Sommer 2020

Club der Confiserien
Genuss vereint

Confiserie Welt

News vom Club der Confiserien e. V.

Kleine Verführer

Fein gebacken

Hochwertiges Feingebäck hat auch im Sommer Saison und kommt besonders gut an, wenn es schmeckt und aussieht wie hausgemacht

Zitate & Aktionen

Corona hatte unser Leben – privat und beruflich – im März und April fest im Griff, zwang uns in eine gerade Bahn mit bundesweiten Ausgangsbeschränkungen, die nur wenig Platz zum Ausweichen bot. Bei uns im CdC liefen viele Wege zusammen, wir informierten und vernetzten soweit möglich. Hier nun eine Seite zur Erinnerung an ein Virus, das wohl niemand vergisst.

Der Anfang …

„Also in Berlin kam das Ordnungsamt gerade vorbei und hat sich nicht daran gestört, dass wir geöffnet haben."

Österreich: „Kleine Süßwarengeschäfte: Geschlossen, da nicht notwendig zur Sicherstellung von Leben und Gesundheit." Die Bestimmung wurde einige Tage nach der Veröffentlichung wieder aufgehoben.

„So ein Wirrwarr. Da weiß die linke Hand nicht, was die rechte tut."

Handelsverband Oberfranken:
„Wir konnten inzwischen seitens des Ministeriums eine Aussage dazu erhalten, dass Süßwarengeschäfte, wie auch Ihr Pralinen- und Schokoladensortiment, unter den Begriff Lebensmittel fallen. Sie können Ihre Läden geöffnet halten."

„In Hamburg wurden Standorte von uns vom Ordnungsamt und/oder der Polizei besucht und geschlossen … Andernorts sind wir noch unbehelligt."

Landratsamt Erding:
„Jeder Einzelhandelsbetrieb ist [von den Schließungen] betroffen, außer eben die Geschäfte, die für die Versorgung der Bevölkerung unbedingt notwendig sind. Ein Süßwarenladen fällt da nicht drunter."
Antwort einer Confiserie:
„Die Bayerische Regierung hat Lebensmittelhändler eindeutig von den Ladenschließungen ausgenommen. Deshalb halte ich die Meinung des Landratsamtes Erding für unrichtig und fachlich falsch! Ich weiß nicht, wer hier die Hoheitsrechte hat zu entscheiden […]"

… die Wochen danach

„Lauenstein Confiserie startete die Aktion #Heldenschokolade für Corona Helden … Als Dankeschön an jene, die in der Corona-Krise Übermenschliches leisten, verschickte sie Oster-Geschenkpakete an Helferinnen und Helfer."

arko, Eilles und Hussel verschenkten deutschlandweit an Krankenhäuser, Kinderkliniken, Behinderten-Einrichtungen und Altersheime 300 Osterpakete im Wert von je 1.000 Euro.

Eine hessische Confiserie kooperierte mit einem Rewe-Markt und lieferte ihre Osterhasen auf Kommissionsbasis, die tatsächlichen Verkäufe wurden später verrechnet.

Kooperation
„Ein Großhändler bot seine Ware über den benachbarten Hofladen an. Ebenso eine Confiserie, die zudem mobile Verkaufsstände vor der Kassenzone (Shop-in-Shop) im nahegelegenen Supermarkt aufbauen durfte.

Aktion des CdC via Facebook:
„Wer hat Zeit und Lust dem Osterhasen bei seiner Arbeit zu helfen?" – Die Confiserien lieferten bestellte Osternester mithilfe von Freiwilligen im Stadtviertel aus.

Ein Verpackungshersteller bot Unterstützung an:
„Wir hören immer wieder, dass der Verkauf von Gutscheinen für die Zeit nach Corona gerne angenommen wird. Es hilft da, wo sonst kein oder nur wenig Umsatz zu erwarten ist. Hier würden wir gerne einspringen und bieten an, für alle, die jetzt keine Gutscheine mehr parat haben, 100 Stück kostenlos in 4c-Digi zu drucken. Wir würden uns freuen, wenn wir den Clubmitgliedern so ein bisschen helfen könnten."

Verliebt in Schokolade, Kaffee und Tee

Manuela Rechenauer ist Kaffeerösterin, Teesommelière und Schokoladenliebhaberin. Als sie anfing, mit ihrem Mann Kaffee zu rösten, ahnte sie nicht, dass sich daraus ein florierendes Unternehmen entwickeln würde.

Dunkles Holz, gemütliche Tische und Kaffeesäcke an den Wänden, so lädt der Wasserburger Bohnenröster zum Einkaufen und Verweilen in das Ladencafé ein. In den Regalen entlang der Wände reihen sich Tees in allen Varietäten neben Premiumkaffees aus den besten Anbaugebieten weltweit aneinander. Auf dem Tisch zur Zweitplatzierung und in der Theke verlocken Schokoladen, Gebäck und Pralinen zum Zugreifen.

Auf insgesamt 170 Quadratmetern präsentiert Manuela Rechenauer ihr ausgesuchtes Sortiment. „Meine Kunden bestellen Geschenkkörbe mit den Worten ‚alles bei Ihnen ist gut, entscheiden Sie, was hineinkommt'", sagt sie mit Stolz. Da kann durchaus ein Grüntee für 20 Euro pro 100 Gramm dabei sein. „Ich habe gut 35 Sorten Kaffee und Espresso und über 200 unterschiedliche Tees im Sortiment, das schwankt." Dazu gesellen sich rund 60 Sorten frische Pralinen in der Theke, die von zwei regionalen Herstellern in Handarbeit gefertigt werden, Schokoladentafeln, unter anderem von Bonnat, Berger, Dolfin und Choqlate, sowie einzeln verpackte Pralinen, beispielsweise Tartufi.

„Mit meinen Pralinenlieferanten setze ich auch individuelle Ideen um", so die Firmenchefin. Belebt hat ihr Pralinengeschäft die neue Theke. „Seitdem nehmen meine Kunden die Pralinen viel bewusster wahr und greifen zu. Die Pralinen müssen sich einmal in der Woche rausdrehen. Sollten einzelne doch mal länger liegenbleiben, verschenke ich sie an die Gäste im Café." Solche Gesten kommen an, und nicht selten kaufen gerade diese Kunden beim Rausgehen noch an der Pralinentheke ein. „Aufgrund meines vielseitigen, hochwertigen Sortiments dauert es etwa sechs Monate, bis sich ein neuer Mitarbeiter richtig eingearbeitet hat. Unsere Spezialitäten muss man sich erarbeiten, dazu gehört auch das Verkosten. Wir machen eine gelebte Wareneingangskontrolle", sagt sie mit einem Augenzwinkern. Jede angelieferte Charge wird probiert. „Ich habe gelernt, dass mein persönlicher Geschmack nicht der alleinige Maßstab sein kann."

Zahlreiche Kunden kommen regelmäßig seit der Firmengründung bis heute. „Wir haben im Jahr 2002 den ersten kleinen Laden aufgemacht, um unseren selbst gerösteten Premiumkaffee zu verkaufen. Zusätzlich boten wir zehn verschiedene Tees sowie ein paar Schokoladenprodukte an." Drei Jahre später erfolgte der Umzug in die jetzigen Räumlichkeiten, das Sortiment wurde ausgeweitet, und das Café kam hinzu.

