Winter 2019

Confiserie Welt

News vom Club der Confiserien e. V.

Ursprüngliche Qualität

Von der Bohne an

Vom europäischen Trend zu Bean-to-Bar können sowohl die Kakaobauern als auch die Geschmacksvielfalt profitieren

Für die Zukunft aufgestellt

Der Traditionsbetrieb Confiserie Imping hat das Logo und die Verpackungen modernisiert, um die Marke zu stärken und ein Zeichen für die Zukunft zu setzen.

Unsere Marke erscheint jetzt moderner, jünger. Die neuen, hochwertigen braunen Pralinenschachteln mit den farbigen Banderolen lassen auf den erstklassigen Inhalt schließen. Für die Anforderungen am Markt waren wir mit unseren bisherigen Pralinenschachteln nicht mehr richtig aufgestellt", erklärt Eva-Maria Imping, die seit 2012 die Geschäfte mit ihrem Vater Walter Imping leitet. Ein sichtbarer Hals verleiht der formstabilen, schokoladenbraunen Schachtel aus durchgefärbtem Strukturpapier der Papierfabrik Gmund zusätzlich eine edle Anmutung. Die Materialien sprechen für sich, einzig das Firmenlogo, das ebenfalls modernisiert wurde, ist auf den Deckel geprägt. „Unser neues Logo steht auch für den Generationenwechsel, dafür, dass Imping in die Zukunft blickt", so die Geschäftsführerin. Ein Hingucker sind die farbigen Banderolen, insgesamt gibt es fünf Farben und drei Packungsgrößen. Jede Farbe steht für eine Mischung, Grün für „ohne Alkohol", Blau für „Edle Pralinen und Trüffel" und beerenfarbig für „Feinste Trüffel-Auslese". Diese drei Mischungen gibt es in der 200-g-Schachtel, die 110-g-Schachtel gibt es in zwei weiteren Sorten und zwei der Sortimente zusätzlich auch in der großen 400-g-Schachtel. Mit den Banderolen sei es zudem leicht möglich, saisonale Verpackungen zu entwickeln, da gäbe es noch viel Spielraum.

Eva-Maria Imping leitet zusammen mit ihrem Vater die Geschäfte

Produziert wird auf
Bestellung
Frische und Geschmack haben Priorität

„Wir wollten eine deutliche Veränderung, aber man soll uns immer noch erkennen, wir wollen nicht den Eindruck erwecken, dass Imping jetzt ganz anders ist", betont sie. An der Qualität der Ware habe sich gar nichts geändert. Seit jeher seien Frische und Handwerk, partnerschaftliche Zusammenarbeit mit den Kunden und Zuverlässigkeit oberste Prämisse.

„Die Marktgegebenheiten ändern sich. Dadurch, dass wir unsere Marke im edlen, neuen Karton jetzt mehr in den Fokus stellen, schaffen wir nicht nur zusätzliches Potenzial für uns, sondern auch für unsere Kunden, die Fachhändler", so Imping. Somit können sich diese noch mehr abheben, denn im klassischen Lebensmitteleinzelhandel werde man Imping-Produkte weiterhin nicht finden. Zusätzlich zu den neuen Schachteln sind die Pralinen nach wie vor auch eingeschweist im Blister (100 g) erhältlich. Hier hat das Unternehmen auf die Schleife verzichtet und verwendet zukünftig einen schlichten braunen Clip sowie ein neues, edles Frontetikett. Der aktuelle Katalog ist optisch an das Packaging angepasst und enthält viele neue Produkte – auch im Bereich der losen Ware für die Theke.

Ein großes Standbein der Manufaktur ist das Handelsmarkengeschäft und das Anfertigen von Pralinen auf Kundenwunsch. „Für eine renommierte Destillerie haben wir beispielsweise die Brände-Trüffel entwickelt. Auch für andere Spirituosen-, Saft- und Weinhersteller kreieren wir Pralinen mit ihren Produkten. Die Endverbraucher und auch der Fachhandel schätzen unsere handwerkliche Qualität. Alle Produktionsschritte sind Handarbeit, so kochen wir die Füllungen für unsere Pralinen aus frischen Zutaten wie Sahne, Butter, Fruchtmark und Alkohol im Kessel über Gas. Die Maschinen unterstützen uns nur bei der Arbeit", berichtet Imping. Zusätzlich zu den Pralinen stellt die Manufaktur Tee- sowie Weihnachtsgebäck her. „Unser Schwerpunkt liegt seit jeher auf den Pralinen, doch auch mit dem Gebäck haben wir uns einen Namen gemacht. Die Kunden schätzen auch hier die Handarbeit, den Geschmack und die handwerkliche Anmutung. Unsere Zimtsterne stechen wir von Hand aus und backen sie sorgfältig, damit sie innen saftig bleiben. Sie werden morgens gemacht und nachmittags verpackt. Das schmeckt und sieht man."

Knapp 60 Mitarbeiter sorgen bei Imping für einen reibungslosen Ablauf. Unterstützt werden sie ab August von Saisonkräften, die vor allem fürs Verpacken eingesetzt werden. Produziert wird auf Bestellung, oberste Prämisse bleiben Frische und Qualität. Wir stehen für hochwertige Produkte. Das Versprechen, das wir mit unserem Namen geben, wollen wir halten", lässt Eva-Maria Imping keine Zweifel. ◆
www.imping-confiserie.de

Lettische Pralinen, mit Früchten, Waldbeeren und Kräutern hergestellt

Mira und Jürgen Weyer vertreiben die Pralinen von NelleUlla exklusiv in Deutschland

NelleUlla. Chocolate from the Forest heißt die Marke des lettischen Unternehmens SIA Premium Chocolate. Nelle Ulla, ein Name aus der nordischen Mythologie, bedeutet soviel wie „Licht und Kraft", und tatsächlich könnte man meinen, dass den Premiumpralinen des in Riga ansässigen Unternehmens etwas Mythisches anhaftet. Sie sind größer, als man das von hiesigen Produkten gewohnt ist, und sie sind bunter – innen und außen. Als erstes fallen die farbenfrohen Hüllen aus Raspeln und Flocken ins Auge. Darunter liegt eine dicke Schokoladenschale unter der sich wiederum Füllungen mit Früchten und Beeren aus den baltischen Wäldern verbergen. Hergestellt werden die lettischen Pralinen in Handarbeit.
Firmenchefin Laura Sebre erklärt: „Wir lieben die Kontraste, sowohl im Geschmack als auch in der Optik: süß und sauer, die natürlichen, einzigartigen Formen von Beeren, sorgfältig hergestellten Verpackungen, seidenen Bändern. NelleUlla Chocolate ist wild, exklusiv, real – ganz ohne künstliche Aromen."

Die Produkte des Unternehmens werden aus belgischer Schokolade, gefriergetrockneten Beeren und natürlichen Säften aus Lettland hergestellt.
In Deutschland werden die Trüffelpralinen und Schokoladen exklusiv seit Ende 2016 von Weyer Marketing & Sales GmbH, Hürth, vertrieben. Kunden sind Premium-Süßwaren-, Pralinen- und Feinkost-Fachgeschäfte, die ihren Kunden etwas ganz Besonderes anbieten möchten. Jürgen Weyer erläutert: „Wir lassen die Produkte immer frisch für unsere Kunden herstellen und lagern sie nicht auf unserem Warenlager. Deshalb haben wir Lieferzeiten von 3–4 Wochen. Derzeit informieren wir unsere Kunden monatlich über geplante Produktionen und bitten sie um rechtzeitige Bestellungen." ◆
www.weyer-marketing.de

Anzeige

ZERRES
GOURMET PARTNER

DIE ÜBERRASCHER

GOURMETSPEZIALITÄTEN – DELIKATESSEN – FEINKOST
Herausragende exquisite Lebensmittel für die feine Tischkultur, hergestellt von Menschen mit Leidenschaft.
Anspruchsvolle Produkte von ausgewählten kleinen Manufakturen und Produzenten.

www.zerresco.de
Zerres & Co. GmbH | Tel: +49 421 9898 4840

Marco Mühlbergs Leidenschaft gilt der Schokolade

Einfach gute Schokolade

Bei Hernando Cortez in Köln findet der Connaisseur alles, was das Schokoladenherz begehrt – inklusive heißer Trinkschokolade, die ihresgleichen sucht.

Es geht mir generell um das Thema Schokolade. Dazu gehören die Tafel, die Praline und die Trinkschokolade", betont Marco Mühlberg, der im Jahr 2007 sein Fachgeschäft Hernando Cortez in der Kölner Innenstadt eröffnet hat. „Mein Anspruch war von Anfang an, dass der Produktauftritt ästhetisch und der handwerkliche Charakter eines Produkts eindeutig erkennbar ist", beschreibt Mühlberg die Philosophie, die er seit jeher verfolgt. In Marken ausgedrückt heißt dies, dass Domori, Michel Cluizel, Bonnat, Åkesson's, Omnom, Georgia Ramon, Original Beans und noch einige mehr im Regal einträchtig nebeneinander stehen. Besonders viel Platz hat er aktuell den wunderschön verpackten Tafeln der Marke Utopick gewidmet, und neu hat er Amedei in sein Sortiment aufgenommen. „Im März habe ich umgebaut und den Cafébereich um gut die Hälfte verkleinert. Im Gegenzug habe ich Regalfläche dazugewonnen und konnte so mein Sortiment vergrößern." Die Kundschaft habe sich verändert, das Café habe sich einfach nicht mehr gelohnt.

Seitdem das große Café weggefallen ist und die Verkaufsfläche luftiger wirkt, nehmen die Kunden die Schokoladenauswahl viel bewusster wahr und greifen häufiger zu. Ein Bestseller von Mühlberg ist die Marke Bonnat, die er von Anfang an im Sortiment hat. Im Herbst lädt er seine Kunden zu Verkostungen mit der Marke ein: „Meist lassen wir acht dunkle und zwei helle Sorten verkosten. Die dunklen enthalten alle 75 Prozent Kakao, die Bohnen dafür kommen aus verschiedenen Regionen. Bei Bonnat kann man regionale Unterschiede hervorragend herausschmecken, da sie ihre Schokoladen nur aus Kakaomasse und -butter sowie Zucker herstellen. Viele meiner Kunden, die ein ehrliches Produkt möchten, bleiben bei Bonnat hängen", weiß er.

