

Herbst 2020



Confiserie Welt

News vom Club der
Confiseries e. V.

Gekonnt
in Szene
gesetzt

Monochrom oder farbenfroh

Hochwertige Verpackungen
setzen Premium-Schokoladen
und Confiserie-Produkte
ins optimale Licht
und verlocken
zum Zugreifen



Neue Ideen, wertvolle Kommunikation

„Herzlichen Dank für die Info, ich glaube, heute kann ich wieder etwas besser schlafen.“

Herzlichen Dank, lieber CdC, für die vielen Initiativen, die Sie entweder gebündelt oder selbst organisiert haben. Wir (als Großhändler) waren dadurch zwar nur indirekt betroffen, haben aber unsere Kunden darauf aufmerksam machen können und vielleicht so auch davon profitiert.

Es ist großartig, dass ihr euch um unsere Sorgen kümmert und in dieser Situation mit solch wertvollen Informationen zur Seite steht. An dieser Stelle ein ganz herzliches Dankeschön an den CdC.

Dinzler Kaffeerösterei: „Unser Chef-Barista führt Sie bei einem typischen Kaffee-Cupping durch die Aromenwelt der verschiedenen Kaffeesorten und das Live auf unserem Instagram Kanal. [...] Um die passenden Kaffees zur Hand zu haben, finden Sie die notwendigen Komponenten in unserem Probierpaket.“

Corona-Osterkorb-Aktion (Confiserie-Welt Sommer 2020, Nachgefragt): „Liebe Münchner, vielen vielen Dank für Eure Unterstützung und Spendenbereitschaft. Ihr habt insgesamt 15.200 Euro gespendet. Und die Chokolaterien, Buchläden, das Speisecafe Rigoletto und Kaffee Fausto haben die Summe auf 20.000 Euro aufgestockt, sodass wir am Ostersonntag mit neun Lastenrädern über 80 Osterkörbe verteilen konnten“, so Dr. Johann Thaller.

„Schön, dass wir jetzt Mitglied sind und so viele Informationen von euch bekommen. Ich finde die Idee toll und würde mich sehr gerne beteiligen.“

Nach der gelungenen Premiere einer Online-Verkostung und Vorstellung von fünf handgeschöpften Schokoladen durch Julia Zotter Ende April hat der österreichische Chocolatier Josef Zotter im Mai erneut zu einer Live-Verkostung auf Facebook eingeladen. Dazu bot das Unternehmen über den Online-Shop das neue Live-Verkostungspaket an.

„Vielen Dank an das ganze Team vom CdC, dass Sie sich so viele Gedanken machen.“

„Toll, dass Sie uns mit solchen Informationen weiterhin versorgen ... das gibt uns Hoffnung!“

„Das sind wirklich gute Nachrichten. Wir werden das sofort an unsere Kunden kommunizieren. Das gilt bundesweit? Hoffentlich kehrt bald wieder Normalität ein.“

„Liebes CdC-Team, seit die Corona-Krise den Handel beeinträchtigt, informiert ihr uns Mitglieder zeitnah über alle Arten von Initiativen, Geschäftsideen und Urteilen im Schokoladenbereich. Das schätzen wir sehr. Ihr macht hier einen tollen Job!“

Funktionierendes Netzwerk

Corona war und ist eine Herausforderung – für die Hersteller ebenso wie für die Händler, unabhängig von der Geschäftsgröße. Die Absatzkanäle haben sich teilweise verlagert und viele Unternehmer haben Ideen entwickelt, um ihren Umsatz zu beleben. Der CdC hat seine Mitglieder kontinuierlich mit vielen Infos versorgt, und das Netzwerk hat gezeigt, wie wichtig es ist, sich auszutauschen.

Zuhören, was gewünscht wird

Respektvolles Miteinander und Achtsamkeit prägen seit der Firmengründung vor drei Jahren die Philosophie der Premium-Eismanufaktur.

Der Steinmetz im Norden, im Süden der Friedhof samt Blumenladen, und westlich liegt der Stadtpark – es ist beschaulich in diesem Münchner Stadtteil, keine geschäftige Eins-a-Lage. Dennoch haben es Stephanie und Peter Kraft geschafft, dass ihre im Herbst 2017 eröffnete Eisdiele „Sweet Monkeys“ – Pures Eisvergnügen“ zum beliebten Treffpunkt wurde. „Freunde hielten uns für verrückt, im November eine Eisdiele zu eröffnen, doch rückblickend war dies genau die richtige Entscheidung“, erinnert sich Peter Kraft. „Der erste Winter war eher ruhig“, gibt er zu, „doch so konnten wir viel Feedback einholen und uns in Ruhe mit den Geräten vertraut machen. Heute haben wir eine schöne Mischung aus Neu- und Stammkunden. Viele davon kennen wir und unsere zehn Mitarbeiter mit Namen.“

Das Konzept ist klar: Hochwertiges, handwerkliches Speiseeis aus möglichst regionalen Zutaten steht im Mittelpunkt, ergänzend dazu gibt es frische Belgische Waffeln aus hausgemachtem Teig. „Unsere Milchprodukte beziehen wir von der Molke- und Berchtesgadener Land, wir verwenden 100-prozentiges Nussmark und Fruchtpüree, und zusätzlich bekommen wir frisches Obst und Gemüse von einer benachbarten Bio-Gärtnerei“, verrät Stephanie Kraft.

Gemüse? Ja, in der Vitrine mit den insgesamt 18 Sorten gesellen sich zu den Klassikern regelmäßig neue Geschmacksrichtungen, beispielsweise Spargel- oder die Sorte Gurke-Ananas, jedoch „sollte es nicht zu durchgeknallt sein“. Wo möglich und sinnvoll greifen die beiden auf frische Zutaten zurück, das Rhabarberkompott für das saisonale Eis kocht die Firmenchefin selbst. „Wir entscheiden für jede Sorte einzeln, ob es Sinn macht, frisches Obst oder ein hochwertiges Püree zu verwenden. Unser Bananeneis ist aus frischen Früchten, für das Mangosorbet, das ganzjährig zu unseren Topsellern zählt, greifen wir auf Püree zurück. Entscheidend ist der Geschmack, nicht der Preis.“ Unter den Top 6 sind auch Zitrone-Minze, Himbeere und Erdbeere. „Vanille und Schoko stehen nicht so sehr im Mittelpunkt“, so Peter Kraft. Ein Dauerläufer ist die Sorte Zimt. „Wir wollten sie im Sommer rausnehmen, doch die Kunden haben danach verlangt.



Aus Liebe zu ehrlichem Eis haben Stephanie und Peter Kraft ihr Eiswerk Sweet Monkeys' geschaffen

Man muss zuhören, was gewünscht wird.“ Auch die Belgische Waffel ist das ganze Jahr über begehrt, im Winter gibt es dazu heißes Zwetschgen- oder Apfel-Zimt-Kompott. Eisbecher spielen eher eine untergeordnete Rolle. „Wir bieten fünf verschiedene Eisbecher an, die bewusst nicht so pompös sind“, betont die Firmeninhaberin. Die Erdbeer-, Schoko- und Karamellsauce dafür fertigt sie ebenfalls selbst. „Bei uns steht das Eis im Fokus, unsere Eissorten sprechen für sich.“

Zunehmend nachgefragt wird veganes Eis. „Wir glauben, dass sich bei vielen Menschen darin der Trend hin zu einem bewussteren Leben und mehr Achtsamkeit widerspiegelt“, so die Krafts. Auch sie prüfen bei jeder neuen Eissorte, ob sie sich ohne tierische Produkte zubereiten lässt. So bietet Sweet Monkeys' zum Beispiel Schokoladeneis und veganes Schokoladensorbet an. Generell sind sämtliche Kreationen frei von künstlichen Aromen, Farb- und Konservierungsstoffen sowie „allem anderen Schnickschnack“. „Wir fragen uns stets: Was können wir zu einem achtsamen Umgang mit den Ressourcen beitragen.“ So liegt der (Öko-)Stromverbrauch ihrer Eisvitrine lediglich bei einem Drittel im Vergleich zu einer „normalen“ Theke. Allein rund 50.000 Euro haben die beiden in die Vitrine und die Eismaschine investiert.