Im Segment **Feingebäck** passiert gerade **einiges**

So ist ein Sortiment gewachsen, das die Wünsche der Kunden erfüllt. „Großartig variiert mein Sortiment nicht. Aber natürlich muss ich auf Trends reagieren. Aktuell werden beispielsweise vegane und zuckerfreie Produkte sowie solche mit Kokosblütenzucker verstärkt nachgefragt. „Auch habe ich das Gefühl, ‚dass im Gebäckbereich gerade einiges passiert. Die Nachfrage wächst", weiß sie. Gerade kleine Stücke sind zum Tee oder Cappuccino gefragt, doch sie müssen unverpackt in der Theke liegen. Einzeln abgepacktes Gebäck kommt bei ihren Kunden nicht an.

Manuela Rechenauer hat ein Paradies für Tee-, Kaffee- und Schokoladenliebhaber geschaffen

„Gerade beim Gebäck brauche ich kurze Lieferzeiten. Ein wesentlicher Punkt ist auch der Transport, das Gebäck soll ja unbeschadet bei mir ankommen", sagt die Firmenchefin, die 17 Mitarbeiter beschäftigt und diese seit vielen Jahren selbst ausbilden kann. Auch den Abschluss zur Teesommlière hat sie gemacht. Fragt man sie nach Herausforderungen in ihrem Berufsleben, sagt sie offen: „Eine große Aufgabe ist für mich seit jeher, meine Mitarbeiter zu einem Team zu formen. In den Kaffee bin ich hineingewachsen, doch Tee liebe ich genauso." Als nächstes möchte sie in einer Confiserie mitarbeiten, um auch die Schokolade, ihre dritte Liebe, von Grund auf zu verstehen. ◆

www.wasserburger-bohnenroester.de

Perfektion, Leidenschaft und Ehrlichkeit

Johan von Ilten hat mit seiner Manufaktur 2007 den Sprung in den Markt gewagt und fertigt seitdem Feingebäck in Handarbeit auf höchstem Niveau.

Florentine und Duchesse, Nuss- und Mandelknacker, Mandel- und Hafergold stehen im Feingebäckregal einträchtig nebeneinander und wetteifern um die Gunst der Genießer. Insgesamt 23 verführerische Gebäcksorten fertigt Johan von Ilten in Hannover, darunter auch Buttergebäck in drei Varianten, Florentiner in zwei Sorten, Cantuccini in vier Spielarten sowie Haselnuss- und Mandelbaisers. Gemeinsam ist allen, dass sie handgefertigt und hinsichtlich Aussehen und Geschmack außergewöhnlich sind.

„Ich möchte etwas ganz Besonderes fertigen. Jedes meiner Gebäckstücke muss ein Knaller sein", sagt Johan von Ilten, der seinen Beruf als Mediziner gegen den des Bäckers eingetauscht hat. „Unser Feingebäck entsteht in reiner Handarbeit und ist dennoch perfekt", ergänzt seine Frau Stefanie, die für das Marketing und den Vertrieb verantwortlich zeichnet. „Wir sind ein Familienbetrieb, die Kunden betreue und gewinne ich am Telefon, doch am Ende überzeugen Geschmack und Qualität unseres Gebäcks die Fachhändler."

Der Autodidakt Johan von Ilten hat sich kontinuierlich fort- und weitergebildet und seinen Betrieb beständig ausgebaut. Gerade erst ist die Manufaktur in neue Räume umgezogen, sodass Johan von Ilten und seinen sechs Mitarbeitern jetzt 500 Quadratmeter Produktionsfläche zur Verfügung stehen.

Doch den „Grundstein" für das Unternehmen hat eigentlich Stefanie von Ilten gelegt. Es waren ihre Cantuccini – die sie als Caterer gebacken hat –, die einen Hamburger Feinkosthändler begeistert haben. Er hat die knusprigen, relativ hell gebackenen, langen Cantuccini in sein Sortiment aufgenommen, deren Qualität hat sich herumsgesprochen, und von Ilten hat sein Portfolio ausgebaut – 13 Jahre ist das her. Heute bieten rund 100 Fach- und Spezialitätengeschäfte deutschlandweit das Feingebäck an, von Feinkost Meyer auf Sylt, über Mutterland, das KaDeWe und Butter Lindner bis hin zu Feinkost Käfer.

Täglich 3800 geschnittene
Cantuccini
und 4000 von Hand geformte
Haselnussbaisers

Bei der Produktentwicklung verlässt sich von Ilten auf sein Gespür. Die Zutatenliste beschränkt er auf das unbedingt Notwendige wie Dinkelmehl, Butter, Zucker, frische Eier, Vanille aus Madagaskar, Piemonteser Nüsse, Nougat sowie Schokolade von Valrhona oder Felchlin. Allerhöchste Qualität hat Priorität, auf Zusatzstoffe jeglicher Art verzichtet er. „Unsere Produkte sind ehrlich und köstlich. Nüsse, Schokolade und Nougat beglücken uns selbst am meisten – und auch unsere Kunden", weiß Stefanie von Ilten. Und stets ist es das Außergewöhnliche, was begeistert. Florentine aus der Hannoveraner Manufaktur sind nicht einfach Florentiner, sondern mit Nougat gefüllte Florentiner-Doppelkekse. „Jedes Stück Florentine wird von uns zur Hälfte von Hand steil in Schokolade getunkt", erklärt sie.

Mit seinen Kreationen hat sich von Ilten einen großen, treuen Kundenstamm erarbeitet. Die hochwertigen Zutaten werden durch die nicht minder edle Verpackung von der Gmunder Papierfabrik unterstrichen. Das geprägte Familiensiegel von Johan von Ilten auf jeder Packung trägt sein Übriges dazu bei. Die Verpackung ermöglicht einen großzügigen Blick auf das in Kunststoffbeuteln verpackte Gebäck und schützt es. Um auf Kunststoff zu verzichten, planen die Unternehmer auf andere Verpackungen mit kleinem Sichtfenster umzustellen. „Schade wäre, dass man dann weniger von dem Feingebäck sieht", so die Unternehmerin. Denn gerade die Optik verlocke zum Zugreifen. Wer einmal probiert hat, kommt wieder, weiß sie: „Unserem einzigartigen Gebäck kann man kaum widerstehen. Ohne unsere vielen Stammkunden gäbe es uns wahrscheinlich nicht." ◆

www.johanvonilten.de

SÜSSWAREN ALBRECHT

Saftig, knusprig oder mürbe

Frisches Feingebäck von einer heimischen Manufaktur ist der jüngste Zuwachs im Sortiment.

Mit „Fiori di Mandorla" bereichert Süßwaren Albrecht jetzt das Segment des frischen Feingebäcks mit loser Ware. „Ab Mai starten wir mit zwei Sorten ‚Pasta di Mandorla', einem sehr feinen Mandelgebäck. Die Ware kommt nicht aus Italien, sondern aus Baden-Württemberg. Wir bieten die Sorten Zitrone und Pistazie, die Klassiker, an", sagt Firmeninhaber Christian Albrecht. Das Gebäck wird auf Bestellung frisch hergestellt, in kleinen Mengen an den Großhändler geliefert und am besten umgehend verzehrt: Da die Produkte sehr saftig sind, kann Albrecht nur eine Haltbarkeit von drei Monaten gewährleisten.