Eine Spezialität bei Hernando Cortez sind Trinkschokoladen. „Für gute heiße Schokolade gibt's in Köln nur eine Adresse", sagt Mühlberg selbstbewusst. Sechs Sorten hat er im Angebot, von 39 bis 100 Prozent Kakao – auch eine weiße ist dabei. „Die zerlassene Kuvertüre mische ich mit Milch und schäume sie auf. So verbinden sich Milch und Schokolade perfekt bis zum letzten Schluck." Der Schokoladenkenner hat eine Weile gesucht, bis er Kuvertüren nach seinen Vorstellungen gefunden hat. Dass er den Geschmack seiner Kunden trifft, zeigen die Umsätze: 70 Prozent des Umsatzes mit Heißgetränken entfallen auf die Trinkschokoladen.

Zum Thema Schokolade gehören die Tafeln, die Pralinen und die Trinkschokoladen

Bei der Bestückung seiner Pralinentheke greift Mühlberg unter anderem auf Xocolat in Wien, Michel Cluizel und die Confiserie Gmeiner zurück. „Seit jeher verkaufe ich die Pralinen sehr gut, seit dem Umbau kann man in Ruhe auswählen, was den Absatz noch einmal erhöht hat. Generell ist die Atmosphäre im ganzen Laden jetzt viel entspannter, und wir werden von außen viel mehr als Geschäft wahrgenommen. Es ist ein richtig gutes Gefühl." ◆

www.hernando-cortez.de

Durch die Verkleinerung des Café-Bereichs bekommen die Schokoladen mehr Fläche und Aufmerksamkeit

Geschmacksvielfalt durch Bean-to-Bar

Jan Marcel Schubert betreut die Projekte von Original Beans in Südamerika. Bereits seit zehn Jahren ist er am Ursprung unterwegs und anerkannter Experte zum Thema Kakao.

Jan, bereits als 16-Jähriger wolltest du alles über Kakao lernen. Warum?
Jan Schubert: Damals habe ich Trinkschokolade hergestellt. Um mehr über Kakao und seinen Ursprung zu erfahren, besuchte ich Messen, wo ich Philipp Kauffmann, den Gründer von Original Beans, kennenlernte. Er öffnete mir die Türen in eine mir unbekannte Welt.

Wie nachhaltig waren für dich deine ersten Erlebnisse am Ursprung?
Sehr, ich bin als Volunteer 18 Monate lang von Kolumbien über Ecuador und Peru bis nach Bolivien von Kakaoprojekt zu Kakaoprojekt gereist und bekam so in alle Bereiche Einblicke, die irgendwie mit Kakao zu tun haben. Wenn man da mal drin ist, kommt man nicht mehr raus.

Was hat sich für dich durch die Arbeit am Ursprung verändert?
Auch wenn ich Schokolade heute immer noch sehr, sehr gerne verkoste und genieße und die Kakaobohnen für Original Beans unter anderem nach ihrem Geschmack auswähle, hat sich mein Fokus verändert. Heute ist es für mich Ansporn zu sehen, welch großen Impact der Anbau von Kakao auf Entwicklungshilfe und Umweltprojekte hat. Zu realisieren, was unser Team am Ursprung erreicht. Auch bewegt mich der direkte, intensive Austausch mit den Bauern.

Was macht deiner Meinung nach guten Kakao aus?
Aktuell ist der Markt übervoll an gutem Kakao. Aber es ist sehr schwer, richtig tolle Kakaos zu finden. Das sind für mich die Ursprungs- oder nativen Kakaos, die nicht zwingend hervorragend schmecken müssen. Wichtig sind Fragen wie: Wurde die Kakaofrucht vollreif geerntet, wie wurden die Bohnen fermentiert, getrocknet, gelagert? Dies alles wirkt sich auf den Geschmack aus. Auch die Genetik ist relevant. Ich glaube, man muss einen Weg finden, Edelkakaos über den Geschmack zu definieren und nicht nur über das Herkunftsland, weil jede Region verschiedene Kakaos hervorbringt.

Wie entdeckst du neue Kakaosorten, kleine Bauern oder Kooperativen?
Das variiert. In Kolumbien war es eigentlich ein reines Umweltschutzprojekt. Dort schickte mir eine NGO einen Ur-Criollo. Es gab nur 10 Kilogramm davon. Wir haben die Bauern motiviert, den Kakao anzubauen. Und manchmal entdeckt man interessante Ware auf Märkten. So war es bei der Cusco Chuncho. Durch Zufall hat uns eine Kleinbauern-Kooperative auf die Albino-Bäume, die Piura, aufmerksam gemacht. Wir haben auf 100 Hektar in Kakao-Mischwälder investiert und über 100.000 Kakaobäume gepflanzt. Oder die Porcellana. Dort haben wir aus mehr als 1.000 Bäumen die besten 20 Bäume selektioniert und wieder vermehrt. Enorm wichtig war es, die Bauern in Peru zu motivieren, ohne sie ginge gar nichts.

Ist es nicht manchmal schwer, die Spreu vom Weizen zu trennen?
Für mich ist es eine Herausforderung, Anbauverbände zu finden, die hochwertige Kakaos anbieten. Die Nachfrage nach guten Kakaoqualitäten haben auch die kleinen Bean-to-Bar-Hersteller angekurbelt, sie haben neue Preise gesetzt. Wir haben immer mal wieder interessante Projekte. Zu einigen halte ich Kontakt, entwickle sie aber nicht weiter. Andere wiederum entwickeln wir weiter für unsere Schokoladen, aber auch, um die Bohnen an andere Verarbeiter zu verkaufen. Wir haben lange überlegt, ob wir das machen sollen, doch letztendlich stehen für uns die Lebensbedingungen am Ursprung im Vordergrund.

Also wirken sich Bean-to-Bar Manufakturen positiv auf das Leben am Ursprung aus?
Man darf Bean-to-Bar nicht mit gut und fair für die Bauern gleichsetzen, obwohl die meisten Manufakturen sich um einen transparenten, fairen Einkauf der Bohnen bemühen. Manche Bean-to-Bar-Hersteller haben Träume bei den Kakaobauern geweckt, haben ihnen suggeriert, dass sie nur bestimmte Qualitäten anbauen müssen, um diese dann zu hohen Preisen verkaufen zu können. Leider wurden darauf viel zu große Volumen angebaut, die die Bean-to-Bar-Manufakturen gar nicht abnehmen konnten, sodass der übrige, hochwertige Kakao zu viel zu niedrigen Preisen verkauft werden musste. Zudem tummeln sich in der Nische Hersteller, die von Rohkakao praktisch keine Ahnung haben. Die haben die neuesten Maschinen und möchten, dass ich ihnen die besten Bohnen verkaufe – ohne benennen zu können, was „gut" für sie bedeutet.

Wie haben sich die kleinen Hersteller auf das Angebot am Markt ausgewirkt?
Es ist toll, welch großes geschmackliches Potenzial durch die Vielzahl an Bean-to-Bar Manufakturen verfügbar ist, da sie kleinere Mengen verarbeiten können. Dadurch ist generell im Markt mehr erstklassige Schokolade vorhanden. Wir profitieren davon, weil wir an sie unsere ausgezeichneten Bohnen verkaufen und so Umweltprojekte vor Ort stärken können. Im Gegensatz zu den USA, wo es leider viele schlechte Bean-to-Bar-Schokoladen gibt, sehe ich den anlaufenden Trend in Europa positiv. Die Manufakturen wollen hochwertige Rohstoffe, die sie sorgfältig verarbeiten. ◆

www.originalbeans.de

Wissen, woher der Kakao kommt

Sabine Bauschke, Geschäftsführerin DACH, und Norbert Mergen, Mitgründer von ClearChox, sind stolz auf ihr Schokoladen-Sortiment

ClearChox

Vor zehn Jahren fing alles an, geboren aus der Idee, auf dem Amsterdamer Wochenmarkt als Begleitung zum guten italienischen Espresso hochwertige italienische Schokoladen zu verkaufen. Die Schokoladen fanden großen Anklang, und da sich damals kaum Geschäfte bereit erklärten, die exklusiven Single-Origin-Schokoladen in ihr Sortiment aufzunehmen, starteten Jan-Paul Fros, Norbert Mergen und Marijke Metz ihren Webshop für Schokoladenliebhaber. Der Webshop wuchs und nach fünf Jahren Aufbauarbeit begann ClearChox mit Sitz in Arnhem, Schokoladen- und Feinkostgeschäfte sowie gute Restaurants zu beliefern. Ein Jahr später wurde der Vertrieb auf die DACH-Regionen ausgeweitet. Heute hat ClearChox fünf Geschäftsführer: Norbert Mergen, Marijke Metz, Daan Koemans, Sabine Bauschke und einen stillen Teilhaber. Roel und Irma Vlootman betreuen das Lager und den Versand.

ClearChox ist nicht nur der Name des Schokoladen-Importeurs, sondern auch Programm. Das Unternehmen verlangt eine transparente Lieferkette vom Landwirt bis zum Handel und realistische Schokoladenpreise.

Schokolade ist ein Genuss, doch damit sie richtig gut schmeckt, möchte man wissen, woher die Bohnen kommen, dass die Kakaobauern von ihrer Arbeit gut leben können. Das finden zumindest die Inhaber des Unternehmens ClearChox, das sich auf die Fahnen geschrieben hat, von jeder Tafel Schokolade zu wissen, woher die Bohnen kommen. Das Unternehmen hat sich auf Bean-to-Bar-, Tree-to-Bar- und Farmer-to-Bar-Schokoladen spezialisiert und damit schon früh einen Trend erkannt. Denn heute interessiert auch zahlreiche Verbraucher, woher die Rohstoffe in ihren Nahrungsmitteln kommen. „Viele der wirklich großen, industriell arbeitenden Hersteller fertigen Bean-to-Bar, das alleine sagt noch nicht viel aus", sagt Norbert Mergen, einer der Gründer von ClearChox. „Wir wissen von jeder Tafel Schokolade ziemlich genau, woher der Kakao kommt. Wir verlangen eine transparente Lieferkette und realistische Preise." ClearChox legt besonderen Wert auf die wirklich faire Bezahlung der Kakaobauern sowie nachhaltige Anbaumethoden. Allerdings birgt diese Transparenz auch Risiken. Wenn regional eine Ernte schlecht ausfällt, kann dort kaum Schokolade produziert werden, da die Kakaobohnen nicht einfach durch andere Bohnen aus dem Land ersetzt werden können. Sabine Bauschke, Geschäftsführerin DACH, ergänzt: „Die Marken Soklet oder L'Atelier des 5 Volcans fertigen Tree-to-Bar, die haben eigene Plantagen. Die Bezeichnung Farmer-to-Bar lässt sich gut am Beispiel der indonesischen Firma Krakakoa erklären. Sie besitzt keine eigenen Plantagen, pflegt aber enge Beziehungen zu einzelnen Kakaobauern, die Krakakoa von der Aufzucht über den richtigen Schnitt und die Pflege der Kakaopflanze bis hin zur Fermentation und Trocknung der rohen Bohne schult. Auf diese Weise stellt Krakakoa die Qualität sicher, die zur Herstellung der Schokoladen vor Ort notwendig ist. Dementsprechend werden die Bauern auch besser entlohnt. Mittlerweile zählen über 200 Bauern dazu." Die Firmengründerin von Krakakoa, Sabrina Mustopo, betont, wie wichtig es für das Land und das Einkommen der Bauern sei, nicht nur die Rohstoffe, sondern das Endprodukt zu verkaufen.