Für Events, Firmenveranstaltungen und Feste hat Sweet Monkeys' Charlie im Angebot, ein Lastenrad, das mit vier Sorten Eis nach Wahl, Bechern etc. bestückt ist und inclusive Servicekraft gebucht werden kann. Die kleine Schwester von Charlie, eine Tischvitrine mit drei Eissorten, steht abholbereit zur Verfügung.

Stephanie und Peter Kraft haben ein Geschäftsmodell entwickelt, das ankommt. Seit Neuestem beliefern sie ein Münchner Café sowie eine Bäckerei mit ihrem Eis. „Auch Fachgeschäfte könnten unser Eis verkaufen. Wichtig ist uns, dass die Verkaufsstelle zu unserer Philosophie passt. Das Gesamtkonzept muss stimmen: das Produkt, die Atmosphäre, die Mitarbeiter und das Miteinander. Man wächst in viele Richtungen, einzelne Zahnrädchen greifen ineinander. Der Kunde spürt, ob alles passt und harmonisch läuft.“

www.sweet-monkeys.com

Handwerkliche Fertigung mit regionalen Zutaten und Geschmack im Fokus



Zwei klassische Rohmassen neu interpretiert

Die Manufaktur „Das Bernsteinzimmer“ hat sich auf die Fertigung von veganem Nougat- und Marzipankonfekt spezialisiert und sich mit seinen Kreationen sowohl bei den Verbrauchern als auch in Fachkreisen einen Namen gemacht.

Hört man Solvejg Klein, Inhaberin des Wuppertaler Unternehmens „Das Bernsteinzimmer – Raum für Genuss“ beim Erzählen zu, tauchen vor dem inneren Auge Bilder von der alten Seidenstraße auf. Man stellt sich vor, wie ihr Vater, der Kapitän, kleine Säckchen mit wertvollen Gewürzen auf den Tisch stellt. „Safran, Kreuzkümmel, Kardamom und Zimt zählen zu meinen Lieblingen. Ich bin mit für die damalige Zeit außergewöhnlichen Gewürzen aufgewachsen“, sagt sie. Die Realität in den 1980er-Jahren war wohl ein wenig anders, doch tatsächlich wuchs sie in einem Kapitänshaushalt auf, in dessen Küche Gewürze seit jeher eine bedeutende Rolle spielen. Die Liebe dazu – sowie den unkomplizierten Umgang damit – hat sie beibehalten.

Die Liebe zur Schokolade kam etwas später, angefangen durch den bekannten Kinofilm. Es folgte die Ausbildung bei einem großen Schokoladenhersteller in Aachen zur „Fachkraft für Süßwarentechnik, Fachrichtung Konfekt“. „Dort realisierte ich, dass der Alltag in der Schokoladenindustrie nicht meine Heimat ist“, erzählt Klein. Was sie jedoch liebte, war der

Unterricht an der ZDS sowie die Arbeit mit den Rohstoffen, die Erfahrung, was man alles daraus machen kann. Also kehrte sie der Industrie den Rücken zu, um sich etwas Eigenes aufzubauen. „Auf meinem Weg zur Selbstständigkeit habe ich Umwege gemacht und viel gelernt. Zwei Dinge haben sich mir besonders eingepägt: Ich muss flexibel und ehrlich sein.“

Kakao harmoniert am besten mit landestypischen Rohstoffen

Und so führt sie ihr im November 2015 gegründetes Unternehmen „Das Bernsteinzimmer – Raum für Genuss“ heute mit ihrem Partner Oliver Pak mit größtmöglicher Transparenz. Freimütig gibt sie preis, wer sie mit welchen Rohstoffen beliefert, denn sie weiß, dass ihre ausgeklügelten veganen Rezepturen nicht ohne Weiteres kopiert werden können. Aufbauend auf ihrem Fachwissen, hat sich die Autodidaktin ihr Know-how in der Herstellung veganer Pralinés selbst beigebracht. Mittlerweile

sind ihre Expertise im Umgang mit Nüssen und Schalenfrüchten und ihr umfangreiches Wissen über vegane Schokoladen und Konfekt auch in Fachkreisen gefragt. Zurzeit steht sie in Kontakt mit der ZDS bezüglich Vorlesungen zu diesem Thema. „Ich habe schon viele Unternehmen beraten, kleinen Start-ups helfe ich sehr gerne einfach so. Größere Firmen bezahlen natürlich die Produktentwicklung.“ So war es beispielsweise bei Chocolat Madagascar, einem familiengeführten Unternehmen von dem sie Kuvertüren bezieht. „Meine Idee war, eine vegane „Milch“-Schokolade mit einem heimischen Rohstoff, im konkreten Fall Cashewkernen, zu entwickeln. Denn ich bin überzeugt davon, dass die Aromen, der Geschmack des jeweiligen Kakao, am besten mit landestypischen Rohstoffen harmonieren.“

In ihrer Manufaktur lebt Klein ihre Kreativität vorwiegend in ihren Nougat- und Marzipanpralinés aus. Das siebenköpfige Team fertigt das Sortiment überwiegend in Handarbeit, nur eine halbautomatische Überzugsmaschine unterstützt das Team bei der Arbeit. „So kann ich jede einzelne Kuvertüre perfekt temperieren. Ich bevorzuge Anbieter wie Chocolat Madagascar, Kuná und Mashpi, die ihre Kuvertüren am Ursprung aus den Kakaobohnen herstellen, da dadurch mehr Wertschöpfung im Land generiert wird. Je nach Charge können die Schmelz- und Fließigenschaften der Kuvertüren ein wenig variieren, das kann ich dann leicht abfedern“, erklärt Klein. Nicht zuletzt wählt sie ihre Kuvertüren aber nach dem Geschmack aus: „Viele Hersteller vergessen, dass bei der Verkostung einer Praline der Schokoladengeschmack am längsten im Mund verbleibt, weil die Schokolade die Füllung umhüllt“, so Klein.



Solvejg Klein, Fachfrau für veganes Konfekt



Generell profitieren ihre Kreationen davon, dass die Schokoladenfachfrau aufgrund der handwerklichen Fertigung auf jeden Rohstoff individuell eingehen kann. Auch ihr Gianduja fertigt sie von Hand – angefangen beim Rösten der Nüsse über das Mahlen bis hin zur fertigen Komposition. Bei manchen Rezepturen greift sie auf Marzipan und Nougat von Lubeca zurück, die sie dann passend zu dem jeweiligen Konfekt verfeinert – alles so weit wie möglich in Bio-Qualität. „Schon kurz nach der Unternehmensgründung haben wir die Bio-Zertifizierung beantragt, das war uns sehr wichtig“, betont Klein. Dennoch sieht man auf den meisten ihrer Verpackungen weder das Bio- noch das Vegan-Siegel. Dies liege daran, dass es auf Seiten vieler Verbraucher nach wie vor Vorbehalte gegenüber veganen Produkten gäbe. Ein weiterer Grund ist die Verwendung ausgewählter Zutaten – ein bestimmter Whisky oder seltene Gewürze –, die nicht biozertifiziert sind.