Traditionelles Feingebäck aus der Toskana

Im Herzen der Toskana befindet sich der Familienbetrieb Fattoria Casanova, der seine Spezialitäten in Handarbeit nach traditionellen Original-Rezepturen fertigt. Der 1994 gegründete Betrieb hat es sich zum Ziel gesetzt, mit seinem Gebäck hinsichtlich Geruch, Aromen und Optik Erinnerungen an längst vergangene Zeiten zu wecken. Sämtliche Produkte spiegeln die Kultur der „buona tavola" wider und werden mit viel Zeit und Sorgfalt gefertigt. Moderne, leistungsfähige Maschinen unterstützen die Bäcker bei ihrer Arbeit, sodass ein Höchstmaß an Perfektion sowie das geforderte Produktionsvolumen gewährleistet werden können. „Die Handarbeit kann man gut an den Cantuccini erkennen – sie sind einmal 6 cm, das andere Mal 10 cm lang, bei stets gleicher Qualität und vor allem immer gleich gutem Geschmack", betont Albrecht, der seit 2003 mit der Fattoria sehr gut und freundschaftlich zusammenarbeitet. Die „Brutti e Buoni", eine weitere Gebäckspezialität des Unternehmens, bestehen aus Haselnüssen (57 %), Zucker und Eiern – und sonst nichts. „Hervorheben möchte ich auch die ‚Delizie di Meri' ein tolles, mürbes Mandelgebäck, das man fast mit der Zunge zerdrücken kann – ein Genuss", sagt der Großhändler. Typisch italienisch sind die Riccioli, Kekse mit Rosinen und Vin Santo. Verpackt ist das Gebäck in einer 300-g-Tüte mit Schleife im Kartonetui.

Bereits im vergangenen Jahr hat Albrecht die Original Byron Bay Cookies ins Programm aufgenommen, deren Motto lautet: Gebacken von Cookie Liebhabern für Cookie Liebhaber. Vor 30 Jahren, 1990, starteten die Firmengründer im Hinterland von Byron Bay, einer Küstenstadt am östlichsten Punkt Australiens, mit einem alten Familienrezept und mit heimischen Zutaten wie Macadamianüssen, um Kekse für die lokalen Cafés unter dem Namen „Pickles, Pies, Petticoats" zu backen. Bis heute werden die Cookies sehr handwerklich und mit Leidenschaft hergestellt. Geliefert werden sie zu jeweils sechs Stück in einer Blisterverpackung, um eine gleichbleibende Qualität zu gewährleisten. Zusätzlich kann der Händler die Original Cookie Gläser bestellen. ◆

www.best-sweets.de

CONFISERIE IMPING

Fein gemischt

Seit jeher fertigt die Confiserie Imping, die sich vorwiegend als Hersteller von Pralinen einen Namen gemacht hat, auch Feingebäck. Im Angebot hat das Vredener Unternehmen sowohl verpackte Ware für den Fachhandel als auch spezielle Gastromischungen, die unter der Marke feinundfein vertrieben werden. „Unsere Feingebäcke werden mit den besten Zutaten handwerklich hergestellt. Das sieht und schmeckt man", sagt Geschäftsführerin Eva-Maria Imping. Bestseller sind die Mischungen – die Teegebäckmischung oder die Sommermischung. Eine Neuheit sind Nougat-Cookiehütchen, für die Buttermürbteig mit zartem Nougat gefüllt wird. Erhältlich sind sie in den vier Varianten Klassik, Schoko, Haselnuss und Cappuccino.
www.imping-confiserie.de

GRAND-CRU KONFEKT

Italienische Spezialitäten

Seit nunmehr zwei Jahren hat das Lüneburger Unternehmen Grand-cru Konfekt italienisches Feingebäck im Angebot. „Die italienischen Gebäcke, die teilweise von der Riva Pasticceria gefertigt werden, kommen supergut bei unseren Kunden an", weiß Firmengründer Wolfgang Karst. „Ich denke, die Beliebtheit resultiert aus der Optik und dem extrem außergewöhnlichen Geschmack." Der Kunde müsse und wolle die namensgebende Zutat, beispielsweise die Butter, schmecken, ist er überzeugt. Beispielhaft dafür steht Confettura Ciliegia, ein Butter-Spritzgebäck mit aromatischer, fruchtiger Kirschkonfitüre. Auch bei dem Butterspritzgebäck „Yin&Yang" kommen Butter- und Kaffeegeschmack richtig zur Geltung. Sehr beliebt sind die „Baci di Dama", was sich mit „Kuss der Dame" übersetzen lässt, da das gefüllte Mandelgebäck so zart ist, dass es auf der Zunge zergeht. Auch die Brutti e Buoni, ein Haselnuss-Mandel-Baiser, schmecken eindeutig nach den enthaltenen Haselnüssen und Mandeln.
Im August erweitert Karst sein Gebäck-Portfolio, darunter eine Butter-Mürbeteigschale, die mit weicher italienischer Aprikosenkonfitüre aus aromatischen, sonnengereiften Aprikosen gefüllt ist. Dazu bereichert mit der Firma Sapori Veri ein weiterer italienischer Gebäckhersteller das Angebot von Grand-cru Konfekt. Er fertigt das für seine Heimat typische, begehrte gefüllte Blätterteiggebäck und weitere italienische Spezialitäten. Erhältlich sind sämtliche Gebäcksorten lose in Kartons von 1000 bis 1500 Gramm.
www.grand-cru-konfekt.de

CONFISERIE GMEINER

Ein Mandelberg zum Genießen

Bereits seit vier Generationen gibt es die Confiserie Gmeiner. Wirft man einen Blick auf die Auszeichnungen und das kontinuierliche Wachstum, hat der 1898 gegründete Familienbetrieb wohl alles richtig gemacht. Mit Volker Gmeiner sitzt heute die vierte Generation am Ruder – und scheinbar hat der Konditormeister das Gespür für die Wünsche der Verbraucher geerbt. So setzte er nicht nur frühzeitig auf ein breites Sortiment an Schokoladen, sondern baute auch sein Feingebäcksortiment beständig aus. Nicht zuletzt aufgrund der hervorragenden Qualität, aber auch wegen der ansprechenden, liebevoll gestalteten Verpackungen, für deren Design seine Frau Christine verantwortlich zeichnet, wurden zahlreiche Feinkostgeschäfte, Confiserien, der Fachhandel und Konditoreikollegen sowie Convenience-Stores, kleine Kaffeeröstereien und Großhändler auf ihn aufmerksam. Heute beliefert die Confiserie Gmeiner weltweit ausgewählte Fachhandelskunden mit ihren handgemachten Spezialitäten.
Ein Bestseller im Sortiment sind seit einigen Jahren die Florentiner. Sie zeichnen sich aus durch ihren extrem hohen Anteil an gerösteten Mittelmeermandeln, außen knusprig gebacken, innen weich. Abgerundet wird der feine Geschmack der handgefertigten Spezialität durch Schwarzwälder Kirschen und Orangenstückchen, die in der Confiserie in Appenweier selbst kandiert werden. Nach dem Backen wird der Boden der Florentiner von Hand in Vollmilch-, Zartbitter- oder Weiße Schokolade getaucht. Der Fachhandelskunde kann auf die klassischen Florentiner unter der Marke Gmeiner zurückgreifen, aber er kann auch die bestehende Rezeptur nach seinen eigenen Vorstellungen ändern lassen, was ihm die Möglichkeit eröffnet, sowohl Größe als auch Geschmack individuell zu bestimmen.
www.chocolatier.de

WILK GOURMETGROUP

Frisches, feines Gebäck

Portionierte Gebäckstückchen als kleine, süße Begleitung zum Kaffee treffen den Trend der Zeit.