Die Schokoladenherstellung am **Ursprung** gibt mehr Menschen eine **Perspektive**

Davon profitieren die Kakaobauern, die Bevölkerung durch Arbeitsplätze in der Produktion sowie das Land durch die Steuereinnahmen. Durch die Schokoladenherstellung am Ursprung erhöhten sich die Einnahmen, die im Land bleiben, um rund das Siebenfache. Das Team von ClearChox ist überzeugt davon, dass man nur so langfristig die Landflucht verhindern und den Kindern der meist armen Kakaobauern eine Zukunftsperspektive geben kann. „Die Armut in diesen Ländern ist auch ein Grund für die zahlreichen Flüchtlinge. Damit müssen wir uns auseinandersetzen", fordert Mergen.

Eine Besonderheit sind die Wildschokoladen. Die wild wachsenden Kakaofrüchte für die Marke Kuná aus Ecuador beispielsweise ernten die Bauern im Urwald. „Die Schokoladen von Kuná schmecken umwerfend und enthalten absolut keine Allergene", sagt Mergen. „Allerdings stimmt mich die momentane Entwicklung in Ecuador nachdenklich. Die wirklich tolle Kakaosorte Nacional wird zunehmend von der angeblich nicht so anfälligen CCN51 verdrängt, da diese kurzfristig mehr Ertrag und damit ein höheres Einkommen verspricht. Die Bauern lassen sich von diesem Versprechen blenden und ersetzen ihre alten Bäume durch die deutlich eindimensionaler schmeckende Züchtung."

ClearChox öffnet für viele südamerikanische Hersteller die Tür nach Europa, hat aber auch Schokoladen aus Afrika und Asien im Sortiment. „Madécasse beispielsweise ist eine tolle Schokolade aus Madagaskar, die vor Ort gefertigt wird. Gerade wurde das neue Produktionsgebäude eingeweiht", weiß Mergen. Madécasse ist seine meistverkaufte Schokolade in den DACH-Ländern. Sehr gut verkauft er auch die Marke Georgia Ramon, die Georg Bernardini in Bonn fertigt. Etwas ganz Besonderes seien die Schokoladen der Chocolaterie A. Morin aus Frankreich. Bei der Tafel mit dem Namen „Absolu" kommen der Kakao, die Kakaobutter und der Rohrzucker aus Chachomayo in Peru. „Betrachtet man die Schokoladen markenübergreifend, liegen die Sorten mit mehr als 70 Prozent Kakaogehalt eindeutig vorne. Wir raten jedem Hersteller, eine 100%ige Variante zu fertigen", so Mergen.

Heute hat ClearChox 15 verschiedene Schokolademarken im Angebot, neun davon werden im Herkunftsland des Kakaos gefertigt. Das Engagement der Firma hat sich herumgesprochen. „Mittlerweile finden die Hersteller uns, und zuweilen machen uns auch unsere Kunden auf einen bestimmten Produzenten aufmerksam. Meistens sind es junge Firmen, die ClearChox ihre Schokoladen anbieten. Mergen bedauert, dass sich die Vorstellungen von einigen, was den Abverkauf und den Preis der Schokoladen angehe, nicht realisieren lassen. Viele bedenken nicht, dass es einige Zeit dauert, bis sich die Marke etabliert hat. „Meist vergeht mindestens ein Jahr, bis der Abverkauf läuft. Die magische Schwelle für eine Tafel Schokoladen liegt bei etwa 5 Euro."

Hat es ein Unternehmen in die Regale des Handels geschafft, unterstützt ClearChox die Geschäftspartner beim Abverkauf. „Wir stellen in unserem Katalog jedes Unternehmen ausführlich vor, listen die fünf USPs jeder Marke auf. Die Bilder in dem Katalog helfen dabei, die einzelnen Unternehmen anschaulich zu erklären." Und so weiß dann auch der Kunde, wo die Bohnen von der Schokolade herkommen, die er gerade genießt. ◆

www.clearchox.com

Zahlreiche Awards für Schokolade made in Südtirol

Karuna waren die ersten Bean-to-Bar-Produzenten Südtirols. Für sie ist Genuss ebenso wichtig wie die faire Bezahlung der Kakaobauern.

Katya Waldboth und Armin Untersteiner fertigen Schokoladen mit einem tollen Aroma und würdigen damit zugleich die Arbeit in den Herkunftsländern.

Eigentlich haben wir uns beworben, um ein ehrliches Feedback zu bekommen. Bei der Nachricht, dass so viele unserer Schokoladen in diesem Jahr von der Academy of Chocolate ausgezeichnet wurden, sind wir fast vom Stuhl gefallen", berichtet Katya Waldboth mit einem Leuchten in den Augen. Mit einmal Silber und fünfmal Bronze wurde die Südtiroler Bean-to-Bar-Schokoladenmarke Karuna – von Katya Waldboth und Armin Untersteiner im Jahr 2017 ins Leben gerufen – von der Academy of Chocolate ausgezeichnet. Die International Chocolate Awards haben den Erfolg mit dem European Gold Award und dem Special Award „Ground In" für die Schokolade „Coffee Arabica and Cocoa from Belize 68%" sowie vier Bronze-Awards noch getoppt. Im Rahmen des Taste Festivals im März in Florenz wurde Karuna von der Compagnia del Cioccolato als „cioccolatieri emergenti" (Aufstrebende Chocolatiers Italiens) prämiiert. „Die Auszeichnungen waren für uns Bestätigung, dass wir auf dem richtigen Weg sind, und Antrieb zugleich. Sie haben den Ausschlag gegeben, dass wir vor Kurzem in Klausen eine 150 Quadratmeter große Halle umgebaut und bezogen haben", sagt der Firmengründer. Dort bietet das Start-up auch Verkostungen und Betriebsführungen an. Bis dahin hat Karuna die Schokoladen in der firmeneigenen 30 Quadratmeter großen Catering-Küche produziert.

Im Catering liegen auch die Wurzeln des Unternehmens: Die Idee, für andere Menschen zu kochen, hat das Paar zur Schokolade geführt. Katya erinnert sich: „Ich habe in Indien ein kleines Hilfsprojekt aufgebaut, das Essen an Bedürftige auf der Straße verteilt. Zur Zubereitung der Mahlzeien aus Linsen und Reis verwendeten wir die in Indien typischen Steinwalzen. So kam Armin auf die Idee, mit den Walzen Nusspasten – und später auch Schokoladen – zu fertigen." Das war im Jahr 2014, die Kakaobohnen für die Schokoladen hat das Paar in Bioqualität gekauft. Und das Ergebnis war so gut, dass die Steinwalze den Weg nach Feldthurns in Südtirol fand und Katya und Armin zu Südtirols ersten Bean-to-Bar-Produzenten wurden – anfangs als Hobby zum Verwöhnen von Freunden und sich selbst. „Als wir dann festgestellt haben, dass sämtliche Chocolatiers in Südtirol mit fertigen Kuvertüren arbeiten, haben wir beschlossen, Schokolade ‚made in Südtirol' anzubieten", erklärt Armin. „Heute beziehen wir unsere Bohnen unter anderem aus Belize, Tansania und Brasilien, erstellen Röstprofile passend zu der jeweiligen Kakaovarietät und verwenden drei Melangeure der Firma Kadzama. Die Schokoladenmasse gießen wir in Blöcke zu 10 Kilogramm und lassen diese mindestens 4 bis 6 Wochen ruhen. Flüchtige Stoffe bauen sich dabei noch etwas ab. Unsere Schokoladen schmecken eher fruchtig."

Der Arbeit am **Ursprung** gegenüber **Respekt** zollen

Wie die Steinmühle so kommt auch der Firmenname aus Indien: „Karuna ist Sanskrit und heißt Barmherzigkeit. Diesen Namen haben wir aufgrund unseres Projekts bekommen, und wir finden, dass er auch gut zu Schokoladen passt, deren Rohstoffe direkt eingekauft und ihrem Wert entsprechend fair bezahlt werden. Für uns ist es selbstverständlich, dass wir die Kakaobauern so bezahlen, dass sie von ihrer Arbeit gut leben können." Anerkennung zollen die beiden auch den Fermentationszentren. „Indem wir die Lieferanten exakt auf den Verpackungen benennen, drücken wir unseren Respekt aus. Die Herkunft des Kakaos und die Fermentation sind sehr wichtig", betont Armin.

Ganz neu hat Karuna Ende Oktober eine Weiße Himbeer-Fruchtschokolade auf den Markt gebracht. Hergestellt wird sie mit entöltem Mandelmehl, Kakaobutter von Edelkakao und gefriergetrockneten Früchten – alles in Bio-Qualität und vegan wie sämtliche Produkte der Südtiroler Manufaktur. „Die Kakaobohne ist ein pflanzliches Produkt, und deshalb wollen wir die Schokolade pflanzlich belassen. Zudem finden wir, dass die Kakaoaromen so am besten zur Geltung kommen", erklärt Katya. Zwei weitere Weiße Fruchtschokoladen in den Sorten Schwarze Johannisbeere und Sanddorn sind in der Entwicklung und werden voraussichtlich Ende des Jahres lanciert.