Der Erfolg ihrer Manufaktur bestätigt ihr, dass sie auf dem richtigen Weg ist, dass sie den Geschmack der Kunden trifft. Mittlerweile fertigt sie etwa zwei Tonnen Konfekt im Jahr, die sie über ihren Online-Shop und ausgewählte Fachgeschäfte vertreibt. „Das Thema Vegan ist ungebroschen aktuell. Beständig kommen neue Geschäfte auf uns zu, die ihr Sortiment in diese Richtung erweitern möchten. Das freut uns natürlich sehr.“

Die aktuellen Bestseller im Sortiment sind Maple-Pekan, Tonka-Mandelnougat, Erdnussbutter-Nougat sowie die Sommersorte Lavendel-Zitrone. „Unser Sommerkonfekt ist wahnsinnig gut angekommen, das hat mich selbst überrascht“, sagt sie. „Und obwohl Marzipan nicht jedermanns Geschmack trifft, war mein Parliné Earl-Grey-Matcha-Marzipan sehr erfolgreich.“ Nach ihrem Geheimnis gefragt, antwortet sie: „Ich arbeite mit zwei klassischen Massen, Marzipan und Nougat, und interpretiere sie neu. Ich lasse das Bekannte mit dem Unbekannten ver-

schmelzen und schicke so die Geschmacksknospen auf eine Reise. Das mögen meine Kunden.“

Und manchmal eilt ihr auch der Zufall zu Hilfe: „Bei der Schokolade Kürbis & Gewürznougat musste ich erst erkennen, dass manche Rohstoffe einfach Zeit brauchen, um sich richtig zu entfalten. Ich hatte die gewürzte Schokoladenmasse hergestellt und bin dann einfach nicht dazu gekommen, sie weiterzuverarbeiten. Drei Monate konnten die Gewürze in der Schokolade ziehen, und das war genau die Zeit, die die Aromen gebraucht haben, um sich mit der Kakao-butter zu verbinden. Die Schokolade ist nicht nur zu unserem heimlichen Liebling in der Manufaktur geworden, das zweischichtige Praliné, das ich auf Basis der Rezeptur kreiert habe, hat sogar weltweit bei den Academy of Chocolate-Awards Bronze gewonnen.“

www.dasbernsteinzimmer.com



Anzeige



WALTER
VERPACKUNGEN
Manufaktur seit 1914

100 Jahre



Perfektion & Leidenschaft

Außergewöhnliche Verpackungen in einer Vielzahl von Materialien und Farben





www.walter-verpackungen.de



Im Lager in Gmund liegt das Papier auf Rollen gewickelt. Ausgeliefert wird es in der Regel in Bögen geschnitten

Hochwertiges Papier spricht für sich

Die Papierfabrik Gmund fertigt Papier in höchster Qualität. Ganze Projekte realisiert der Gmund Full Service in enger Zusammenarbeit mit Kunden wie der Perú Puro GmbH und Kilian Schoen Chocolates.

Klassisch, schlicht und zugleich auffällig sind die Schokoladentuis und Pralinschachteln, in denen die hochwertigen Produkte von Perú Puro und Kilian Schoen Chocolates verpackt sind. Während sich Perú Puro beim Verpackungsrelaunch für ein zurückhaltendes Cremeweiß mit farbigen Illustrationen entschieden hat, wählte Kilian Schoen Chocolates ein auffälliges Blau mit goldener Heißfolienprägung. Umgesetzt hat beide Konzepte Gmund Full Service, die Produktionsagentur von Gmund Papier. „Wir haben eine Verpackung gesucht, die sowohl die Wertigkeit als auch die Herkunft unserer Regenwald-Schokoladen widerspiegelt“, berichtet Arno Wielgoss, Geschäftsführer von Perú Puro, der auf der ProSweets Cologne auf die Papierfabrik Gmund aufmerksam geworden ist. Sehr wichtig war für ihn zudem, dass Gmund Papier maßgeschneiderte Lösun-

gen anbietet und er dort alles aus einer Hand bekommen kann. Der erste Gedankenaustausch fand via Videokonferenz statt. Wielgoss stellte sich ein wiederverschließbares Etui vor, in das die Tafeln in einer Behindertenwerkstatt von Hand gesteckt werden. „Hinsichtlich der Farbe schwebte uns Weiß oder ein Cremeton

Das Papier richtet sich nach dem Design, hier bittet der Kunde oft um Beratung

vor. Zudem sollte das Papier eine edle Anmutung und eine leicht raue Struktur haben. Die Prägung sollte lebendig, quirlig wirken“, sagt Wielgoss. „Anhand dieser Vorgaben haben wir Papiermuster ausgewählt und diese per Post in verschiedenen Grammatoren und Prägungen sowie in unterschiedlichen Farbtönen zu

dem Kunden geschickt“, sagt Michaela Köster, Product Development Manager bei Gmund Papier. „Ein strukturiertes Papier ist nicht nur schön, sondern auch robuster, was gerade in Hinblick auf den Nachhaltigkeits-Gedanken von großer Bedeutung ist.“ Auch bezüglich der Prägung machte sie Vorschläge. „Wir haben zur Abstimmung immer wieder miteinander telefoniert und konnten so einen Prototypen anfertigen. Für die Feinabstimmung ist das Team von Perú Puro zu uns nach Gmund gekommen.“ Wielgoss ergänzt: „Da das Verpackungsdesign auf den Regenwald hinweisen sollte, entwickelten wir die Idee, in die Etuis ein Sichtfenster zu stanzen und diesen einen Flyer beizulegen.“ Auf dem Flyer ist ein im peruanischen Regenwald lebendes Tier illustriert. Die Tiere sind durch die Stanzung in den Etuis sichtbar. Sie stehen als Paten für den Regenwald, den Perú Puro durch den Anbau im Agroforstsystem schützt. „Auf

Papierfabrik Gmund

Seit 1829 werden in Gmund am Tegernsee innovative Papiere mit herausragender Ästhetik und natürlicher Haptik entwickelt, und es entstehen maßgeschneiderte Lösungen für nachhaltige Markenauftritte. Das Familienunternehmen wird heute von Florian Kohler in vierter Generation geleitet. Das Sortiment umfasst rund 100.000 Papiervarianten, allen voran die farbigen und strukturierten Feinpapiere, die bei Geschäftsaustattungen, Verpackungen, Katalogen, Imagebroschüren oder kunstvollen Postkarten Verwendung finden. Rund 75 Prozent der Papiere werden in 70 Länder weltweit exportiert. Ein Meilenstein gelang Gmund Papier mit der Entwicklung des Farbsystems „Gmund Colors“: 48 perfekt aufeinander abgestimmte Farben mit vier verschiedenen Oberflächenstrukturen bieten für jeden Anlass das passende Ensemble. Bei der neuesten Entwicklung, Gmund Bio Cycle, war das Ziel, bis zu 50 Prozent des Rohstoffes Holz durch schnell wachsende Fasern zu ersetzen, was mit den Papieren Chlorophyll - Blattgrün, Wheat - Stroh, Cannabis - Hanf, Rag - Baumwolle sowie Cycle - Kreislauf ein-drucksvoll gelungen ist. www.gmund.com



der Chuncho Gold 52 % ist der blaue Morphofalter abgebildet, auf der 70 %igen ein roter Ara, und die 85 %ige ziert ein Jaguar“, erläutert Wielgoss. Sämtliche Illustrationen stammen aus der Feder eines in Cusco ansässigen Künstlers. „Für uns ist der Service wirklich wichtig“, erklärt Wielgoss. „Wir verschließen die Schokoladentuis mit einem Aufkleber. Der muss gut halten und zugleich abgelöst werden können, ohne die Verpackung zu beschädigen. Das hat Gmund Papier ebenfalls für uns gelöst.“ Im Herbst werden die Jahresschokoladen 2020 in den Verpackungen aus strukturiertem cremeweißem Papier mit Stone-Prägung im Handel lanciert. Für den Online-Versand werden die Tafeln im 12er-Karton und in einer 3er-Probierbox angeboten, die ebenfalls in Gmund gefertigt werden.