Ein Espresso oder Kaffee geht immer – und gibt es noch etwas Süßes dazu, ist der Genussmoment perfekt. Gerade Fachhändler mit Kaffeebar suchen hier hochwertiges Feingebäck, mit dem sie punkten können. „Die sizilianischen Cannulicchi, die wir vor etwa zwei Jahren eingeführt haben, kommen wahnsinnig gut an", verrät Frank Wilk, Inhaber der Wilk Gourmetgroup. „Die Produktgruppe der frischen Feingebäcke hat gezeigt, dass sich gerade viel verändert. Die Verbraucher möchten genießen und suchen etwas Neuartiges."

Sauerteig-Blätterteig-Gebäck: herrlich buttrig und typisch französisch
Um diesen Markt weiter auszubauen, bringt Wilk jetzt ganz neu frisches Sauerteig-Blätterteig-Gebäck aus der Bretagne auf den Markt: Die Kouignettes® sind herrlich buttrige, typisch französische Gebäckstückchen aus nicht viel mehr als leicht gesalzener Butter, Zucker und Weizenmehl. Bei ihrer Entwicklung hat sich der Hersteller, Georges Larnicol, von dem klassischen bretonischen Kuchen Kouign Amann inspirieren lassen. Für den deutschen Handel bietet Wilk die Kouignettes® zunächst in vier verschiedenen Sorten an: Pur, Pistazie, Schokolade und Mandel. Sie schmecken raumtemperiert genauso gut wie wenige Minuten im Ofen oder der Mikrowelle erwärmt, und man kann sie pur oder mit einer Kugel Eis servieren. „Wenn Qualität, Geschmack und die Marge stimmen, ist dies wirklich eine Kategorie, die für den Handel interessant ist", weiß Wilk.

Weitere neue Spezialitäten im Sortiment des Feinkost-Großhändlers kommen von der Marke Shortbread House of Edinburgh, und zwar die Varianten Sizilianische Zitrone und Ingwer. Dem Shortbread „Sicilian Lemon" verleihen Zitronenschale und -öl ein besonderes Aroma, „Stem Ginger" besticht durch kandierte Ingwerstückchen sowie gemahlenen Ingwer.
Im Segment der Bio-Gebäcke hat Wilk neu die italienische Marke miminé im Sortiment: Hersteller ist die nordwestlich von Alba gelegene Biscottificio Roero, die piemontesisches Gebäck nach alten Familienrezepten größtenteils handwerklich herstellt. Die biologisch angebauten Zutaten stammen überwiegend aus der Region. Für Alberto Roero, der den Familienbetrieb in zweiter Generation führt und die Bio-Gebäcklinie entwickelt hat, erstreckt sich der Bio-Gedanke über das reine Produkt hinaus bis hin zur Verpackung. Diese hat nicht nur die Aufgabe, Duft und Geschmack des Gebäcks zu bewahren, sondern ist auch aus leicht trennbaren, recycelbaren Materialien hergestellt und mit wasserlöslichen Farben bedruckt.
Sechs verschiedene Sorten Bio-Gebäck von miminé hat Wilk im Portfolio: wunderbar knusprige, aromatische „Bio-Haselnuss-Croccantini" mit und ohne Schokoladenüberzug, süße Bio-Grissini mit Zartbitterschokolade, knusprig-leichte Bio-Baiser-Pilze, die auch optisch ein Genuss sind, sowie „Frollini", Bio-Mürbeteiggebäck in zwei Sorten: mit getrockneten Apfelstücken sowie mit Kakao und piemontesischen Haselnussplittern. ◆
www.wilk-gourmetgroup.de

Förder-mitglieder

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.

ZOTTER

Quadratur des Kreises

„Als „Sweet Sensation" stellt der österreichische Chocolatier Josef Zotter seine neue Linie „Quadratur des Kreises" vor. Die Range, die um das Thema Zucker kreist, besteht aus elf Schokoladen. Ganz ohne Zuckerzugabe sind die beiden Sorten „100 % Dunkle Schoko" und „70 %/30 % Milchschoko", letztere ist mit 30 Prozent Bio-Bergmilch gefertigt. Die „Dunkle Schoko mit Kokos-Mango" ist mit Fruchtzucker aus Kokosraspeln, getrockneter Mango und Kokospulver gesüßt. Hinzu kommen zwei Sorten mit Null-Kalorien-Süße als Weiße und Dunkle Schokolade, denen Erythrit zugesetzt ist. Weitere sechs Schokoladen sind mit Ahornzucker, Kokosblütenzucker oder Dattelzucker gesüßt.
www.zotter.at

GEORGIA RAMON

Pistazien in Tafelform

Die Lust an der Herstellung und der Spaß an der Entwicklung von Schokoladen waren für Georg Bernardini 2015 der Auslöser, zusammen mit Ramona Gustmann die Marke Georgia Ramon zu gründen und Bean-to-Bar-Schokoladen herzustellen. Ihr Sortiment, rund 30 Sorten Tafelschokolade und Aufstriche, stellten sie in diesem Jahr am Bean-to-Bar-Pavillon auf der ISM vor, darunter die „Bütten®-Tafel" Streugut in den Sorten „Ganze Haselnüsse", „Kandierter Ingwer" und „Grüne Pistazien". Letztere, deren Hauptzutaten Kakaobutter, Rohrohrzucker und Pistazien (21 %) sind, ist mit gerösteten, leicht gesalzenen Pistazien aus Bronte/Sizilien bestreut. Bernardini bietet die Tafel für 10,50 Euro in seinem Online-Shop an. Stilecht verpackt sind die exklusiven 80-g-Bio-Tafeln in echtem Büttenpapier aus der Nordeifel. Geschöpft wird das Papier mit einem Rundsieb in Bögen, die vierseitige Büttenränder aufweisen. Sichtbar ist der Büttenrand bei den Verpackungen am Verschluss.
www.georgia-ramon.com

PRALINENCLUB

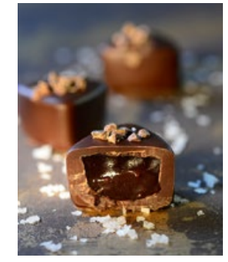
Das Beste vom Besten

Die Pralinenbote GmbH, bekannt durch ihre Marke „Pralinenclub", baut den Vertrieb aus und bietet ein Thekendisplay für den Fachhandel mit drei verschiedenen Mischpackungen à jeweils sechs Pralinen an. In der ersten Mischung versammeln sich die Besten aus dem Jahr 2019: „Big Jack" eine Krokantschale, mit Mandel-Haselnuss-Nougat gefüllt und mit einer Macadamia gekrönt, als Praliné des Jahres sowie die Zweit- und Drittplatzierten. Mischung zwei sind die Pralinenclub-Bestseller, und in Mischung drei gibt es saisonale Spezialitäten, beispielsweise zum Valentinstag oder zu Ostern. „Wir sind Ende letzten Jahres mit unserem Display in den regionalen Handel gegangen, es wurde sehr gut angenommen", berichtet Geschäftsführer Frank Große-Vehne. Als Mindestverkaufspreis gibt er 4,49 Euro an. Der Handel kann dabei auf das gesamte Sortiment von Pralinenbote zugreifen. Da Frische das oberste Gebot bei Pralinenbote ist, sind die Pralinen maximal zwölf Wochen haltbar. Mittlerweile hat der 2003 gegründete Club rund 7.000 Abonnenten. „Deren Lieblinge sind oft Nougatpralinen, gerne mit knusprigen Stückchen", weiß Große-Vehne.
www.pralinenbote.de