Dunkle Schokoladen hat Karuna sechs verschiedene im Portfolio. Vier Sorten mit 70 Prozent Kakao, eine mit 68 Prozent und eine mit 81 Prozent. „Wir sind beide große Fans der 70-prozentigen. Welche unserer Schokoladen der Kundenliebling ist, kann man anhand der Verkaufszahlen gar nicht sagen. Aber eine unserer Schokoladen, die 70-prozentige aus Bohnen von der Firma Kokoa Kamilli in Tansania, ist für alle, die sie zum ersten Mal verkosten, ein Aha-Erlebnis. Kaum einer hätte sich vorstellen können, dass eine Dunkle Schokolade so fruchtig schmeckt", sagt Katya.

Umhüllt und geschützt werden die 60-g-Tafeln von Folie aus 100 Prozent Zellulose, die auf dem heimischen Kompost entsorgt werden kann. Hergestellt werden die Folien von der Helmut Schmidt Verpackungsfolien GmbH. Für den vollendeten Auftritt sorgt eine schokoladenbraune Schachtel, deren Muster von Armins jüngerem Bruder Lorenz gezeichnet und die von seinem Vater Roman designed wurde. Das wunderschöne Reliefmuster der Verpackungen findet sich auf den Schokoladentafeln wieder, sodass diese auch fürs Auge etwas ganz Besonderes sind. In Südtirol haben sich Geschmack und Qualität von Karuna bereits herumgesprochen. Dort sind die Tafeln in vielen Fachgeschäften und Kellereien erhältlich. „Wir Südtiroler sind Genussmenschen. Wir sind bereit, einen angemessenen Preis für gute Qualität zu bezahlen", weiß Katya.

Mit dem Umzug in die größeren Produktionsräume hat Karuna den Grundstein für weiteres Wachstum gelegt – auch über Südtirols Grenzen hinaus. In Mailand hat Karuna bereits erste Fans, auch der deutsche Fachhandel sei eine interessante Option. Online sind die Tafeln bereits erhältlich. Zudem kaufen viele Touristen die Tafeln – und bestärken das Paar einmal mehr, den eingeschlagenen Weg fortzusetzen, um den Menschen am Ursprung ein besseres Leben zu ermöglichen und möglichst viele Menschen mit ihren Schokoladen zu verwöhnen. ◆

www.karunacatering.it

Anzeige

Julia Zotter managte den Andrang an ihrem Stand souverän. Patrick Walter, Initiator des Festivals, schafft es stets zu begeistern.

EUROBEAN FESTIVAL

Mekka der Bean-to-Bar-Szene

15 Aussteller aus elf Ländern und 5.000 Schokoladen-Enthusiasten haben Schloss Rochsburg in Sachsen zum vierten Mal zum Treffpunkt der internationalen Bean-to-Bar-Szene gemacht. Zotter, Coco Caravan, Herufek und Manoa nahmen schon öfter teil. Dandelion, Parliament, Svenska Kakaobolaget, Tafelwerk und Choco Card gaben sich zum zweiten Mal die Ehre. Neulinge waren Krak aus den Niederlanden, Mike&Becky aus Belgien, Chocolate Naive aus Litauen, Chocolate Tree aus Schottland, Kakau Worship aus Griechenland und Twenty-Four Blackbirds (USA). Als Peggy und Patrick Walter das EuroBean Chocolate Festival vor drei Jahren ins Leben riefen, boten die Inhaber der Manufaktur Choco del Sol damit erstmalig in Deutschland Bean-to-Bar-Herstellern eine Plattform. Diese überzeugten die Besucher mit Kostproben – zahlreiche Produkte bekamen bereits Auszeichnungen und Awards – und waren unter dem Motto „Meet the maker" begehrte Gesprächspartner. Zu den Rennern zählten eine Schokolade mit Whisky von Chocolate Tree, Schokolade mit Lakritze von Svenska Kakaobolaget und eine Schokolade mit Knoblauch von Parliament.
Auch Fachleute fanden den Weg nach Sachsen, etwa Händler mit Kakaobohnen. Zentrale Themen des Festivals, das sich dem Motto „waste free" verpflichtet hatte, waren Fairtrade und Nachhaltigkeit. Inkota bot einen Workshop unter dem Slogan „Make Chocolate Fair" an, und die Organisation Uncommon Cacao informierte über den fairen Handel mit Kakaobohnen aus 13 Origin-Regionen in sieben Ländern. Ein Highlight war die Premiere des Films „Paradies Kakao" über den Transport von Kakaobohnen, Kaffee, Rotwein, Honig und Salz aus Belize nach Hamburg auf dem Segelschiff Avontuur. Der Kapitän und einige Crewmitglieder waren zugegen und beantworteten viele Fragen. Die Würdigung als beste Festival-Schokolade an Chocolate Tree sowie die Verleihung der Publikumspreise an Manoa, Herufek und Zotter bildete den Abschluss des gelungenen Fests. *Stanislav Kramsky*
www.eurobean-festival.org

HOLGER IN'T VELD – XOGUE

„Theo" besticht durch ganze Kakaobohnen

Es war im Jahr 2002 als sich Holger In't Veld in sein „ganz persönliches Abenteuer Schokolade" gestürzt hat – und seitdem hat ihn der faszinierende Rohstoff nicht mehr losgelassen. „Als ich begann, mich mit Schokolade zu beschäftigen, ahnte ich nicht, was mich erwartet. Ich habe das Thema in seiner ganzen Tragweite erst erfasst, als ich anfing, 2010 selber Schokolade von der Bohne an zu fertigen." In't Veld bezeichnet sich selbst als radikalen Genussmenschen, dem Ethik und Moral aber ebenso wichtig sind wie der Geschmack. „Von enormer Bedeutung ist, wirklich tolle Bohnen zur Verfügung zu haben. Bei manchen Bohnen ist man ganz benommen von deren Fruchtigkeit und Geschmacksvielfalt", erklärt er. Und so hat In't Veld jetzt sein Meisterstück komponiert: Theo, eine Grand Cru Schokolade mit 84 bis 86 Prozent Kakaogehalt. „Die Schokolade ist ein Blend aus den bestmöglichen Kakaobohnen, sie ist meine Handschrift, meine Geschmacksfarbe." In die zehn Vertiefungen der Form, in jedes Stückchen, bettet der Schokoladenpionier eine geröstete, geschälte Kakaobohne, sodass die Bohnen leicht in der Schokolade versinken und von dieser umhüllt sind. Bei den Bohnen greift er auf Ware von Christoph und Marsha Kuhn zurück, die mit ihrer Firma Cacao Fino de Guatemala die Bohnen direkt am Ursprung beziehen, oder er verwendet Bohnen der Sorte Nacional aus Ecuador. „Schokoladen mit Kakaonibs gibt es ja schon einige auf dem Markt, aber die ‚Theo' ist anders, hier besticht die Bohne durch ihre mürbe Konsistenz. Das ist ganz großes Kino", schwärmt er. Und wer meint, damit sei der Schokoladenkenner am Ende seiner Träume, hat sich getäuscht. „Als nächstes möchte ich meinen Kunden ein umwerfendes, neues, ultimatives Schokoladenerlebnis bieten", sagt er. Um diese Idee zu verwirklichen, benötige er jedoch noch einen Partner, der ihm bei der Umsetzung helfe, gibt Holger In't Veld unumwunden zu.
www.xogue.de

TRUE & 12 HANDMADE ICE CREAM/TRULY CRAFT CHOCOLATE

Eis und Schokolade – ehrlich und fair

Unser Merkmal ist der Direktbezug der Rohstoffe, angefangen bei der Heumilch für unser Eis über die Haselnüsse aus dem Piemont und die Pistazien aus Sizilien, die wir von den Bauern beziehen, bis hin zur Vanille aus Ecuador und den Kakaobohnen aus Belize und Guatemala. So wissen wir, wieviel die Erzeuger für die Rohstoffe bekommen", betonen Davina und Ronald Utz, die vor fünf Jahren in München „True & 12 Handmade Ice Cream" eröffnet haben. Für die Heumilch zahlen sie zum Beispiel 1,50 Euro pro Liter. „Wir wollen ehrlich und fair sein, uns selbst treu bleiben. Dafür steht ‚True' in unserem Namen, die ‚12' besagt, dass wir stets zwölf Sorten Eis anbieten, die wir alle nach eigenen Rezepturen ohne Fertigmischungen herstellen. Mit unserer Philosophie wollen wir ein Bewusstsein bei den Konsumenten wecken, wollen neugierig machen." Leider hätten viele Anbieter keine Message, vermarkteten einfach ihr Produkt. „Unsere Kunden sollen den Geschmack der Eiscreme und unsere Philosophie würdigen", sagt Davina Utz. Neugierig machen Sorten wie Walnuss-Feige, hergestellt mit selbst gemachter Walnusspaste und in Marsala gekochten Feigen, „Happy Monkey" mit Karamell, Schokolade und Banane oder Lavendel-Brombeere. Diese extravaganten Sorten wechseln, Klassiker wie Vanille, Schokolade und Pistazie sind stets im Angebot, doch auch diese sind bei weitem mehr als Standard. „Echte Vanille und geröstete Pistazien machen die Klassiker zu etwas Besonderem", so Ronald Utz.

In der „Löcherwand" bei True & 12 stecken die Waffelhörnchen

Schokoladen nur aus Kakaobohnen und Zucker

Ihre Philosophie übertragen die beiden nun auf ihre Bean-to-Bar-Schokoladen, die sie unter der Marke Truly Craft Chocolate anbieten. Auf seinen Reisen hat sich das Paar auf die Suche nach Bohnen gemacht. „Mithilfe eines Table-Top-Melangeurs und eines kleinen Trommelrösters sowie eines Kakaobrechers haben wir Kakaobohnen aus verschiedenen Gebieten verarbeitet und verkostet", berichtet Ronald. Heute fertigt er die Bean-to-Bar-Schokoladen „Finca Chimelb" und „Maya Mountain". Die Bohnen bezieht er aus Guatemala und Belize.
„Die Schokoladen stellen wir nur aus Kakaobohnen und Zucker her, wir setzen keine Kakaobutter zu", erklärt er. Durch unterschiedliche Röst- und Conchierzeiten beeinflusst er den Geschmack der Schokoladen. „Wir bevorzugen light-roasted, da so die fruchtigen Aromen erhalten bleiben. Zudem sind unsere Tafeln bewusst etwas dicker, wir finden so entfaltet sich das Aroma besser." Für den perfekten Auftritt der Tafeln sorgt lebensmittelechtes, geprägtes Strukturpapier der Papierfabrik Gmund.