SCHWERPUNKT

Mut zur Farbe

Kilian Schön hingegen ist ganz gezielt an die Papierfabrik Gmund herangetreten, weil er nach einem nachhaltigen Verpackungskonzept für seine Produkte gesucht hat. „Unser größtes Anliegen war die Nachhaltigkeit. Ich wollte einen zuverlässigen Partner und hatte Vorstellungen hinsichtlich der Stabilität und Größe der Verpackungen, die aus lebensmittelechtem Papier gefertigt sein sollten. Meine Schachteln sind nicht beschichtet“, betont der Chocolatier. Er möchte, dass seine Verpackungen weiterverwendet werden – beispielsweise als Schatteln im Haushalt oder zum Wiederbefüllen mit Pralinen in seiner Chocolaterie. „Auch hinsichtlich der Farbe hatte ich ziemlich klare Vorstellungen. Ich wollte weg von den gedeckten Farbtönen, die häufig für Schokoladenprodukte verwendet werden.“ Stefanie Schachtner, Senior Sales Manager bei Gmund Papier, berichtet: „Die Verpackung sollte zu dem neuen Raumkonzept der Confiserie passen. Schnell war mir klar, dass der durchgefärbte Karton Gmund Colors matt 55 perfekt geeignet ist. Eine Herausforderung war der Zeit-

rahmen, die Verpackungen sollten in wenigen Wochen fertig sein. Doch wir haben es geschafft, denn intern sind die Wege bei Gmund Papier kurz. Davon, und von unserem Netzwerk an Partnern, profitieren unsere Kunden.“ Das Ergebnis kann sich sehen lassen: Gmund Papier fertigt die

blauen Hohlwandschachteln mit verschiedenen Kammern in drei Größen für den Chocolatier. Im Lauf des Jahres soll die Range ausgeweitet werden. In goldener Heißfolienprägung ist der Firmenname aufgedruckt – mehr nicht. Denn ein weiteres Bedrucken würde sowohl bei Perú Puro als auch bei Kilian Schoen Chocolates von der Struktur des hochwertigen Papiers ablenken, sie überdecken. „Das Papier soll für sich sprechen. Gerade diese beiden Verpackungskonzepte zeigen, dass Papier eine große Ausdruckskraft haben kann“, erklärt Köster. www.perupuro.de www.kilianschoen-chocolates.com





Transparent und nachvollziehbar

Verpackungen schützen und fallen auf. Seit einiger Zeit liegt der Fokus zunehmend auf dem Material, aus dem sie hergestellt sind. Martin Zirbs, Geschäftsführer von Zirbs Verpackungen, beleuchtet die Kunststoffe, eine Produktgruppe mit vielen Eigenschaften.

Herr Zirbs, Sie verwenden für Ihre Kunststoffverpackungen wo möglich recyceltes Polyethylenterephthalat (rPET), jedoch nicht zu 100 Prozent, warum?

Martin Zirbs: Theoretisch ist es möglich, PET oder vielmehr rPET mit einem Rezyklatanteil von 100 Prozent einzusetzen, doch teilweise fehlen hierzu noch Genehmigungen in Bezug auf Lebensmittelsicherheit. Extrusionsanlagen der neuesten Generation bieten die entsprechenden Möglichkeiten, lebensmittelzertifizierte Folien aus 100 Prozent Rezyklat herzustellen. Für mich ist es nur noch eine Frage der Zeit, bis diese Technologie flächendeckend zur Verfügung steht. Bis dahin setzen wir vorwiegend Folien mit einem Recyclinganteil von 80 bis 90 Prozent ein.

Vorgefertigte Schokoladenhohlkörper werden meist in Tablettis geliefert. Können die Tablettis recycelt werden?

Es ist davon auszugehen, dass eine Vielzahl dieser Tablettis aus PET mit einem hohen Rezyklatanteil besteht. Natürlich ist es weiterhin möglich, ja sogar wünschenswert, dass dieses Material in die Wertstoffkreisläufe zurückfließt. Für den Recyclingprozess bestehen keinerlei Probleme, auch wenn die Einsätze noch mit Fett oder Schokolade behaftet sind. Das Material wird in Schneidemühlen zu Flakes vermahlen, gewaschen, getrocknet und bei rund 240 °C zu neuer Folie verarbeitet.

Welche Kunststoffabfälle können generell gut recycelt werden?

Die Thermoplaste, also nahezu alle wärmeformbaren Kunststoffe lassen sich gut bis sehr gut recyceln. Herausragend ist PET, es ist der einzige mir bekannte Kunststoff, der als PCW (post consumer waste) wieder als Lebensmittelverpackung verwendet werden kann. Seine Wertigkeit lässt sich relativ einfach am Pfandsystem und den aufwendigen Rück-

nahmeverfahren für z. B. PET-Flaschen erkennen. Speziell diese Flaschen bilden schon jetzt die Grundlage für viele PET-Trays, die für Süßwaren und Confitüreprodukte eingesetzt werden.

Wie oft lässt sich Kunststoff recyceln?

Die Frage lässt sich nicht pauschal beantworten. Viele Kunststoffe aus der Kategorie Thermoplaste, besonders die Polyolefingruppen wie PP oder PE, lassen sich zwar grundsätzlich und mehrmals recyceln, können aber in der Regel nicht mehr im Lebensmittelprimärkontakt eingesetzt werden. PET hingegen kann mehrmals in den Wertstoffkreislauf zurückgeführt werden. Man geht davon aus, dass PET unter optimalen Bedingungen durchschnittlich sechs bis neun Mal recycelt werden kann! Entscheidend ist der bewusste Umgang mit den Materialien und die konsequente Rückführung in den Wertstoffkreislauf.

Glauben Sie, dass Papier den Kunststoff unter Berücksichtigung der geltenden Vorschriften in der Confitüre ersetzen kann?

Nein, das glaube ich nicht. Schon aus ökologischen Gründen wäre das nicht besonders sinnvoll. Auch für Papier werden wertvolle Rohstoffe benötigt. Momentan geht weltweit pro Jahr etwa die Fläche der Schweiz an Wald verloren, um den Bedarf an Frischfasern zu decken. Papier lässt sich in der Regel rund dreimal recyceln, da die Zellstofffasern mit jedem Recyclingprozess kürzer werden und die natürliche Bindekraft verloren geht. Dies wird bei der Herstellung von Recyclingpapieren durch die Zugabe von rund 30 Prozent Frischfasern kompensiert. Ein weiterer Aspekt: Im Papierrecycling kann nur der Faseranteil, also rund 60 Prozent der Gesamtmasse, recycelt werden. Lacke, Druckfarben, Kleb- und Füllstoffe bleiben mit rund 40 Prozent zurück und müssen entsorgt werden. Die



Heike und Martin Zirbs führen das Familienunternehmen

Begriffe MOSH und MOAH stehen damit in enger Verbindung.

Was ist der Unterschied zwischen biokompostierbaren sowie biobasierenden Kunststoffen?

Biobasierende Kunststoffe bestehen aus nachwachsenden Rohstoffen biologischen Ursprungs, sie müssen nicht zwingend kompostierbar sein. So besteht Bio-PET aus 30 Prozent Ethanol, welches aus den Abfällen der Zuckerrohrverarbeitung stammt. Kompostierbar ist dieses Material nicht, jedoch lässt es sich in die bestehenden Stoffkreisläufe integrieren. Biokompostierbare Kunststoffe hingegen bestehen ganz oder teilweise aus mineralisch/chemischen oder aus nachwachsenden Rohstoffen. Wichtig ist, dass die molekulare Struktur einer in der Natur vorkommenden Zusammensetzung nachempfunden ist, um sicherzustellen, dass ein natürlicher Zersetzungsprozess auf mikrobiologischer Ebene stattfinden kann. Dafür werden entsprechende Bakterien, Wärme, Sauerstoff und Feuchtigkeit benötigt. Gelingt ein biokompostierbarer Kunststoff ins Meer, so bestehen hier weitestgehend die gleichen Probleme für die Meeresfauna wie bei herkömmlichen Kunststoffen. Verwertbar sind solche Kunststoffe grundsätzlich nur in industri-

ellen Kompostieranlagen unter Zuführung von Energie. Lediglich in Schwellenländern, die keine Infrastruktur für Recycling haben und Abfälle in großem Stil deponieren, würden sich biologisch abbaubare Kunststoffe nachhaltig positiv auswirken.

Pralinen zum Eigenverzehr werden oft in kleinen, transparenten Beuteln verpackt. Aus welchem Material sind die?

Verschiedene Materialien sind im Umlauf, darunter OPP, Zellglas und diverse kompostierbare Folien. Neuerdings gibt es auch vermehrt Kunststoff-Papierverbunde, die nur in der Theorie recycelbar sind, da der Anteil am Gesamtaufkommen verschwindend gering ist. So entsteht hier ein Materialmix, den kein noch so informierter und verantwortungsbewusster Verbraucher identifizieren, trennen und den Recyclingkreisläufen zuführen kann.

Wodurch könnte man das Recycling von Kunststoffen erleichtern?