FRITZ KUNDER

Handdekoriert

Ausgefallene Kreationen, die schmecken und ins Auge fallen, das sind die Designtafeln der Fritz Kunder GmbH. Die 125-g-Tafeln gibt es in zwölf Sorten, darunter Blutorange, Schwarze Johannisbeere, Wiesenkräuter und Sanddorn-Orange. Neu in der Range der handdekorierten Schokoladen sind die Sorten Cranberry (Bitterschokolade, 70 %, üppig bestreut mit Cranberries und Krokantdekor), sowie Nougat de Montélimar, französischer Nougat mit Zartbitterschokolade (56 %).
www.kunder-confiserie.de



LAUENSTEIN CONFISERIE

Süß und salzig – das perfekte Paar

Die Confiserie Lauenstein hat dem beliebten Food-Trend „süß und salzig" neue Kreationen gewidmet. Der edle Salzbutter-Karamelltrüffel stellt den beiden gegensätzlichen Geschmackskomponenten mit seiner knackigen Edelbitter-Hülle ein paar herbe Akzente zur Seite. Als „Praline zum Löffeln" füllt Lauenstein feine Trüffelcreme mit Salz, Butter und Karamell ins Glas, und für Puristen gibt es die Schokoladenkreation „Latte Sal", ganz klassisch als Tafel. Doch nicht nur die Geschmacksrichtungen und Aromen fallen ins Gewicht, sondern auch das Mundgefühl und die Konsistenz. Beim Lauensteiner Salz-Karamell-Trüffel ist es die Kombination aus knackiger Hülle, weichem Kern und knusprigen Kakao-Nibs als Dekoration. Die Schokolade „Latte Sal" (45 % Kakaoanteil) bekommt den besonderen Kick durch feine Maldon Sea Salt-Kristalle, die den zarten Schmelz mit einem feinen Knuspern anreichern. Die Lauensteiner Trüffelcreme Salz-Butter-Karamell besticht durch ihre besondere Cremigkeit, nicht umsonst nennen sie die Lauensteiner ihre „Praline zum Löffeln".
www.lauensteiner.de

Anzeige

Unverwechselbar bleiben

Michel Cluizel behauptet sich seit mehr als 70 Jahren am Markt. Hochwertige Rohstoffe und der Verzicht auf Halbfabrikate sorgen für einzigartige aromatische Noten in den Schokoladen und Pralinen.

Le Savoir-faire, das Wissen, wie man etwas macht, zieht sich wie ein Leitfaden durch die gesamte Produktion der französischen Manufaktur Michel Cluizel in Damville – bis hin zur Fermentation der Kakaobohnen. Nur beim Kakaoanbau setzt Firmeninhaber Marc Cluizel auf das Know-how der Kakaobauern. „Die Menschen am Ursprung kennen den Boden und die klimatischen Bedingungen ihrer Heimat viel besser als wir", betont er. Beim Fermentationsprozess dagegen steuert und variiert Cluizel die verschiedenen Faktoren, die sich auf den Geschmack auswirken, beispielsweise Temperatur und Zeit, sodass sich ganz bestimmte Aromen entwickeln. „Die Kakaobauern und ihre Familien essen Schokolade nicht so, wie wir es tun, und deshalb wissen sie nicht, welche Art Schokolade wir mögen. Wir haben genaue Vorstellungen, welches Geschmacksprofil die fertige Schokolade haben soll, und dahingehend lassen wir die Bohnen fermentieren", erklärt Cluizel. So bietet Cluizel einzigartige Plantagenschokoladen an – jede mit einem unverkennbaren Geschmack. Aufgrund des direkten Handels mit zurzeit sieben Plantagen von den verschiedenen Kontinenten hat er unmittelbaren Einfluss auf den Fermentationsprozess, muss aber aufgrund des Direktimports stets mehrere Tonnen von einer Plantage abnehmen. Auf den Tafeln benennt Cluizel die jeweilige Plantage wie Mangaro oder die neu dazugekommene La Laguna so, wie man ein besonderes Weingut hervorhebt, spielt doch das Terroir auch bei Schokolade eine herausragende Rolle.

Durch direkten Handel die **Fermentation** und damit den Geschmack **beeinflussen**

„Ich wünsche mir bei der Zusammenarbeit mit einer Plantage stets, das Beste aus diesem Stück Erde zu machen", erzählt der Chocolatier, der für die Kakaobohnen fünf bis sieben Mal mehr bezahlt, als auf dem dem Weltmarkt üblich ist. Dadurch bietet er nicht zuletzt den Kakaobauern und ihren Familien ein auskömmliches Einkommen. „Mit der Leitung der Manufaktur habe ich auch die Verantwortung für die Menschen, die für mich arbeiten, übernommen. Dafür und für unsere Produkte, die wir in bestmöglicher Qualität fertigen, arbeite ich."

In der Manufaktur werden die Kakaobohnen sorgfältig gereinigt, debakterisiert und anschließend abgestimmt auf Varietät und Herkunft schonend geröstet. „Für mich darf der Röstgeschmack bei einer Schokolade nicht im Vordergrund stehen. Kakao ist ein Rohstoff, der die besten Aromen in sich birgt. Unsere Aufgabe ist es, das Beste daraus zu machen", betont Cluizel. Charakeristisch für die Schokoladen der Marke Michel Cluizel ist, dass bei ihnen fast keine säuerlichen Noten wahrnehmbar sind. „Ich liebe fruchtige Schokoladen, aber die Säure, die in jeder Kakaobohne steckt, sollte bei der Produktion entweichen."

Die Manufaktur fertigt möglichst alles selbst

Zerkleinert werden die Kakaonibs mithilfe von Schlagmessern und in Kugelmühlen. Der Kakaomasse werden ja nach Sorte beispielsweise Zucker, Milchpulver oder Kakaobutter zugegeben. Auf Sojalecithin verzichtet Cluizel, manche Kuvertüren enthalten Rapslecithin. Drei Längsconchen verleihen den Schokoladen, die abgestimmt auf die Sorten unterschiedlich lange conchiert werden, den letzten Schliff. Die temperierte Schokolade wird für den Eigenverbrauch flüssig gelagert, für den Weiterverkauf zu Rondos gegossen.

Zusätzlich zu den Plantagenschokoladen fertigt Cluizel auch Schokoladen und Kuvertüren, die aufgrund der Mischung von Bohnen aus verschiedenen Anbaugebieten ein bewusst komponiertes Geschmacksspektrum aufweisen. Für die Pralinen fertigt die Manufaktur nicht nur die Füllungen, sondern auch die Schalen. Für die sehr aromatische Pralinémasse beispielsweise karamellisiert er die Haselnüsse und Mandeln mit Zucker in Kupferkesseln. Der für das Rösten zuständige Mitarbeiter verlässt sich dabei auf seine Erfahrung, seine Augen, seine Nase – er wurde ein Jahr lang von seinem Vorgänger, der mehr als 40 Jahre diese Arbeit gemacht hat, eingearbeitet. Nach dem Abkühlen werden die Nüsse in einem Melangeur von Steinwalzen zu einer aromatischen Paste zermahlen, die in einem Walzwerk zwischen zwei Stahlwalzen ihre finale Feinheit erlangt – so fein, dass sich die Partikel nicht mehr auf der Zunge wahrnehmen lassen.