Im Winter verwandeln die Firmengründer ihre Eisdiele in einen temporären Pop-up-Store. „Wir nutzen die Pause, um neue Eissorten zu kreieren. In diesem Jahr planen wir zudem, zwei neue Schokoladen zu entwickeln – mit Bohnen der Sorte Chuno und mit Bohnen aus Madagascar", verraten sie. Dann gibt es vier verschiedenen Sorten, und „Truly Craft Chocolate" kommt im Regal des Fachhandels so richtig zur Geltung. ◆
www.trueand12.com

Anzeige

Die Anti-Stress-Praline®

Mit der Anti-Stress-Praline® in Ihrem Angebot sind Sie auf der Überholspur!

- **unverwechselbare eingetragene Marke**
- **unverwechselbarer Genuss**
- **Alleinstellungsmerkmal**
- **Premiumprodukt**

Für Fachhändler: Gerne senden wir Ihnen eine Info-Mappe mit Geschmacksmuster zu.

Entspannung genießen

Madlon Confiserie GmbH
Pettostraße 11, 81249 München
info@madlon.de
www.anti-stress-praline.com

Die rote Edle aus Guatemala

Guatemala ist Dreh- und Angelpunkt ihres Lebens. Auf dem Weg dorthin haben sich Christoph und Marsha Kuhn 1992 kennengelernt, und mittlerweile verkaufen sie Kakaobohnen von dort – pur sowie in Form von Kakaomasse, Kakaonibs und Tafeln.

Marsha und Christoph Kuhn haben ihr Leben dem Kakao gewidmet

Betrachtet man die große Familie als Ganzes, bauen die Kuhns sogar ihren eigenen Kakao an. Genau genommen sind es Marshas Schwester Carla und ihr Neffe Jeffrey, die, angeregt vom Trend hin zu hochwertiger Schokolade, 2011 angefangen haben, Kakaobäume zu pflanzen. „Sie haben sich für die Criollo-Varietät Indio Rojo entschieden", erläutert Christoph Kuhn. Unterstützt wurden sie bei der Umsetzung ihrer Idee von befreundeten Bauern aus Honduras, die ihre Erfahrungen mit den beiden teilten. Hilfreich war für Carla und Jeffrey auch ein EU-Förderprogramm zur Wiederaufforstung von Regenwald. Mittlerweile gedeihen auf ihren Fincas in Guatemala in Mischkultur auf über 200 Hektar in wiederaufgeforstetem und in ursprünglichem Regenwald rund 80.000 Kakaobäume.

„Die Varietät Indio Rojo kommt dem ursprünglich von den Mayas angebauten Kakao sehr nahe, ihr Aroma ist umwerfend", schwärmt Marsha Kuhn. „Ein großes Hindernis war, dass wir anfangs unseren Indio Rojo-Kakao nicht als Edelkakao ausloben konnten, weil die ICCO (International Cocoa Organisation) Guatemala nicht in den Annex C der Edelkakao-produzierenden Länder aufgenommen hatte", ärgert sich Christoph Kuhn noch heute. Die Fincas von Carla und Jeffrey, „Don Peter" und „Virginia", liegen im Nordosten Guatemalas. An den Hängen des Tals, durch welches der Rio Motagua, der längste Fluss Guatemalas, fließt, finden die Kakaobäume ideale Wachstumsbedingungen. „Eigentlich wollten wir 2016 unsere Zelte in Deutschland abbrechen und unsere Energie in Projekte in Guatemala stecken – doch stattdessen kamen wir nach sechs Monaten mit 120 Kilogramm fermentierten, getrockneten Kakaobohnen sowie Kaffee im Gepäck nach Deutschland zurück", erinnern sich die Kuhns. Mit dieser Grundausstattung haben sie ihre Firma „KAKAO – Cacao Fino de Guatemala" gegründet. „Wir haben geröstete und ungeröstete Bohnen, Kakaonibs und Kakaoschalentee angeboten", erinnert sich Christoph. Nach der nächsten Ernte haben sie 1 Tonne Bohnen von Felchlin zu Kakaomasse verarbeiten lassen. „Wir haben den Kontakt zu Chocolatiers gesucht. Einige davon waren von dem Geschmack unserer Bohnen so begeistert, dass sie sie nun für ihr eigenes Sortiment verwenden. Darunter befinden sich in der Szene durchaus bekannte Persönlichkeiten wie Holger In't Veld, Martin Mayer – dessen 72%ige „Indio Rojo" wurde 2019 mit Bronze bei den International Chocolate Awards ausgezeichnet – und Johannes Storath." Zudem verkaufen die Kuhns ihre Produkte an Endverbraucher, darunter zwei Schokoladen mit 70 und 82 Prozent sowie eine Milchschokolade mit 42 Prozent Kakaogehalt.

Die Varietät
Indio Rojo
kommt dem ursprünglichen Kakao sehr nahe

„Wenn man bedenkt, dass wir erst vor knapp drei Jahren richtig durchgestartet sind, bin ich ganz zufrieden. Zu meinen größten Erfolgen zähle ich, dass die ICCO 2016 Kakao aus Guatemala in den Annex C aufgenommen hat. Das ist unter anderem Mikkel Friis-Holm und den Inhabern der Firma Krak Chocolade zu verdanken", sagt Christoph. Aktuell planen er und Marsha zusammen mit Jeffrey in Guatemala eine Tree-to-Bar-Produktion aufzubauen, um dort sowohl für eine eigene Marke als auch für andere Anbieter zu produzieren. Ein Gebäude wurde bereits in Morales gefunden, und die erforderlichen Umbaumaßnahmen für eine Lebensmittelproduktion nach europäischen Hygienestandards wurden umgesetzt. Nun suchen sie nach einem Zulieferer für das Produktionsequipment. Ziel ist, einen großen Teil der Wertschöpfung im Ursprungsland des Kakaos zu erzielen, sodass die große Familie und viele weitere Menschen in Guatemala von dem Kakao leben können. ◆

www.kakao-fino.com

CACAO-TRACE

„Ich hatte noch nie eine Schokolade gefunden, die **all meine Erwartungen** erfüllt, bis ich **Cacao-Trace** entdeckte."

Franz Kässer
Inhaber & Geschäftsführer
Chocolaterie Amelie

Der Beweis für das Besondere an **Cacao-Trace** Schokolade liegt im Geschmackserlebnis und in der verbesserten Lebensqualität der Kakaobauern. **Cacao-Trace** bietet Ihnen köstliche und nachhaltige Schokoladen, bestens geeignet für eine Vielzahl an Anwendungen, inklusive kundenspezifischer Lösungen. Die außerordentliche Qualität wird erzielt dank der besonderen Fähigkeiten unserer Fermentationsexperten, die in den Nacherntezentren von z.B. Vietnam und Papua-Neuguinea tätig sind, jeweils ganz in der Nähe der Gemeinschaften der Kakaobauern.

Auch Sie können einen positiven Einfluss auf das Leben von Kakaobauern haben! Dank des **einzigartigen Schokoladenbonus** helfen Sie und Ihre Kunden direkt den Kakaobauern vor Ort. So erhalten Schokoladenliebhaber ein unvergleichliches Geschmackserlebnis und die Kakaobauern ein höheres Einkommen.

Treten Sie ein in unsere außergewöhnliche Welt von außergewöhnlichem Geschmack!

Entdecken Sie mehr unter **www.cacaotrace.com** oder kontaktieren Sie Ihren Puratos Ansprechpartner.

Puratos
Ihr Partner für Innovation

Die Pure aus Peru

Der Agrarökologe Dr. Arno Wielgoss engagiert sich, um den Kakaobauern zu helfen und um die Natur zu bewahren.

Der Kakao für PERÚ PURO wird an zentralen Stellen an der Straße eingesammelt. Dr. Arno Wielgoss (li.) scheut sich nicht, selbst Hand anzulegen.

Nicht viele Menschen lassen sich von Erlebtem so beeindrucken, dass sie dies zum Mittelpunkt ihres Lebens machen und sofort zur Tat schreiten. Dr. Arno Wielgoss ist einer von ihnen: Die Arbeit an einem Hilfsprojekt in Peru führte zu der Gründung eines gemeinnützigen Vereins mit dem Ziel, den Bauern vor Ort zu helfen. 18 Jahre ist das her. „Der Chuncho-Kakao, der dort wächst, schmeckt überhaupt nicht bitter, sondern ist vielmehr aromatisch und mild, er hat Fruchtaromen. Aufgrund der abgelegenen Lage der Farmen im Bergregenwald Perus gab es damals keine Käufer dafür. Dies wollte ich ändern", berichtet der Tropische Agrarökologe. Also handelte er. Für den Verein „Frederic-Hilfe für Peru" entwickelt er ehrenamtlich Projekte in ökologischer Landwirtschaft, Biodiversitäts- und Regenwaldschutz im Urubambatal und schaffte es so, dass dort eine Infrastruktur entstand.

Mittlerweile haben die Bauern degradierte Flächen wieder in Agroforstsysteme verwandelt, und in Ivochote im peruanischen Regenwald wurden Fermentationsanlagen aufgebaut. Zudem hat Wielgoss den Kleinbauern geholfen, die Kakaokooperative APECMU zu gründen. Zu deren Zielen zählt, den Kakaoanbau nachhaltiger und ökologischer zu machen und die Qualität des Kakaos stetig zu verbessern. Ein wesentlicher Baustein für die Qualität des Chuncho-Kakaos ist dessen Fermentation: „An einem vereinbarten Erntetag bringen die Kakaobauern die frischen, von Fruchtfleisch umhüllten Bohnen an die Straße. Dafür nehmen viele von ihnen einen Weg von 3–4 Stunden auf sich. Wir sammeln die Kakaobohnen ein, fermentieren sie in Edelholzboxen und trocknen sie anschließend sorgfältig im Halbschatten", erzählt der Agrarökologe. Dafür wurden vor Ort Fermentationsmeister ausgebildet. Für die stetige Verbesserung des Kakaoaromas bis zur fertigen Chuncho-Schokolade hat Wielgoss eng mit der Uni Hamburg zusammengearbeitet.

Kakaoanbau zum **Schutz** des Regenwalds

Der Ertrag liegt inwischen bei 6 Tonnen Chuncho-Kakaobohnen

Es gäbe noch unzählige weitere Bauern, die gerne an APECMU liefern würden, doch liegen ihre Farmen häufig zu weit von einer der Sammelstellen weg. Hier sind weitere Investitionen in die Infrastruktur gefragt. Zudem hat jeder Bauer eine dreijährige Umstellzeit, bis er das Biosiegel für seine Produkte verwenden und somit an APECMU liefern kann. Die Bauernkooperative ist seit 2014 biozertifiziert. Zurzeit liefern 45 Bauerfamilien an die Kooperative, 150 Familien sind in dem gemeinnützigen Verein engagiert.