Eine große Erleichterung und Verbesserung wäre die Reduktion der im Verpa-



ckungsbereich verwendeten Kunststoffsorten auf ein Minimum, verständliche, klare Kennzeichnungen sowie Aufklärung und Sensibilisierung schon in der Schule. Recycling und Kunststoffe sollten im wahrsten Sinne des Wortes transparenter, einfacher und nachvollziehbar werden.

Was wünschen Sie sich für einen bewussteren Umgang mit Kunststoffen?

Verbraucher sollten diese Stoffe weitestgehend wertschätzend als Sekundärrohstoffe wahrnehmen und nicht als „blöden Plastikmüll“ in eine Schmutzdecke schieben. Ich denke, dass wir hier, ohne eine positive Haltung gegenüber Kunststoffen nie wirklich positive Ergebnisse erzielen

können. Persönlich würde ich mir in diesen Bereichen mehr Verständnis und Aufklärung für Ressourcenschonung und Kreislaufwirtschaft wünschen.

Sie bieten in ihrem vielfältigen Sortiment auch Komplettverpackungen an. Worauf achten Sie besonders?

Bei unseren Sortimenten und Produkten achten wir besonders auf Recyclingfähigkeit und Ressourcenschonung. Komplettverpackungen für Lebensmittel können heute schon aus 80 bis 100 Prozent Recyclingmaterial bestehen. Hier legen wir ein besonderes Augenmerk darauf, dass die einzelnen Komponenten für die Verbraucher logisch und nachvollziehbar zu trennen sind. Vielfach machen die Barriereigenschaften der Kunststoffe sogar den Einsatz von Recyclingpapieren möglich. Weiter versuchen wir, unsere Kunden immer mehr vom Einsatz möglichst transparenter Formteile zu überzeugen, da sich diese besonders für eine weitere Verwendung oder stoffliche Nutzung eignen. ♦

www.zirbs-verpackungen.de

Beutelschachteln und Gebäckschalen aus Karton mit Öko-Barriere

Etwa ein Jahr ist es her, dass eine neue Kartonqualität mit kunststofffreier Öko-Barriere für Lebensmittel-Anwendungen auf den Markt kam. „Das Besondere daran ist, dass das Material für den Direktkontakt mit feuchten und fettigen Inhalten zugelassen ist und dass die Barriere ‚Öko‘ ist, also nicht wie meist üblich eine PP- oder PE-Beschichtung aufweist“, erklärt Sebastian Echtner, Inhaber von Klotz Verpackungen. Ein weiteres, entscheidendes Zusatzfeature des Kartons ist, dass er biologisch abbaubar, also industriell kompostierbar und somit leicht zu recyceln ist. „Der weiße Chromokarton eignet sich perfekt, um daraus Gebäckschalen, Adventskalender und Beutelschachteln herzustellen. Aufgrund der Öko-Barriere des Kartons kann ich das

bisher häufig verwendete Verbundmaterial durch ein ökologisch sinnvolleres ersetzen. Das Produkt kann direkt, ohne weiteren Beutel, in die Schachtel eingefüllt werden, ohne dass sie durchfettet, selbst wenn Nougat dabei ist.“

Mit dem Karton steht ein Verpackungsmaterial zur Verfügung, das sicher für den direkten Lebensmittelkontakt und frei von optischen Aufhellern (OBA) sowie Fluorchemikalien ist. Zudem ist der Karton nicht nur gut zu recyceln, sondern auch leichtgewichtig und trägt daher über die gesamte Lieferkette hinweg zur Reduktion des CO₂-Fußabdrucks bei. Echtner betont: „Der weiße Karton lässt viel Raum für Kreativität. Je nach Saison und Kundenwunsch kann ich ihn hochwertig veredeln oder prägen.“ ♦

www.klotz-verpackungen.de



Die Beutelschachtel aus Chromokarton ist leicht zu recyceln. Klotz Verpackungen hat den Karton, der aus reinen Frischfasern aus nachhaltig bewirtschafteten nordeuropäischen Wäldern hergestellt ist, bedruckt und mit Heißfolienprägung in „Laser-Effektfolie“ veredelt. Die Folie wirkt erst silber, schimmert aber in allen erdenklichen Farben, wenn man sie ins richtige Licht rückt.



Gute Qualität muss nicht teuer sein

Walter Verpackungen punktet mit kreativen, hochwertigen Verpackungen und behält stets die Nachhaltigkeit im Produktionsprozess im Auge.

Gute, qualitativ hochwertige Schokoladenprodukte erkennt man heutzutage nicht nur anhand ihres besonderen Geschmacks, der Auswahl der Rohstoffe und der Verarbeitung, sondern auch bei der visuellen Darstellung für den Endkonsumenten. Daher benötigen auslesene Schokoladenprodukte selbstverständlich auch eine entsprechend repräsentative Verpackung. Sie schützt die hochwertige Ware und vermittelt dem Kunden zugleich eine Vorstellung von dem zu erwartenden Genuss.

Genau hier ist Walter Verpackungen ein guter Partner, kommen doch 90 bis 95 Prozent der Firmenkunden aus der Süßen Branche. Viele von ihnen beziehen exakt auf ihre Bedürfnisse zugeschnittene Verpackungen. „Knapp ein Viertel unserer Produktion entfällt auf individualisierte Verpackungen und Sonderanfertigungen“, sagt Firmenchef Roland Walter.

Bei Walter Verpackungen spielt zusätzlich zu dem hohen Qualitätsanspruch an die Verpackungen auch die Nachhaltigkeit im Produktionsprozess eine wesentliche Rolle. Walter und sein Team überdenken und verbessern stetig den gesamten Produktionsprozess mit Blick auf dieses Thema. Beispielsweise basiert die große Materialauswahl überwiegend auf frischen ökologisch abbaubaren Papierfasern aus FSC-zertifizierter Waldbewirtschaftung. Die Produktion erfolgt ausschließlich in Deutschland mit hauptsächlich lokalen Zulieferern und einem zertifizierten klimaneutralen Versand. Erklärtes Ziel ist es dabei stets, qualitativ hochwertige und ansprechende Verpackungen herzustellen und zugleich die Umwelt im Blick zu behalten. Auch verwendet das Unternehmen hauptsächlich mineralölfreie Druckfarben, und es kom-

men – wenn nötig – sortenreine und dadurch gut recycelbare Kunststoffe zum Einsatz. „Zudem führen wir das neu angeordnete Verpackungsentgelt (Verp.) bereits für unsere Kunden ab“, ergänzt Walter.

Handarbeit ist wichtig, für einige Verpackungen sogar unerlässlich

In der Fertigung des Offenbacher Unternehmens ist auch noch Handarbeit wichtig. Für die Herstellung von Sonderanfertigungen und Schachteln, die aus einem Materialmix bestehen, ist sie gar unerlässlich. Die Herzverpackungen beispielsweise werden ausschließlich von Hand gefertigt. „Ich will nicht nur Spartenanbieter sein, sondern meinen Kunden alles aus einer Hand anbieten können. Wir verarbeiten sämtliche Materialien – Papier, Pappe und Folien. Aufgrund der Marktentwicklung müssen wir zunehmend Materialien in hohen Stückzahlen bevorraten, sodass wir schnell produzieren und auf individuelle Kundenwünsche eingehen können.“



Geschäftsführender Gesellschafter Roland Walter

Walter Verpackungen

In dem seit 1914 familiengeführten, mittelständischen Unternehmen produzieren 45 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter:

- Standardverpackungen, die auch in Kleinstmengen angeboten werden,
- exklusive Sonderanfertigungen für Kunden aus dem hochwertigen Süßwarenbereich,
- ein breitgefächertes Angebot von Verpackungen auch für den Non-Food-Bereich.