Auch bei den „Griotte", flüssig gefüllten Pralinen mit Sauerkirschen in Kirschwasser, bleibt Cluizel seiner Philosophie treu. Die Kirschen dafür ruhen 18 Monate in der „Schatzkammer" in ehemaligen Whiskyfässern in 60-%igem Kirschwasser. Während des Einlegens geben die Kirschen peu à peu einen Teil ihres Wassers ab, nehmen stattdessen die Spirituose auf und entwickeln so ein ganz besonderes Aroma. „Wir entscheiden bei jedem unserer Produkte bis ins kleinste Detail hinein, wie es schmecken soll. Wir überlassen nichts dem Zufall", betont der Firmenchef.

In all den Jahren ist die Manufaktur langsam und konstant gewachsen. „Qualität ist keine Frage der Größe", weiß Cluizel, der mehr als 1.200 Produkte im Portfolio hat. Die frischen Produkte lagern ein paar Tage bei 4 °C, damit sie perfekt auskristallisieren. Danach werden sie bei 16 °C bis zum Versand gelagert. Cluizel liefert seine Produkte in mehr als 50 Länder weltweit und verkauft sie in den firmeneigenen neun Läden. Handarbeit spielt seit jeher im gesamten Produktionsprozess eine große Rolle. „Wir überlegen zuerst, was für ein Produkt wir machen wollen, dann fertigen wir es von Hand und erst dann denken wir darüber nach, welchen Arbeitsschritt eine Maschine übernehmen könnte", so Cluizel. Der Fachhändler sieht anhand des Namens der Range, wieviel Handarbeit in jedem Produkt steckt: M100-Produkte sind komplett handgemacht, in M80 steckt etwas weniger Handarbeit, aber beide enthalten die gleichen Schokoladenmassen. Bei der M60-Linie haben die Maschinen etwas mehr Arbeit übernommen. Fragt man den Firmenchef, woher er seine Inspiration bezieht, sagt er: „Ich darf nicht zu sehr darauf achten, was der Markt verlangt, sondern muss eigene Ideen entwickeln und umsetzen, mich auf meine Intuition verlassen, ohne zu sehr nach meinem Geschmack zu gehen. Nur so bleibe ich unverwechselbar. Doch vor allen Dingen müssen die Produkte zu unserer Philosophie passen. Der erste Kunde von Cluizel ist Cluizel." ◆

www.cluizel.com
www.confis-express.de

Terroir spielt bei Plantagenschokoladen eine große Rolle

Marc Cluizel, der Enkel des Firmengründers, hat sich zum Ziel gesetzt, stets das Beste aus den Rohstoffen herauszuholen

Manufacture Cluizel

Die Manufaktur Michel Cluizel wurde 1948 von Marc und Marcelle Cluizel gegründet. Seit 1972 befindet sich der Firmensitz in Mesnils-sur-Iton. Heute steht dort auf 20.000 Quadratmetern ein Betrieb, der sich der handwerklichen Fertigung verschrieben hat. Über seine Produktion sagt Firmenchef Marc Cluizel: „Wir stehen mit einem Fuß in der Industrie und mit zwei Füßen im Handwerk." Seit jeher setzt das Unternehmen auf traditionelle Fertigungsmethoden und das Know-how seiner Mitarbeiter. Zahlreiche Mitarbeiter haben über Generationen für den Familienbetrieb gearbeitet. Auch die vierte Generation Cluizel sitzt schon mit im Boot, sodass das Fortbestehen der Firma gewährleistet ist. Deutscher Vertriebspartner der Manufaktur Michel Cluizel ist die Confis-Express GmbH in Neu-Ulm.

Dörfliche Idylle umgibt die Chocolaterie, die Stefan Schneider mit seiner Partnerin Elle betreibt

Eine Pilgerstätte zum Genießen

Schokosphäre ist der Name einer kleinen Chocolaterie am Ammersee, die ihre zahlreichen Stammkunden wegen der verführerischen Pralinen und auch wegen der tollen Atmosphäre zuweilen sogar mehrmals am Tag aufsuchen.

Ein blauer See, Berggipfel im Hintergrund und vorne im Bild ein Cappuccino und Pralinen. Was das perfekte Motiv für ein Gemälde wäre, ist für Stefan Schneider, Inhaber der Schokosphäre in Breitbrunn am Ammersee, Realität. Seine insgesamt knapp 70 Quadratmeter große Chocolaterie oberhalb des Sees zieht zahlreiche Menschen in ihren Bann. „Wir sind zum Treffpunkt geworden", sagt der gelernte Konditormeister bescheiden. „Was Stefan hier geschaffen hat, ist so eine Art Pilgerstätte für die Schokoholics in der Umgebung", beschreibt seine Partnerin Elle die Bedeutung der Chocolaterie. Und sie muss es wissen, denn sie ist die zweite „gute Seele" im Café.

Tatsächlich pilgern einige der Gäste auf einen Espresso plus Praline sogar mehrmals am Tag vorbei. Als Schneider die Schokosphäre eröffnet hat, war der Erfolg nicht vorprogrammiert. „Ich bot in der ehemaligen Bäckerei, die dort seit 130 Jahren ihren Standort hatte, anstelle von Brot und Semmeln Pralinen zu Preisen wie bei Dallmayr an. Drei Wochen gebe ich Ihnen, sagten ältere Dorfbewohner", erinnert er sich.

Acht Jahre ist das her, in der Theke wetteifern mittlerweile rund 40 verschiedene Pralinenkreationen um die Gunst der Kunden. Etwa 500 Kilogramm Schokolade pro Jahr verarbeitet Schneider, der zuvor in der Produktentwicklung bei Mondelez tätig war, zu Pralinenfüllungen. Er fertigt zusammen mit seinem Mitarbeiter zwar auch Kleingebäck und Kuchen, doch Dreh- und Angelpunkt der Chocolaterie ist die Pralinentheke.

Die Qualität ist wichtig, nicht der Preis. Es muss was Gutes sein

Dort verkauft Schneider Cointreau-Trüffel auf Krokantboden, Cassis-Herzen, Walnusspralinen mit Walnussmarzipan und -ganache oder unglaublich aromatische Himbeertrüffel – für 7,80 Euro/100 Gramm. Auch eine Räuber-Kneissl-Praline mit Dunkelbier, und Whisky-Trüffel, die aufgrund ihrer torfigen Noten eindeutig als solche zu identifizieren sind, sind im Sortiment. „Der Whisky, der mir pur geschmeckt hat, eignete sich nicht für die Praline, da muss ich andere Maßstäbe ansetzen", erklärt der Chocolatier. Und hier zeigt sich eins seiner Geheimnisse: „Bei mir schmeckt jede Praline eindeutig nach der Zutat, nach der sie benannt ist – ganz ohne Aromen." Um diesem Anspruch gerecht zu werden, achtet Schneider kompromisslos auf die Wertigkeit der Rohstoffe. „Der Preis spielt bei der Auswahl meiner Zutaten eine Nebenrolle, wichtig ist, dass was Gutes bei deren Verarbeitung rauskommt", beschreibt er seine Philosophie. Je nach Praline verwendet er Kuvertüren von Valrhona, Cluizel und Felchlin.