APECMU ist auch Exporteur der getrockneten Kakaobohnen. Importeur und Käufer in Deutschland ist die PERÚ PURO GmbH in Frankfurt, deren Geschäftsführer Wielgoss und Dr. Frauke Fischer sind. „Wir finanzieren die Ernte zu 100 Prozent vor", erklärt Wielgoss. Der Ertrag liegt inzwischen bei 6 Tonnen Kakaobohnen pro Jahr, mit steigender Tendenz. Als erstes Produkt hat PERÚ PURO 2017 die Chuncho Gold Grand Cru 70% Edelschokolade in einer Charge von 15.000 Tafeln auf den Markt gebracht. Letztes Jahr folgte eine Milchschokolade mit 52% Kakao. Bei der zweiten Charge hatte sich die Menge bereits verdoppelt. „Anfangs haben wir die Schokoladen, Nips, Bohnen und den Kakao-Tee über die Weltläden verkauft, mittlerweile verkaufen wir die Produkte, allen voran die Schokoladen, auch sehr gut in den Fachgeschäften", so der Geschäftsführer, der die Bohnen auch an Bean-to-Bar-Hersteller verkauft. Hier ist nicht nur der Geschmack wesentliches Kaufkriterium. „Bei unseren Bohnen gibt es die Cadmiumproblematik quasi nicht. Das macht sie für viele Weiterverarbeiter interessant", weiß er.

Bei den International Chocolate Awards haben die Chuncho Gold Grand Cru 70% Silber und die Milchschokolade Bronze gewonnen. Eine weitere Variante mit höherem Kakaogehalt soll 2020 lanciert werden. Wielgoss sieht sich noch längst nicht am Ziel, ist sich aber sicher, den richtigen Weg eingeschlagen zu haben: „Die Chocolate Awards bestätigen uns, dass wir das Potenzial des Kakaos richtig eingeschätzt haben. Es war und ist Aufbauarbeit am Ursprung, was wir da machen. Jetzt sind wir für den deutschen Nachhaltigkeitspreis 2020 nominiert. Sollten wir da erfolgreich sein, wäre das eine weitere schöne Bestätigung und würde unser Engagement vor Ort stärken." ◆

www.perupuro.de

Nur das Feinste ist gut genug

Vor drei Jahren sind Thomas und Bettina Dornauer mit ihrer Lebküchnerei & Chocolaterie gestartet, nun beliefern sie Fachhändler und ihre eigenen Filialen mit der exquisiten Ware.

Stolz sind Leonardo, Leticia, Thomas und Bettina Dornauer (v. li.) auf ihren Laden in Eschenau.

Bei Dornauers Lebküchnerei & Chocolaterie beginnen die Tage, an denen die feinsten Elisen-Lebkuchen gefertigt werden, schon am Abend zuvor. Dann werden die Nüsse geröstet und frisch gemahlen; andere – geheime – Zutaten werden vorbereitet. „Das machen mein Sohn Leonardo und ich, wenn das Personal aus dem Haus ist", sagt Firmenchef Thomas Dornauer mit einem Augenzwinkern. Am nächsten Morgen wird die Teigmasse hergestellt, Hauptzutaten sind Nüsse und Marzipan, der Mehlanteil liegt bei nur etwa 4 Prozent. „Wichtig ist auch der Honig, er kommt teilweise aus unserer eigenen Imkerei. Wir verwenden ausschließlich regionalen Honig aus Eckental", hebt er hervor. Vor dem Backen kommen die 72 Gramm schweren Lebkuchen für 12 bis 18 Stunden in den Trockenraum. Gebacken werden sie bei hohen Temperaturen für eher kurze Zeit.

Aufgrund der besonderen Rezeptur sind Dornauers Lebkuchen außergewöhnlich saftig. „Ich will von allem nur das Beste, was anderes macht für mich keinen Sinn. Deshalb gibt es bei uns ausschließlich feinste Elisen-Lebkuchen", so Dornauer. Er bietet seine Lebkuchen sortenrein – natur, schokoliert und glasiert –, gemischt im 5er-Beutel sowie einzeln verpackt an. Dazu gesellen sich die „Minis", 25-g-Lebkuchen. In limitierter Auflage von etwa 400 Stück bieten die Dornauers schokolierte 1-kg-Lebkuchen in der Holzschatulle an. Mit einem Durchmesser von 28 Zentimetern erinnern sie an einen Kuchen. Einen Teil davon nimmt ein befreundeter Kaffeeröster ab, den Rest verkaufen sie in ihren eigenen Läden. „Sie sind so beliebt, dass unsere Kunden sie vorbestellen. Bis vor Kurzem habe ich alleine mit meinem Sohn Leonardo produziert. Das funktioniert gut, da viele Arbeitsschritte eine Maschine erledigen kann." Für eintönige Routinearbeiten brauche man keine Mitarbeiter. „Wir benötigen Mitarbeiter, die echt was auf dem Kasten haben", sagt Thomas Dornauer. „Handwerk ist etwas, an dem man sich nicht satt sehen kann", unterstreicht Leonardo. Da die Auftragsbücher gut gefüllt sind, beschäftigten die Dornauers aktuell 13 Mitarbeiter.

Nun bauen die Dornauers ihr Schokoladensortiment aus, sie wollen den Pralinen mehr Aufmerksamkeit widmen. Zur Eröffnung des Ladens in Eschenau haben sie die „Eschenauerin" komponiert: eine dunkle Schnittpraline, gefüllt mit einer weißen, mit Kardamom gewürzten, Ganache und einer dunklen Ganache mit Olivenöl. Ein Glanzstück ist Vater und Sohn 2016 mit der Dürerkugel gelungen. Unter der Hülle aus Dunkler Schokolade verbirgt sich eine Füllung aus Lebkuchen, Kuvertüre und Rum oder Whisky. Mittlerweile betreiben die Dornauers drei Läden: einen in Eschenau und zwei in Nürnberg; in der Mögeldorfer Hauptstraße und im Handwerkerhof. Bettina Dornauer kümmert sich um alle drei Filialen und um das Personal.

Die Qualität der Lebkuchen und des Weihnachtsgebäcks aus Dornauers Lebküchnerei & Chocolaterie hat sich bei Firmen und Fachgeschäften herumgesprochen. „Diejenigen, die uns bereits kennen, haben ihre Ware längst bestellt. Neukunden ordern meist erst ab Oktober, doch darauf sind wir eingestellt", betont Bettina Dornauer. Die nächsten Lebkuchen warten im Trockenraum bereits darauf, dass sie gebacken werden. ◆

www.dornauers.de

Anzeige

ZDS-Süßwarenmeister mit 30 Jahren Berufserfahrung berät fachkundig und versiert in folgenden Themenbereichen:

- **Produktentwicklung**
- **Produktionsoptimierung**
- **LMIV**
- **IFS**
- **HACCP**

> Nähere Informationen und Terminvereinbarung unter Chiffre 4/2019

Eintauchen in Schokolade: die Summertour des CdC

Die Schweiz ist das ideale Ziel für eine Reise in die Welt der Schokolade – das resümieren zumindest die Fachhändler und Chocolatiers auf der Summertour des CdC. Sie besuchten den Premium-Kuvertürenhersteller Max Felchlin in Ibach und ließen sich von Aeschbach Chocolatier inspirieren, was man so alles mit Schokolade machen kann.

Ganz im Zeichen des Kakaos stand die diesjährige Summertour des CdC – angefangen von der Beschaffung des Rohkakaos bis hin zur Verarbeitung der besten Bohnen zu Grand Cru-Kuvertüren bekamen die Teilnehmer Einblicke in die gesamte Wertschöpfungskette. „Ich möchte verdeutlichen, wie wahnsinnig viel Aufwand hinter richtig guter Schokolade steckt", begann Jan Schubert, Conservation Cacao Leader bei Original Beans, seinen fesselnden Vortrag. Seit dem Jahr 2010 ist der Kakao-Experte in Südamerika unterwegs, seit vier Jahren lebt er in Ecuador und betreut von dort aus die Projekte in Südamerika. „Meine Aufgabe ist in erster Linie die Qualitätskontrolle vor Ort, vom Baum bis zur Fermentation der Kakaobohnen. Dazu zählt auch die Spezifikation von Kakaobohnen", erklärt er. Hauptziele von Original Beans seien jedoch stets die Aufforstung und der Erhalt des Regenwaldes. Sämtliche Schokoladen des Unternehmens seien klimapositiv, betont er. „Wir bei Original Beans sind die Experten für das Sourcing der Kakaobohnen, Felchlin in der Schweiz ist der Spezialist für die Verarbeitung." So ist der Experte stets auf der Suche nach alten Kakaosorten, die puren Geschmack versprechen. „Man kann die große Welt des Kakaos nicht in Criollo, Trinitario und Forastero einordnen", so Schubert. Beispielsweise sei die Piura Bianco kein Criollo, sondern eine eigenständige Varietät, die nur in vier Flusstälern im Piura-Tal wachse. Weltweit der meiste Kakao komme von kleinen Kakaobauern, für sie müsse es attraktiv und wirtschaftlich sein, die Früchte zu ernten. Wesentlich sei die Qualität des Kakaos und damit einhergehend eine angemessene Vergütung. Original Beans bezahlt im Durchschnitt 5.000 US-Dollar für 1 Tonne Kakaobohnen. Nicht vergessen dürfe man, dass es mittlerweile etwa 1.600 menschengemachte Kakaosorten gibt. „Mit modernen Hybriden geht die Biodiversität von Kakao verloren. Heute einen guten Kakao in Ecuador zu finden, ist wie die Suche nach der Nadel im Heuhaufen", konstatierte er. Schubert fesselte die Teilnehmer mehr als zwei Stunden mit seinem Vortrag, der in einer lebhaften Fragerunde gipfelte.

Einstimmung auf zwei informative Tage auf der Terrasse am See und Treffen bei Felchlin in der Kantine. Mit Sepp Schönbächler und Jan Schubert treffen sich zwei Experten zum Gedankenaustausch (linke Seite).