Die Stärken des Betriebs liegen in der Konzeption vielfältiger Verpackungslösungen, in der hohen Flexibilität und in der langjährigen Erfahrung. Ob Beratung, Layoutgestaltung, Mustererstellung, Druckvorbereitung oder finale Produktion – alles geschieht bei Walter aus einer Hand, direkt ab Werk. „Wir sind ein Unternehmen mit Tradition und stetigem Wachstum“, so der Firmenchef. „Dies haben wir zuletzt durch einen Firmenzukauf im Jahr 2018, der unsere maschinelle Kapazität an einem zweiten deutschen Standort stark erweitert hat, unterstrichen.“

www.walter-verpackungen.de



Ein Trend für 2020: der Adventskalender, gerne auch individuell gestaltet

Maßgeschneiderte Dosen

Eine Blechdose ist nicht nur die ideale Verpackung, sie eignet sich auch perfekt für das Promoten eines Marken- oder Unternehmensnamens.

Eine Custom-made-Blechdose, so nennen wir, das Team des niederländischen Dosen-Spezialisten „The Box“, eine maßgeschneiderte Blechdose, die wir gemeinsam mit unseren Kunden individuell gestalten. Denn Dosen sind seit Jahren eine beliebte Option, um einen Marken- oder Firmennamen zu bewerben. Unsere Spezialisten beraten jeden Kunden hinsichtlich des Designs seiner Dosenverpackung. Gemeinsam mit den Kunden schauen wir uns deren Design und die Möglichkeiten an, um die Dosen zu einem erfolgreichen und einzigartigen Verpackungsprojekt werden zu lassen. Wir liefern seit Jahren Millionen an Custom-made-Dosen an national und international bekannte Unternehmen, gehen aber genauso auf die Wünsche derjenigen ein, die eine kleinere Auflage möchten. Custom-made-Dosen liefern wir bereits ab einer Auflage von 2.000 Stück.

Unendliche Möglichkeiten

„Haben Sie spezifische Wünsche“, fragen wir jeden Kunden und fordern zugleich auf, darüber zu erzählen. Anschließend können wir gemeinsam nach der richtigen Lösung suchen, um eine Dose zu gestalten, die den individuellen Erwartungen entspricht. In intensiver Absprache suchen wir nach dem besten Ergebnis innerhalb des vereinbarten Budgets. Unsere Spezialisten begleiten den Kunden während des gesamten Produktionsprozesses. Wir lassen unser gesamtes Know-how einfließen, um das gewünschte Endprodukt zu erhalten.

Maßgefertigte Blechdosen

Um Kekse, Süßigkeiten oder andere Süßwaren auf originelle Weise zu verpacken und so für die eigene Marke zu werben, ist Blech bestens geeignet. Aufgrund der Beschaffenheit des Materials, es ist lichtundurchlässig und stabil, kann beispielsweise Gebäck, das bruchanfällig ist, per-

fekt in einer Dose verpackt werden. Wir lassen jede Verpackung zu einem Erlebnis werden. So können wir Blechverpackungen auf verschiedene Arten veredeln, um ein auffälliges Erscheinungsbild zu erzielen. Möglich sind beispielsweise ein Full-Colour-Druck, ein Relief/eine Prägung oder ein Fenster. Eine schöne Blechverpackung bereitet Freude beim Verschenken und steht oft noch lange beim Beschenkten auf dem Tisch, was Wiedererkennung schafft.

Auffällige Formen oder Farben

Der Verkauf einer echten Delikatesse geht natürlich Hand in Hand mit einer wunderschönen Verpackung. Wir sorgen dafür, dass sich eine Marke im Regal hervorhebt, indem wir die Dose dafür in einer auffälligen Form oder Farbe gestalten. Wir haben zum Beispiel Blechdosen in Form einer Banane, von rosa Lippen und für Kekse in Bootform hergestellt. Hinter der Herstellung einer Blechdose steht ein ganzer Prozess. Keine Sorge, wir übernehmen die ganze Arbeit. Das Einzige, was unsere Kunden tun müssen, ist ihre Wünsche mit uns zu teilen. Hier verschaffen wir uns gemeinsam mit den Kunden einen Überblick. Nachdem wir



Form, Maße, Designwünsche und eventuell weitere Besonderheiten besprochen haben, erhält der Kunde von uns eine Stanzvorlage. Sobald das Design fertig ist, versenden wir zunächst ein PDF zur Überprüfung und anschließend eine (flache) Probedose. Sobald all dies genehmigt wurde, beginnen wir mit der Produktion. Neben der Blechdose können wir auch die Außenverpackung aus Pappe personalisieren, damit unsere Kunden sie für den Vertrieb verwenden können. Auch für eine einmalige Werbeaktion oder als strukturelle Unterstützung für die Marke im Süßwaren- oder Feingebäckbereich kann die Verpackung verwendet werden.

Großes Sortiment an Standarddosen

Als Verpackungsspezialist verfügen wir bereits seit 1998 über das größte Sortiment an Standarddosen in den Benelux-Ländern. Wir greifen auf einen Vorrat von mehr als einer Million Standarddosen zurück. Ob es sich nun um unbedruckte Dosen, Custom-made-Dosen oder bedruckte Themadosen handelt, wir beraten jeden Kunden gerne. Besonders hervorzuheben ist unsere Auswahl an Fabergé-Eiern: wunderschöne Nachbildungen der Originaleier von Carl Fabergé.

Langlebig, verantwortungsbewusst und kundenorientiert

Mit den recycelbaren Dosenverpackungen sind wir der perfekte Partner und tun alles, um ein Produkt zu einem Erfolg werden zu lassen. The Box B.V. ist BRC-zertifiziert und verfügt über ein BRC-Zertifikat, Storage and Distribution, Issue 2. thebox-blechdosen.de



Kundenwunsch hat Priorität



Mit viel Handarbeit und dem Fokus auf die Bedürfnisse von Fachgeschäften und Manufakturen hat sich AWA Edle Verpackungen einen Namen gemacht.

Stangen, Rechtecke und Quadrate in den unterschiedlichsten Farben von Orange, Limette, Pistazie und Gelb über Aubergine und Hibiskus bis hin zu Rot, Grün, Gold, Silber und Blau liegen im Lager des Neckarsulmer Verpackungsspezialisten AWA Edle Verpackungen bereit zum Versand. „In der Regel geht die Ware etwa vier Arbeitstage nach Bestelleingang zum Kunden“, sagt Inhaber Frank Baumann, in dessen Firma Flexibilität eine große Rolle spielt. „Wir fertigen zu etwa 30 Prozent individualisierte, also speziell für den jeweiligen Kunden, angefertigte Verpackungen.“ Das können besondere Farben, Prägungen, Drucke oder Veredelungen sein. Vorgegeben sind bei AWA lediglich die Größen der Verpackungen. „Da sich die Formate nach den vorhandenen Stanzwerkzeugen richten, sind wir hier festgelegt“, erklärt der Firmenchef.

Breites Spektrum an Verpackungen

Baumann greift bei seinen Verpackungen auf ein breites Spektrum zurück: 1er- bis 15er-Stangen, Quadratische Verpackungen von 2x2 bis 5x5 Pralinen und Rechtecke vom 6er- bis zum 36er-Format bietet er an. Unterteilt werden die Verpackungen entweder mit Stegen aus Karton oder durch Kunststoffeinlagen. „Wir fertigen häufig Stegverpackungen“, sagt er, „die Stege kann man mit Folie kaschieren, um ein Durchfetten zu verhindern.“ Beliebtestes Format sind die Stangen. Konzipiert sind die Verpackungen für eine Trüffelgröße von etwa 30 mm, aber auch andere Pralinen mit leichten Abweichungen von dieser Größe finden darin Platz. „Unsere Kunden kommen vorwiegend aus der Süßen Branche. Neben Chocolatiers und Confiseries sind das Konditoreien und Bäckereien, die überwiegend Trüffel herstellen.“

Die Erstellung von Stanzwerkzeugen nach Kundenvorgaben bzw. Kundenprodukten ist jedoch problemlos möglich.

„Hierzu benötigen wir das zu verpackende Produkt sowie die Info, wo das fertige Produkt eingesetzt werden soll – im Laden oder zum Versand. Unser CAD entwickelt eine 1:1 Verpackungslösung und bemustert diese dem Kunden im Originalmaterial“, erklärt Baumann. Nach Kundenfreigabe dieses Musters erfolgt die Produktion der Stanzwerkzeuge.