Auch die natürliche Optik der Pralinen spiegelt die Einstellung des Chocolatiers wider. So sorgen lediglich getrocknete Früchte und Pistazien für Farbkleckse in seiner Theke. „Wir machen Klassiker und kommen kaum hinterher", sagt er unprätentiös. Eine große Bedeutung misst er der Frische der Pralinen zu. Er fertigt in Chargen von etwa 100 Stück, die er innerhalb von drei Wochen verkauft. „Manche Sorten, zum Beispiel das Cassis-Herz, sind meist nach zwei Tagen verkauft, dann produziere ich die nächste Charge." Zum Verpacken der Ware bietet er Cellophanbeutel und verschiedenfarbige Schachteln an. Auf die Frage, welche Sorten es sein sollen, hört er nicht selten die Antwort: „Es ist egal, was Sie mir einpacken. Die schmecken alle." ◆

Der süßeste Lastentransport – von der Chocolaterie ins Krankenhaus

Dr. Johann Thaler liebt Schokolade, macht Schokofahrten von Amsterdam nach München – und hilft. Er hat zahlreiche Geschenkkörbe in die Krankenhäuser gebracht, um dem Personal Dankeschön zu sagen und um den Confiserien zu helfen.

Dr. Thaler, Sie haben die Aktion corona-osterkorb.de initiiert, um dem Pflegepersonal auf den Intensivstationen der Münchner Krankenhäuser Danke zu sagen und zugleich kleine Chocolaterien und Pralinenmanufakturen zu unterstützen. Was hat Sie auf die Idee gebracht?
Johann Thaler: Die Italiener und Spanier, die zu Beginn der Corona-Pandemie an ihren Fenstern für die Pflegekräfte applaudiert haben, weckten in mir das Bedürfnis, auch bei uns Danke zu sagen. Ich war selbst mehr als 13 Jahre im Schwabinger Krankenhaus auf der Intensivstation tätig und weiß, welcher Belastung die Angestellten dort Tag für Tag und insbesondere jetzt, ausgesetzt sind.

Der Internist und Hausarzt Dr. Johann Thaller hat mit seiner Idee viel bewegt

Was war Ihre Intention?
Ich selbst kann guter Schokolade kaum widerstehen und habe gehört, dass die kleinen Fachgeschäfte, die ihr Lager gut mit Osterware gefüllt haben, nun vor riesigen Problemen stehen. Mit meinem Aufruf wollte ich die Geschäfte unterstützen und zugleich dem Münchner Pflegepersonal sowie den Ärzten danken. Denn selbst wenn wir hier nur eine kleine Springflut abbekommen, müssen die Schwestern, Pfleger und Ärzte wahnsinnig kämpfen.

Woher wussten Sie von den Problemen der Fachgeschäfte und Chocolaterien?
Bereits zweimal habe ich für schokofahrt.de Schokolade emissionsfrei per Lastenrad von Amsterdam nach München und Wien transportiert und so Einblicke bekommen. Die Kakaobohnen für die Schokolade kommen per Segelschiff aus Kolumbien und werden in den Niederlanden verarbeitet. Da die diesjährige Fahrt im April wegen Corona ausgefallen ist, befürchte ich, dass auch die Chocolatemakers in Amsterdam unter riesigem Druck stehen.

Wie sieht Ihre Aktion konkret aus?
Um die kleinen Geschäfte in der aktuell schwierigen Lage zu unterstützen, bat ich alle Münchner via Internet und anderen Kanälen, jeweils in ihrem Viertel und vor allem bei den kleinen Confiserien einzukaufen. Zugleich habe ich die Confiserien und Fachgeschäfte angeschrieben. Die Kunden konnten bei ihrem Einkauf auch dem Pflegepersonal Danke sagen, indem sie Gutscheine kauften mit deren Gegenwert die Osterkörbe bestückt wurden. Zudem konnte jede Confiserie die Körbe nach Belieben auffüllen.

Wie wurde Ihre Idee angenommen?
Die Resonanz war überwältigend. Oft ging das Engagement weit über die Summe, die durch die Gutscheine zur Verfügung gestellt wurde, hinaus. So hat eine Confiserie zusätzlich zu dem großen Korb aus den Gutscheinen noch vier volle Geschenkkörbe gespendet. Eine andere hat zusätzlich zahlreiche leere Geschenkkörbe zur Verfügung gestellt, damit diese befüllt werden konnten.

Wie kamen die Körbe in die Kliniken?
An dieser Stelle habe ich die Idee der Schokofahrten aufgegriffen. Ich habe alle mit Lastenfahrrad, die ich kenne, gefragt, ob sie die Körbe ausliefern. Zudem haben sich elf professionelle Radkuriere gemeldet, welche unentgeltlich mitmachten. Ein Radkurier hat in seiner WG gesammelt und 300 Euro Spenden an die Läden verteilt. Zum Ablauf: Die Confiserien haben die Körbe vor die Tür gestellt, dort wurden sie abgeholt und bei den Krankenhäusern Ostersonntag an der Pforte abgestellt. Der Pförtner hat organisiert, dass sie von den Stationen abgeholt werden. So gab es keinerlei persönlichen Kontakt.

Wo gab es Schwierigkeiten?
Streng genommen ist ein Transport mit dem Lastenfahrrad kein Sport und auch kein Einkauf – war in München also nicht eindeutig erlaubt. Erst nach langem Hin und Her bekam ich eine Genehmigung von der Rechtsabteilung der Stadt München für die Aktion.

Warum sollte es das Lastenfahrrad sein?
Die Schokofahrten haben mir gezeigt, dass man auch Luxusgüter CO_2-frei transportieren kann. Wir müssen etwas tun, damit die Städte lebenswert bleiben – dort lassen sich viele Wege mit dem Fahrrad zurücklegen, man braucht kein Auto. Weniger Autoverkehr bedeutet eine erhöhte Lebensqualität für alle – nicht zuletzt durch eine bessere Luft. Schokolade ist auch ein Luxusprodukt, ein Genussmittel, das vergessen wir manchmal. Chocolaterien räumen ihr den Platz ein, der ihr gebührt. Je billiger eine Schokolade ist, desto weniger wird in der Regel auf Produktions- und Transportbedingungen geachtet. Wir alle müssen uns über eins im Klaren sein: Irgendjemand zahlt den Preis. ◆

Termine

INTERNATIONAL CHOCOLATE AWARDS 2020
Aufgrund der zurzeit erschwerten Reise-, Transport- und Kontaktmöglichkeiten organisiert Michaela Schupp (www.chocolats-de-luxe.de) die europäischen Chocolate Awards 2020. Einsendeschluss für die Produktmuster ist Ende April. Für Rückfragen, auch bezüglich des diesjährigen Procederes, steht die Organisatorin (michaela-schupp@chocolats-de-luxe.de) gerne zur Verfügung.
www.internationalchocolateawards.com

EUROBEAN
31. Juli bis 2. August 2020
Schloss Rochsburg/Lunzenau
Bean-to-Bar Chocolate Festival.
www.eurobean-festival.org

SUMMERTOUR DES CdC
17. bis 19. August 2020
Hamburg und Lübeck
Die Reise führt zu Niederegger, ins Chocoversum von Hachez und ins Kakaolager am Hamburger Hafen.
service@clubderconfiserien.de

DELI FESTIVAL
13. September 2020
Wandelhalle Bad Kissingen
Premium-Fachhandels-Messe.
www.delifestival.de

TAG DER SCHOKOLADE
9. Oktober 2020
Findet bundesweit statt.
www.clubderconfiserien.de

INTERNATIONALER SÜSSWAREN-KONGRESS
18. bis 20. November 2020
Berlin
Kongress mit Verleihung der Trophäe SÜSSER STERN sowie Auszeichnung Fachhandels-Mitarbeiter des Jahres.
www.sg-network.org/suesserstern

GESETZ ZUM SCHUTZ VOR MANIPULATIONEN AN DIGITALEN GRUNDAUFZEICHNUNGEN VOM 22.12.2016

Kassensicherungsverordnung

Seit 1. Januar 2020 gibt es rechtliche Neuerungen, um wirksamer gegen Manipulationen an digitalen Grundaufzeichnungen vorzugehen. Maria Dubitsky, Expertin für Lebensmittelrecht, hat die wichtigsten Fakten zusammengefasst:

Das Handelsrecht legt fest, dass jeder Gewerbetreibende buchführungspflichtig ist – unabhängig davon, ob das Unternehmen im Handelsregister eingetragen ist. Voraussetzungen für die Befreiung von der Buchführungspflicht sind:

- Jahresumsatz ≤ 600.000 Euro
- Gewinn ≤ 60.000 Euro
- Es besteht keine Pflicht zur Buchführung und Bilanzierung aufgrund anderer Gesetze und Verordnungen.
- Firmengründer können die Befreiung beantragen und am Ende des Geschäftsjahres erfüllen.