Sorgfältige Selektion der Kakaobohnen

Mit diesem Wissen im Hintergrund starteten die Teilnehmer der Summertour in einen kurzweiligen Tag bei der Max Felchlin AG. Der Spezialist für Grand Cru Kuvertüren bezieht 90 bis 95 Prozent seiner Kakaobohnen direkt von den Bauern, Kooperativen oder Partnern am Ursprung. Ein wesentlicher Bestandteil der Arbeit des Schweizer Unternehmens ist die Selektion der Kakaobohnen, um eine gleichbleibend hohe Qualität der Halbfabrikate sicherzustellen. Der Sensorik kommt dabei wesentliche Bedeutung zu. Ihre eigene Sensorik konnten die Teilnehmer der Summertour in einem Sensorik-Seminar testen. Den Abschluss bildete eine ausgesprochen informative Produktionsbesichtigung, die keine Fragen offen ließ. Was man schließlich alles aus und mit Schokolade machen kann, zeigte Aeschbach Chocolatier.
Am Firmensitz in Root wird produziert, und dort befindet sich auch die großzügige ChocoWelt, wo die Besucher in das Thema Kakao abtauchen und viel Wissenswertes rund um Schokolade erfahren können. ◆
service@clubderconfiserien.de

Stephan Iten (Verkauf Europa), Marlen Kälin (Export Marketing) und Geschäftsführer Christian Aschwanden (v. li.) begrüßten die Besucher bei Felchlin (rechts), Konzentration beim Sensorik-Seminar (ganz rechts).

Das Condirama bei Felchlin bietet viel Platz für Schulungen (links), Jürg Rogenmoser, COO von Aeschbach Chocolatier, führte durch den Betrieb in Root (ganz links).

Zahlreiche Confiseure und Chocolatiers besuchten den CdC-Workshop bei der Pralinen-Manufaktur Große-Bölting in Rhede.

Werte schaffen durch kontrollierte Fermentation

Das Cacao-Trace-Programm von Belcolade setzt bei der Qualität des Kakaos an und will so den Kakaobauern zu einem höheren Einkommen verhelfen.

Sieben Jahre ist es her, dass Puratos sein Cacao-Trace-Programm in Vietnam lanciert hat. Ziel des Programms: Durch kontrollierte Fermentation der Kakaobohnen Werte schaffen, von denen alle an der Wertschöpfungskette Beteiligten profitieren – und die Erfolge des Programms kommunizieren.
Fünf Jahre später, im Jahr 2017, startete Cacao-Trace in der Elfenbeinküste. Die Schokoladen von dort sind nun verfügbar, die Erfolge sind sichtbar, was Belcolade, die Schokoladensparte von Puratos, zum Anlass genommen hat, auf einem CdC-Workshop bei der Pralinen-Manufaktur Große-Bölting darüber zu berichten. Sehr anschaulich referierte Silvestre Awono, Cocoa Group Manager bei Puratos, der als Enkel von Kakaobauern Kakao im Blut hat und zudem als Lebensmitteltechnologe Experte in Sachen Fermentation ist.

„We have to get out of the box. Schokolade beginnt nicht bei der Kakaomasse, die Sie beziehen, ihr Weg beginnt bei den Kakaofarmern, die kaum von ihrer Arbeit leben, ihre Familie ernähren können", eindringlich plädierte er dafür, sich intensiver mit dem Rohstoff Kakao auseinanderzusetzen. Obwohl die Kakaoproduktion in den vergangenen 40 Jahren rasant angestiegen ist, leben die meisten Kakaobauern in der Elfenbeinküste in Armut. Der durchschnittliche Kakaofarmer dort ist 47 Jahre alt, bei einer Lebenserwartung von 53 Jahren – und die nachfolgende Generation hat kein Interesse daran, die Arbeit ihrer Eltern fortzusetzen. „Die Kinder sehen, dass die Anstrengungen nichts bringen", erklärt Awono. Lediglich die Anbaumengen zu erhöhen, bringe langfristig gesehen nichts, da ein Überangebot fallende Preise nach sich ziehe.

Der CdC-Workshop bei Große-Bölting in Rhede stieß auf große Resonanz

Das Cacao-Trace-Programm erhöhe den Wert des Produkts. „Wenn die Qualität erkannt wird, wird auch mehr bezahlt", so sein Statement, das er mit der „4/3 extra taste of chocolate story" erläutert. Die Kakaosorte, die Verarbeitung der getrockneten Bohnen und die Rezeptur der Schokolade seien wesentlich für den Geschmack, der Einfluss der Fermentation werde häufig vernachlässigt. Deshalb kauft Puratos für das Cacoa-Trace-Programm die von Fruchtfleisch umhüllten Kakaobohnen, um sie in 800-kg-Boxen in Fermentationszentren zu fermentieren. Die Bauern müssen die Bohnen innerhalb von 6 Stunden nach dem Brechen der Früchte abliefern – und werden sofort bezahlt. Die Vergütung liegt über dem staatlich festgesetzten Marktpreis.

„Durch die kontrollierte Fermentation schaffen wir Werte, die wir mit den Farmern teilen. Puratos zahlt einen Schokoladenbonus von 10 Cent je Kilogramm an die Kakaofarmer, dies entspricht ein bis zwei weiteren Monatsgehältern." Mittlerweile sind weltweit knapp 9.000 Farmer in das Projekt involviert, mit steigender Tendenz. Welchen Impact die Fermentation auf den Geschmack der Schokolade hat, verdeutlich die Sorte mit 73 Prozent Kakao aus dem Cacoa-Trace-Programm aus Vietnam. Sie erzielte den höchsten Preis auf der Chocoa-Auktion 2019 in Amsterdam, berichtete Awono: „Cacao Trace ist ganz nah am Farmer. Wir tragen unseren Teil zur Verbesserung der Lebensverhältnisse bei. Auch mit kleinen Dingen kann man etwas verbessern." ◆
www.cacaotrace.com

BARRY CALLEBAUT

Schokolade aus der ganzen Kakaofrucht

In San Francisco hat die Barry Callebaut AG mit „Cacaofruit Experience" eine innovative Produktpalette präsentiert, die „den frischen, fruchtigen Geschmack und den natürlichen Reichtum der Kakaofrucht feiert und gleichzeitig eine neuartige Nahrungsmittel- und Getränkekategorie kreiert". Als erstes Unternehmen testet Mondelez International derzeit in Los Angeles in Einzelhandelsgeschäften unter seiner Marke CaPao zwei Snacks aus Kakaofrucht – Smoothie Ball und Jerky Strips.

Den Markt für Chocolatiers, Konditoren und gewerbliche Anwender erreicht Cacaofruit Experience – zwei Jahre nach Einführung des vierten Schokoladentypus „Ruby" – mit einem weiteren Schokoladentypus: der WholeFruit Schokolade aus 100 Prozent reiner Kakaofrucht. Sie wird ab Mai 2020 in zwei Varianten verfügbar sein: als kräftige WholeFruit Bold sowie als Milchschokolade WholeFruit Velvety.

Das volle Potenzial der Kakaofrucht freisetzen

Während normalerweise 70 Prozent der Kakaofrucht als Abfall weggeworfen werden, setzt Cacaofruit Experience das volle Potenzial der Kakaofrucht frei, da diese Produkte die ganze Frucht nutzen: ihre Bohnen, ihre nährstoffreiche Schale, ihr frisches Fruchtfleisch sowie ihren Saft. Das ergibt eine Palette hochwertiger Zutaten, die für Säfte, Smoothies, gefrorene Desserts, Backwaren sowie Snacks bis hin zu Schokolade verwendet werden können. Mit Cacaofruit Experience gehe man auf den Wunsch von Millennials und Centennials nach Nahrungsmitteln ein, die schmackhaft und nährstoffreich und gleichzeitig gut für den Planeten und seine Bewohner seien, so das Unternehmen.
www.barry-callebaut.com

Anzeige

TAG DER SCHOKOLADE

Formvollendet inszeniert

Ganz der „Speise der Götter“, ihrer Herkunft und Exklusivität widmet sich der „Tag der Schokolade“, den der „Club der Confiserien” (CdC), in diesem Jahr bereits zum zwölften Mal initiiert hat. 2019 stand der genussvolle Tag ganz im Zeichen der „Praline – der Königin der Schokolade“. Aufgrund ihrer aufwendigen Herstellung gelten Pralinen als die Krönung der Chocolatierskunst. Bei der Fertigung vereint der Confiseur sein profundes Wissen über Schokolade und die anderen Rohstoffe und komponiert so ein perfektes, mundgerechtes Kunstwerk, das Auge und Gaumen verwöhnt. Zahlreiche Fachgeschäfte und Confiserien quer durch Deutschland haben sich am „Tag der Schokolade“ beteiligt und ihr Wissen an Schokoladenliebhaber weitergegeben. Sie überraschten ihr Kunden mit besonderen Verkostungsaktionen, Give-aways und Info-Broschüren. Zudem konnte auf der CdC-Facebook-Seite jeder an einem Gewinnspiel teilnehmen.

service@clubderconfiserien.de

Viele Ideen: Christine Scholz, „Das Schokoladenhäuschen“, hat ein Gewinnspiel intiiert (re. o.), Tina Müller, Candisserie in Dachau, fertigte live Pralinen (re. u.), und Eilles hat gleich am Eingang auf den „Tag der Schokolade“ aufmerksam gemacht.

Auch **im Jahr 2019** fand der Tag der Schokolade des CdC mit großem Erfolg statt

Anzeige

ZDS Die Süßwaren-Akademie

INTER-PRALINE

Der internationale Pralinen-Kongress
19. - 21. November 2019

Exklusives „Schnupperangebot“
für die Mitglieder des CdC:
Besuchen Sie die INTER-PRALINE
am 20.11.2019 ab 16 Uhr
zum Vorzugspreis von 99,00 € p.P!*

ZDS - Die Süßwaren-Akademie
De-Leuw-Str. 3-9 • 42653 Solingen • GERMANY • www.zds-solingen.de

*Angebot gilt nur für Teilnehmer des Club der Confiserien. Zur Buchung und für weitere Informationen kontaktieren Sie bitte den Club der Confiserien.