Bezüglich der eingesetzten Materialien bedarf es einer engen Abstimmung zwischen AWA und dem Kunden. Unterschiedlichste Parameter haben Einfluss auf die Materialauswahl und Veredelung. „Wird die Verpackung im Laden eingesetzt, wird eine Klarsicht-Lösung bevorzugt, kommt die Verpackung in den Versand, wird eher mit geschlossenem Deckel gearbeitet. Ist der Inhalt schwer und sensibel gegen Bruch, wird ein anderes Material eingesetzt als bei leichten, ‚robusten‘ Inhalten“, so der Inhaber.

Die dünne Folie, die bei einigen Verpackungen zum Schutz auf die Pralinen gelegt wird, kann sowohl aus Cellophan als auch aus Pergamin sein. Der Preis pro Schachtel bewegt sich zwischen 30 Cent und 3 Euro. „Nur ganz selten kostet eine Schachtel mehr. Da müssten schon viele Dinge zusammenkommen: eine ausgefallene Prägung, ein besonderer Farbeffekt, die Verwendung von Pergamin, und alles in einer Kleinstmenge.“

Die Fertigung geschieht in dem baden-württembergischen Unternehmen zu einem großen Teil von Hand. „Unsere Maschinen stanzen, prägen und versehen die Kartonagen mit Rillen, doch aufgerichtet und geklebt werden die Packungen von Hand. Unsere Formkartonagen, beispielsweise die Sterne, bestehen aus zwölf Teilen, die alle von Hand beleimt, überzogen und zusammengesteckt werden“, erläutert er. Diese wie auch die Stangen werden grundsätzlich aufgerichtet geliefert. „Bei den Quadrat- und Rechteck-Packungen könnte der Kunde das Aufrichten selbst übernehmen. Allerdings besteht immer die Gefahr, dass die Schachteln dabei beschädigt werden, vor allem, wenn derjenige, der die Arbeit übernimmt, wenig Übung hat. Und auch der Zeitaufwand ist nicht zu unterschätzen: Das Aufrichten kann bei einem Ungeübten durchaus 5 Minuten pro Schachtel dauern.“

AWA liefert ab einer Schachtel Bestellmenge. Von 1 bis 250 Stück ist der Preis unverändert, bei einer größeren Menge gibt es Rabatt. Wer aus Kostengründen eine größere Stückzahl bestellen möchte, kann diese in kleineren Chargen bei AWA abrufen, die Lagerhaltung kostet nichts. Bezahlt wird jeweils die gelieferte Menge. „Einige Kunden ordern gleich ihren Jahresbedarf, dann ist die Prägung günstiger, und rufen die Ware nach Bedarf ab“, erläutert der Firmeninhaber.

Betreut werden die Kunden von zwei Handelsvertretern, doch auch das Telefon ist ein relevanter Kommunikationskanal. Gerade erst hat Baumann seinen Onlineshop neu gestaltet. „Manche Neukunden werden darüber auf uns aufmerksam. Mithilfe des Shops können sich die Fachhändler, Confiseure und Chocolatiers ein Bild von den Verpackungen machen. Doch am Ende greifen viele doch zum Telefon und suchen das persönliche Gespräch“, weiß er. ◆

www.awa-shop.de

Schöner schenken
mit Schleife!



SOPP Industrie

Lebensmittelkennzeichnung bei Onlineshops

Onlineshops haben einigen Unternehmen das Durchhalten in den vergangenen Monaten erleichtert. Wesentlich beim Erstellen eines Shops ist die rechtlich korrekte Auszeichnung von Zutaten, Nährwerten und Allergenen.

Gastbeitrag von David Bercher, geschäftsführender Gesellschafter OptimoBercher

Durch die Corona-Krise und die zeitweise geltenden rechtlichen Beschränkungen mussten viele Unternehmen kreativ werden und neue Wege gehen, um weiterhin Umsatz zu generieren. In vielen Branchen war die Umstellung auf Bestellungen über Onlineshops sehr gefragt, so auch bei Confisereien. Ein Onlineshop ist mit wenigen Klicks erstellt, die Fotos der zu verkaufenden Produkte sind im Idealfall bereits vorhanden oder müssen kurzerhand geschootet werden. Wer jedoch feinste Pralinen und edle Schokolade online vertreiben möchte, der muss entsprechend der Deklarationspflicht von Lebensmitteln handeln – ansonsten können Abmahngebühren fällig werden.

Lebensmittelkennzeichnung: Darauf sollten Sie achten

Beim Einkauf vor Ort hat jeder Kunde die Möglichkeit, alle wichtigen Informationen – wie Zutaten, Nährwerte und Allergene – eines verarbeiteten Lebensmittels auf der Verpackung abzulesen. Diese Informationen gilt es bei Onlineshops

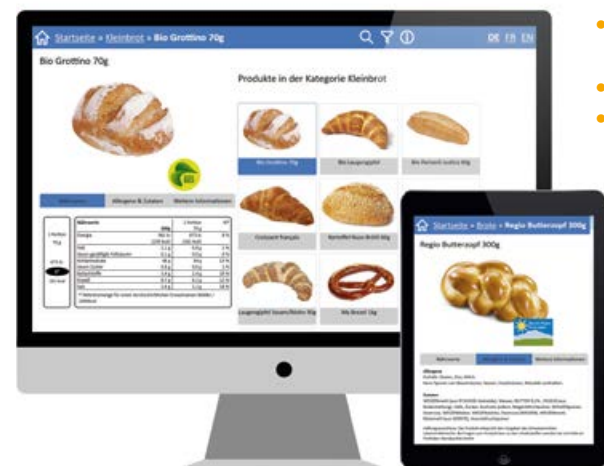


ebenfalls abzubilden. Einzige Ausnahme ist das Mindesthaltbarkeitsdatum: Dieses muss nicht im Shop ausgeschrieben sein, sondern ausschließlich auf der Verpackung zu finden sein. Diese Angaben müssen zu jedem verarbeiteten Lebensmittel im Onlineshop zu finden sein:

- Bezeichnung des Lebensmittels (z. B. „Vollmilchschokolade“)
 - Zutatenverzeichnis mit Hervorhebung der enthaltenen Allergene (z. B. „Zutaten: VOLLMILCHPULVER, Kakaobutter, Kakaomasse, Zucker, natürliche Vanille, Emulgator: SOJALECITHINE“)
 - Nährwertdeklaration
 - Menge bestimmter Zutaten (z. B. „60 % Kakaoanteil“)
 - Nettofüllmenge (z. B. „100 g“)
 - Firmenname und Anschrift des Herstellers
- Bei Onlineshops ist häufig zu beobachten, dass die Nährwertkennzeichnung sowie die Allergenhervorhebung fehlen. Abmahnungen insbesondere durch Verbraucherschutzorganisationen wegen unlauteren Wettbewerbs können die Folge sein.

Einfache und schnelle Lebensmittelkennzeichnung dank Software

Dabei ist die rechtlich korrekte Auszeichnung von Zutaten, Nährwerten und Allergenen kein Hexenwerk. Mit der richtigen Software kann viel Arbeitszeit gespart werden. Ein Beispiel ist das Programm OPTIpin von OptimoBercher, das bereits bei Bäckereien und Konditoreien in Deutschland, Österreich und der Schweiz erfolgreich Anwendung findet. Es erstellt Produktkennzeichnungen nach den Vorgaben der Lebensmittelinformationsverordnung (LMIV). Basierend auf bestehenden Rezepten und den erfassten Rohstoffen stellt die Software Deklarationen, Nährwerte, Allergenkennzeichnung und Kalkulationen für die Produkte zusammen. Mit OPTIpin stehen 200 unterschiedliche Kennzeichnungen pro Artikelnummer zur Verfügung, eine davon sind beispielsweise Allergene. Dazu sind drei unterschiedliche Datenbanken hinterlegt: der Bundeslebensmittelschlüssel (BLS), der BÄKO datenlink sowie NetUpdate. Bei Letzterem handelt es sich um eine Produktdatenbank, die OptimoBercher seinen Kunden zur Verfügung stellt, sollten die Informationen der anderen beiden Datenbanken nicht ausreichen. Ist dort zum Beispiel ein verwendeter Rohstoff nicht hinterlegt, wird er hinzugefügt und steht so für die Rezeptberechnung zur Verfügung. Die hinterlegten Werte werden täglich komplett automatisiert aktualisiert. Neue Rezepturen und Rezeptänderungen passen sich im Hintergrund selbstständig an, falls beispielsweise ein Lieferant gewechselt wird oder sich die verwendeten Rohstoffe ändern. OPTIpin steht auf Windows, MacOS, iPad oder browserbasiert als Webapplikation zur Verfügung. www.optimobercher.de