In jedem Fall ist eine Einzelaufzeichnung erforderlich, bei offenen Ladenkassen muss ein Kassenbericht erstellt werden. Wenn ein Unternehmer auf freiwilliger Basis ein Kassenbuch führt, muss dieses den gesetzlichen Anforderungen genügen. Der Gesetzgeber gibt keine bestimmte Form der Kassensysteme vor. Der Unternehmer entscheidet, welches System am besten zu seinem Betrieb passt. Unabhängig vom gewählten Kassensystem sind die Grundsätze ordnungsgemäßer Buchführung immer zu berücksichtigen.
Laut Kassensicherungsverordnung vom 26.09.2017 dürfen Unternehmer nur noch elektronische Kassensysteme nutzen, die Einzelumsätze erfassen und für mindestens zehn Jahre unveränderlich abspeichern können. Vorhandene digitale Kassen müssen diesen Anforderungen entsprechen. Konkret gelten folgende Neuerungen seit Jahresbeginn:

- Art und Anzahl der im Unternehmen eingesetzten elektronischen Aufzeichnungssysteme sind dem zuständigen Finanzamt mitzuteilen. Wer ein elektronisches Aufzeichnungssystem vor dem 1. Januar 2020 angeschafft hat, musste dieses bis zum 31. Januar 2020 melden. (Allerdings ist die Meldung nur auf amtlich vorgeschriebenem Vordruck möglich, der derzeit noch nicht zur Verfügung steht.)
- Belegausgabepflicht an die Kunden
- Bußgelder können nicht nur gegen den Unternehmer erhoben werden, sondern auch gegen Vertreiber von Systemen bzw. Manipulationssoftware.
- Die Aufzeichnungssysteme sind durch eine zertifizierte Sicherheitseinrichtung zu schützen.
- Registrierkassen, die nach dem 25. November 2010 und bis Ende 2019 angeschafft wurden und den Vorgaben der Kassenrichtlinie 2010 entsprechen, dürfen dann bis zum 31. Dezember 2022 verwendet werden, wenn sie bauartbedingt nicht aufrüstbar sind.
- Da zertifizierte Sicherheitslösungen erst seit Oktober 2019 erhältlich sind, wird seitens der Finanzverwaltung nicht beanstandet, wenn elektronische Aufzeichnungssysteme nicht bis zum 30. September 2020 über eine zertifizierte technische Sicherheitsausrüstung verfügen.
- Unternehmer, die bislang keine Registrierkasse benutzen oder kein elektronisches System verwenden, sind nicht zur Anschaffung gezwungen. Eine allgemeine Pflicht zur Nutzung einer Registrierkasse besteht weiterhin nicht.
- Seit dem 1. Januar 2020 besteht die Belegausgabepflicht. Der Kunde ist nicht zur Mitnahme des Belegs verpflichtet.
- Neben der Papierform ist mit Zustimmung des Kunden auch eine elektronische Belegausgabe zulässig. ◆

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: Wilk Gourmetgroup, Seite 10/11 Manufacture Cluizel ◆ **Gestaltung & Realisation:** trurnit GmbH | trurnit Publishers, 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.

Für alle ein Auskommen sichern

Der CdC begrüßte mit dem Craft-Bean-to-Bar-Hersteller Georg Bernardini und dem Tropenökologen Dr. Arno Wielgoss zwei ausgewiesene Experten auf dem Fachhandels-Forum der ISM.

Zahlreiche Fachhändler, Confiseure, Bean-to-Bar-Maker, Verpackungshersteller und Zulieferer verfolgten auf dem Fachhandels-Forum die Vorträge von Dr. Arno Wielgoss, Geschäftsführer von Perú Puro, und von Georg Bernardini, Inhaber von Georgia Ramon. Einstimmen darauf konnten sie sich beim Warm-up von SWEETS GLOBAL NETWORK am Vorabend der ISM.
„Ich wollte mich nochmals persönlich für den wunderschönen Abend im Köln Sky bedanken. Es war ein fantastischer Abend, der meine Erwartungen bei Weitem übertraf und auch kulinarisch einfach perfekt war. Wir durften sehr nette Menschen im SG-Network kennenlernen. Es war sehr interessant, sich fachlich auszutauschen [...]. Da wir noch nie auf dieser Messe in Köln waren, muss ich sagen, dass es sehr eindrucksvoll und lehrreich für uns war. Wir konnten einige neue Kontakte mit Herstellern von verschiedenen Produkten knüpfen. Ich freue mich wirklich, dass ich ein Mitglied vom CdC bin", schrieb Gerhard Götze, Inhaber Cafe Conditorei Confiserie Götze in Bregenz.

Interessante Vorträge, gutes **Networking** zwischen Handel und Herstellern

Während des Forums berichtete Wielgoss von den Anfängen der Marke Perú Puro und wie er es geschafft hat, sie erfolgreich zu vermarkten. Bernardini ließ die Zuhörer am „Leben eines Craft-Bean-to-Bar-Chocolatiers" teilhaben und untermalte seinen Vortrag sensorisch mit Kostproben. Beide boten Einblicke, die zeigten, dass Anbau, Transport und Verarbeitung von Kakao nicht nur ein genussvolles Abenteuer, sondern vor allen Dingen harte Arbeit sind, die Wielgoss mit einem Augenzwinkern „Regenwaldschutz in Tafelform" nannte. Schmeckbares Produkt daraus ist unter anderem die Schokolade Chuncho Gold, die es mit 70 % und 52 % Kakao gibt. Heute leben in Peru rund 140 Familien von dem Projekt, über 500.000 Kakaobäume wurden gepflanzt. Auch Bernardini begann seinen Vortrag am Ursprung und vedeutlichte, was es bedeutet, zu Fuß in ein entlegenes Anbaugebiet zu gelangen. „Wir als Craft-Bean-to-Bar-Chocolatiers sind auch Techniker, Einkäufer, Verkäufer, Berater, Social-Media-Beauftragte, EDV-Spezialisten, Produktentwickler, Designer und vieles mehr", sagte er. Doch beide Referenten sind sich einig, dass sie ihre Berufung gefunden haben, dass es ihnen Spaß macht, am Ursprung und mit den Händlern vor Ort zu arbeiten, um so für alle ein einträgliches Auskommen zu sichern. ◆

**Wir liefern hochwertige Komponenten –
Sie machen das kreative Finish**

Besuchen Sie noch heute unseren Shop und
lassen Sie sich von unserer Vielfalt inspirieren

www.confis-express.de