KOKOJOO, THE FULL JOY OF COCOA

Food Start-up Award 2019

Immer mehr Firmen blicken auf die ganze Kakaofrucht. So auch die kokojoo Food Europe GmbH, die in der Kategorie Drinks den von der Zeitschrift Lebensmittel Praxis verliehenen Food Start-up Award 2019 gewann. Kokojoo hat die Vision „die komplette Kakaofrucht zu innovativen Produkten zu verwerten. Mit Pelure de Cacao bieten wir ein prickelndes kalorien- und zuckerarmes Erfrischungsgetränk auf Basis von Kakaobohnenschalenaufguss an.“ Das mit Agavendicksaft gesüßte und mit Kohlensäure versetzte Getränk sei reich an Antioxidantien und Mineralien und vegan. „Unser Secondborn, Pulpa de Cacao, ist ein vollmundiges Erlebnis aus 100% Direktsaft aus Kakaofruchtfleisch und somit reich an Antioxidantien, Vitamin B und Magnesium.“ Der Geschmack erinnere an den von Litschis mit einer leichten Fruchtsäure. Das Unternehmen handelt mit Produkten „mit afrikanischer Relevanz und afrikanischem Touch” und verlagert Teile der Wertschöpfungskette in die Herkunftsländer der Rohstoffe.

www.kokojoo.com

PFERSICH TREND-FORUM

Ramon Morató zeigt sein Können

Ein Höhepunkt in der mittlerweile 18-jährigen Geschichte der Pâtisserieschule Pfersich Trend-Forum in Neu-Ulm war der dreitägige Demonstrationsworkshop mit Ramon Morató. Der „Schokoladen- und Pralinengott” leitet derzeit als Creative Director bei Barry Callebaut die Chocolate Academy in Barcelona. Mit dem 600 Seiten umfassenden Grundlagenbuch „Chocolate” hat Morató laut Expertenmeinung die „Bibel” für die Schokoladen- und Pralinenherstellung verfasst, die auch zehn Jahre nach Veröffentlichung nichts von ihrem Glanz verloren hat. Im Pfersich Trend-Forum begeisterte der Maître Chocolatier mit seinem profunden theoretischen Wissen, Ergebnis einer engen Zusammenarbeit mit Universitäten und wissenschaftlichen Einrichtungen, sowie mit dem Praxisteil, der Kreation von extravaganten Pralinen, Riegeln und Schokoladentafeln.

www.pfersich-trendforum.de

Anzeige

Wir sind ein Fachgroßhandel und beliefern Confiserien, Konditoreien und die gehobene Gastronomie mit hochwertigen Couvertüren und weiteren Spezialitäten.
Für die PLZ-Gebiete 1–3 (eventuell erweiterbar) suchen wir einen engagierten Handelsvertreter (m/w) zur Neukunden-Akquise und zur Betreuung von Bestandskunden.
Vertriebserfahrung in der Branche ist erwünscht.

> Bei Interesse bitten wir Sie, Kontakt mit uns aufzunehmen. Hermann Ratzinger Tel.: 089-79893510, email: h.ratzinger@hermannratzinger.de

HERMANN RATZINGER

Förder-mitglieder

Termine

MARKT DER CHOCOLATIERS
13. bis 17. November 2019
Am Schokoladenmuseum Köln
Rund 50 Chocolatiers präsentieren ihre Spezialitäten vor dem Museum.
www.markt-der-chocolatiers.de

INT. SÜSSWAREN-KONGRESS
20. bis 22. November 2019
The Ritz-Carlton Hotel, Berlin
„The Next Sweet Level" so das Motto des Kongresses auf dem auch der Preis SÜSSER STERN verliehen wird.
www.sg-network.org

CHOCOLART
3. bis 8. Dezember 2019
Altstadt Tübingen
Deutschlands größtes Schokoladenfestival lockt tausende Besucher an.
www.chocolart.de

ISM
2. bis 5. Februar 2020, Köln
Am Messesonntag lädt der CdC zum Fachhandelssymposium ein.
www.ism-cologne.de

CHOCOA
19. bis 23. Februar 2020
Beurs van Berlage Amsterdam
8. Auflage des Festivals für „guten Kakao und bessere Schokolade".
www.chocoa.nl

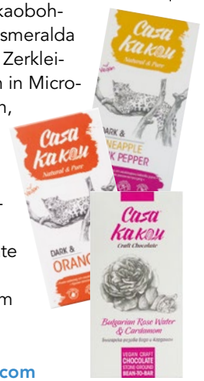
GENUSSGIPFEL
30. und 31. März 2020
„DIE HALLE Tor 2", Köln
Zum 23. Mal lädt Corpus Culinario zur Fachmesse für Delikatessen ein.
www.genussgipfel.eu

CDC-REISE NACH KOLUMBIEN
25. bis 29. Mai 2020
Reise für Fachhändler und Confiseure zum Ursprung mit Unterstützung von CasaLuker und Dillicious.
service@clubderconfiserien.de

MARKET GROUNDS

Casa Kakau

Vegane Bean-to-Bar-Schokoladen, Trinkschokoladen und Kakaobohnen-Tees sind die Spezialität des kleinen Familienunternehmens aus Bulgarien. Unter dem Slogan „Natural & Pure" bietet Casa Kakau z. B. Craft Chocolate „Dark Cranberry", „Dark Orange", „Dark Pineapple-Peffer", und „Dark Rose Water & Cardamom" an. Rohstoff für die Firmengründer Ivan und Ivalina Ilchev sind Nacional Kakaobohnen, die sie direkt aus Esmeralda in Ecuador importieren. Zerkleinert werden die Bohnen in Micro-Batches auf Steinmühlen, die Schokoladen werden per Hand abgetafelt und verpackt. Der Geschmack der Schokoladen hat auch die Jury der Academy of Chocolate überzeugt, die sie bereits viermal mit einem der begehrten Awards ausgezeichnet hat.
www.market-grounds.com



SÜSSWAREN ALBRECHT

Olives de Provence

Mit Confiseur François Doucet aus der Provence hat Süßwaren Albrecht seit einigen Monaten einen Spezialisten für Pralinen- und Fruchtpasten-Spezialitäten im Portfolio. Das Unternehmen, das 2019 sein 50jähriges Jubiläum feiert, verarbeitet seit jeher nur Rohstoffe bester Qualität. Die Früchte für die Fruchtpasten stammen zu 75 Prozent aus der Provence. Die Mandeln und der Lavendel-Honig kommen ausschließlich aus Frankreich. So auch die Mandeln, die den Kern der „Olives de Provence" bilden. Umhüllt werden die Mandeln von einer Schicht dunkler und einer Schicht Weißer Schokolade, die grün und schwarz eingefärbt wurde, um den „Schokoladenbonbons" die Anmutung von Oliven zu verleihen.
www.best-sweets.de

ANTONIO VIANI

Weihnachten mit Venchi

Mit Illustrationen in Rot, Blau, Grün und Gold hat Venchi einen besonderen Adventskalender gestaltet. Hinter den Türchen stecken Gold- und Silberdublonen mit Füllung und als Vollmilchschokolade sowie verschiedene Granblend Napolitains. Weiterhin hat Venchi einen Mini-Metallkoffer mit Weihnachtsmotiven mit zwei Sorten Pralinenkugeln mit Milch- und Zartbitter-Chocomousse gefüllt. In dem Mini-Metall-Buch Weihnachten verbergen sich Cubotti Chocaviar Crème Brulée und Crème Cacao.
www.viani.de

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, service@clubderconfiserien.de, www.clubderconfiserien.de ◆ **Objektleitung:** Oliver Peik ◆ **Redaktion:** Anja Ashauer, Alfons Strohmaier ◆ **Bildnachweis:** Titel: KAKAO – Cacao Fino de Guatemala ◆ **Gestaltung & Realisation:** trurnit Publishers GmbH, Putzbrunner Straße 38, 85521 Ottobrunn, Telefon +49 (0) 89 / 60 80 01 - 5 88 ◆ **Druck:** Aumüller Druck GmbH & Co. KG, Anton Müller, Weidener Straße 2, 93057 Regensburg, Telefon +49 (0)9 41 / 6 95 40 - 27 ◆ Irrtum oder Druckfehler vorbehalten ◆ **Unterstützt durch:** SWEETS GLOBAL NETWORK e. V.

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.

Tipp

EXPERTEN-TIPP VON CORNELIA DRESSLER, WEIN & SCHOKOLADE

Choco del Sol Schokoladen

Im Jahr 2017 bekam ich einen Anruf von Patrick Walter: „Wir möchten Ihnen gern unsere Bean-to-Bar-Schokoladen vorstellen." Schnell wurde ein Termin vereinbart, zu dem er nicht nur seine Frau Peggy, sondern auch ein Fernsehteam mitbrachte, das gerade eine Reportage über sein Unternehmen drehte. Das Paar fertigt auf Schloss Rochsburg handgemachte Bean-to-Bar-Schokoladen, die Kakaobohnen beziehen sie von Bauern-Kooperativen aus Peru und Belize. Die Dunklen Schokoladen werden nur aus Kakaobohnen und Rohrzucker ohne zusätzliche Kakaobutter hergestellt. Bei den Schokoladenproben überzeugte mich nicht nur der Geschmack, sondern auch die ansprechende, umweltfreundliche Verpackung. Die Choco del Sol Schokoladen fanden in unserem Online-Sortiment und auch im Geschäft einen Platz. Unser Bestseller und mein Favorit ist die Trinitario mit 72% Kakaogehalt. Die dunkle, steingewalzte Bio-Schokolade wurde mit knackigen Kakaonibs veredelt – ein intensiver, cremiger Schokoladengenuss mit einer knusprigen schokoladigen Überraschung."
www.feine-schokolade.com

FACHHANDELS-FORUM

Fairness bei der Wertschöpfung

Im vergangenen Jahr hat das Fachhandels-Forum erfolgreich auf der ISM in Köln Premiere gefeiert. In diesem Jahr konnte der Club der Confiserien (CdC) Dr. Arno Wielgoss, Gründer der Perú Puro GmbH, als Referenten zum Thema "Ökologie und Fairness in der Kakaowertschöpfungskette" gewinnen.
Das Forum beginnt am Messesonntag, 2. Februar 2020, um 11 Uhr. Im Anschluss lädt der CdC die Teilnehmer des Forums zum Messerundgang ein. Fachhändler können sich bei Oliver Peik (o.peik@sg-network.org) anmelden und bekommen dann pro Firma zwei Freikarten zur Verfügung gestellt.
service@clubderconfiserien.de

Anzeige

HEILEMANN
Confiserie

**SINNLICH.
AUFREGEND.
NEU.**

RUBY CHOCOLATE

Vielfalt für den Fachhandel

Heilemann ist eine Marke der Viba Sweets GmbH · www.heilemann.de