. HACCP dient dazu, Gefahren für die Lebensmittelsicherheit in den Betriebsabläufen aufzudecken und Lösungen zu entwickeln.
Spezielle gesetzliche Einzelregelungen, die das Tragen von Handschuhen, Kopfbedeckung usw. vorschreiben, sind durch EU-Recht nicht geregelt. Das ist Aufgabe des nationalen Rechts und der Lebensmittelüberwachungsbehörde. Auskünfte erteilen die örtlichen Kompetenzzentren.

IMPRESSUM **Herausgeber:** Club der Confiserien e. V., Grillparzerstraße 38, 81675 München, Telefon +49 (0) 89 / 45 76 90 88-16, Fax +49 (0) 89 / 45 76 90 88-88, info@clubderconfiserien.de, www.clubderconfiserien.de ◆ **Objektleitung:** Oliver Peik ◆ **Redaktion:** Anja Ashauer, Alfons Strohmaier **Bildnachweis:** Seite 2, Confiserie Michel: © ANDERSWELTENbild ◆ **Bezugsquellen:** Titel, Seite 8/9: Dank an die Sonnenglas GmbH (sonnenglas.net/de) für die Bereitstellung der Solarlampen ◆ **Gestaltung & Realisation:** trurnit Publishers GmbH, Putzbrunner Straße 38, 85521 Ottobrunn, Telefon +49 (0) 89 / 60 80 01 - 5 88 **Druck:** Bosch-Druck GmbH, Anton Müller, Festplatzstraße 6, 84030 Ergolding, Telefon +49 (0) 8 71 / 76 05 - 0 Irrtum oder Druckfehler vorbehalten ◆ **Unterstützt durch:** SWEETS GLOBAL NETWORK e. V.
Gefördert durch:



LAUENSTEIN
CONFISERIE
Pralinenkunst von Meisterhand.
Hochgenuss aus der
LauensteinConfiserie
Confiserie Burg Lauenstein GmbH · Lauensteiner Straße 41 · 96337 Ludwigsstadt
info@lauensteiner.de · lauensteiner.de