SCHOKO-DRAGEE

Vertriebskooperation

Die Dr. Scholze Confiserie GmbH & Co. KG, Lüneburg, und die Schoko-Dragee GmbH in Rhede haben eine Zusammenarbeit vereinbart. Demnach übernimmt die Dr. Scholze Confiserie zum 1. August zunächst die Belieferung von Fach- und Einzelhändlern in Deutschland mit Loser-Ware-Artikeln von Schoko-Dragee, einem Tochterbetrieb der Brandt-Gruppe. Laut Mitteilung werden die Schokoladen-Dragees dann direkt aus dem Warenlager in Lüneburg geliefert.

„Die Verantwortlichen von beiden Unternehmen kennen sich seit vielen Jahren“, erklärt Dr. Alwin Scholze, geschäftsführender Gesellschafter der Dr. Scholze Confiserie. Als Vorteile nennen die Firmen, dass sich Schokoladen-Dragees und Gebäck gut ergänzen, sodass das Geschäft für beide Seiten gestärkt werden könne, und dass die Unternehmen viele gemeinsame Kunden im Bereich der Fach- und Einzelhändler haben. Dr. Scholze Confiserie hat laut eigenen Angaben ein umfassendes, individuelles Kundenmanagement entwickelt, bei dem jeder Kunde seinen Ansprechpartner habe und telefonisch betreut werde. Zu den Kunden von Schoko-Dragee zählen gut sortierte Warenhäuser, Filialisten, Fachgeschäfte und Confisereien in mehr als 35 Ländern.

www.schoko-dragee.de

PRALINEN-MANUFACTUR GROSSE-BÖLTING

Investor gefunden

Der Fortbestand der Pralinen-Manufactur Große-Bölting in Rhede ist erst einmal gesichert. Ab dem 1. September wird die Pralinen-Manufactur als GmbH firmieren. Gesellschafter werden der Spediteur Klemens Große-Vehne, sein Großneffe Frank Große-Vehne (geschäftsführender Gesellschafter der Pralinenbote GmbH), sowie die Familie Große-Bölting sein. Josef Große-Vehne, der Bruder von Klemens, wird die Geschäftsführung übernehmen. Lukas Große-Bölting wird sich ganz auf den Vertrieb konzentrieren. „Bei dem Neuanfang können wir auf den großen Erfahrungsschatz der Gesellschafter zurückgreifen. Wir arbeiten daran, dass die Pralinen-Manufactur Große-Bölting wieder zu ihrer alten Stärke zurückfindet“, zeigt sich Frank Große-Vehne zuversichtlich. Besonderes Augenmerk werde noch stärker auf die absolute Frische der handwerklich gefertigten Pralinen gelegt. „Weiterhin arbeiten wir daran, noch schneller und flexibler auf Bestellungen des Fachhandels reagieren zu können“, sagt er. „Pralinenbote und Pralinen-Manufactur bleiben eigenständige Unternehmen, sind unternehmerisch aber eine überaus sinnvolle Kombination. Während wir im Bereich des E-Commerce



Lukas Große-Bölting, Klemens Große-Vehne und Frank Große-Vehne (v. li.)

mit unserem etablierten Pralinenclub gut aufgestellt sind, ist die Pralinen-Manufactur bislang im stationären Einzelhandel verankert.“

www.pralinen-manufactur.de



mehr erfahren unter
awa-shop.de

Sie liefern den Inhalt,
wir die passende Verpackung.

AWA
Edle Verpackungen GmbH



Termine

NORDSTIL/TRENDSET

5. bis 7. September 2020
12. bis 14. September 2020
Fachmessen für Lebensart in
Hamburg und München
nordstil.messefrankfurt.com
www.trendset.de

TAG DER SCHOKOLADE

9. Oktober 2020
Findet bundesweit statt. In diesem
Jahr steht Nougat im Mittelpunkt.
www.clubderconfiseries.de

**INTERNATIONALER
SÜSSWAREN-KONGRESS**

18. bis 20. Nov. 2020, Berlin
Kongress mit Verleihung der Trophäe
SÜSSER STERN.
www.sg-network.org/suessersterne

ISM

31. Jan. bis 3. Feb. 2021, Köln
CdC-Mitgliederversammlung und
Fachhandelssymposium am Samstag
vor der Messe, erstmalig CdC-
Gemeinschaftsstand auf der ISM.
service@clubderconfiseries.de

WCM – VORENTSCHEID

28./29. April 2021, Köln
Bewerbungsfrist ist der 15.11.2020.
www.worldchocolatemasters.com

GÄSTEREISE KOLUMBIEN

9. bis 17. (23. April) 2021
Entdeckungstour zur Kultur des
Kakaos mit Eberhard Schell
schell-schokoladen.de/gaestereise

**CDC-REISE NACH KOLUMBIEN
SUMMERTOUR DES CDC
Frühjahr/Sommer 2021**

Die für 2020 geplanten Reisen wer-
den 2021 nachgeholt, die Termine
werden noch bekanntgegeben,
Anmeldungen sind weiter möglich.
service@clubderconfiseries.de

Weinrich erwirbt Mehrheit an Divine Chocolate

Das Familienunternehmen Ludwig Weinrich mit Sitz in Herford hat eine Mehrheitsbeteiligung an der britischen Schokoladenmarke Divine Chocolate erworben. Über die Kaufsumme wurde Stillschweigen vereinbart. Divine Chocolate wurde 1998 von Kuapa Kokoo, einer Kooperative von Kakaobauern in Ghana, sowie Twin Trading und The Body Shop gegründet und ist heute einer der größten Anbieter von Fairtrade-Schokolade in Großbritannien. Kuapa Kokoo wird weiterhin 20 Prozent am Unternehmen besitzen und im Vorstand vertreten sein.

Ludwig Weinrich stellt Divine Schokoladen seit der Gründung des Unternehmens im Jahr 1998 her. Das Unternehmen betont, dass das Geschäftsmodell der Unterstützung von Kakaobauern und der Produktion von Schokolade zu Fairtrade-Bedingungen bestehen bleibt und dass es „sich weiterhin dafür einsetzen wird, positive Auswirkungen für die Bauern in Afrika zu erzielen“.

www.divinechocolate.com



Rainforest Alliance mit neuem Siegel



Die Rainforest Alliance veröffentlicht ein neues Zertifizierungsprogramm und -siegel, das ab Mitte 2021 die bestehenden Zertifizierungsprogramme und das derzeitige Label der Rainforest Alliance Certified™ und das UTZ-Siegel ersetzen wird. Die internationale NGO geht davon aus, dass das Programm mindestens zwei Millionen FarmerInnen dabei helfen wird, bessere Ernten zu erzielen, sich an den Klimawandel anzupassen, ihre Produktivität zu steigern und Kosten zu reduzieren. Es enthält Kern-Innovationen in den Bereichen klimafreundliche Landwirtschaft,

Stärkung der Menschenrechte, verbessertes Datenmanagement, gemeinsame Verantwortung, soziale und ökologische Anforderungen an die Lieferketten, Kampf gegen Abholzung sowie risikobasierte Anforderungen und Qualitätssicherung. Ab September 2020 beginnt die Rainforest Alliance, das Programm weltweit einzuführen. Ab Juli 2021 erfolgen alle Audits nach dem 2020 Nachhaltigkeitsstandard für die Landwirtschaft. Das neue Zertifizierungssiegel kann von den Geschäftspartnern vom 1. September 2020 an auf Produktverpackungen und Werbematerialien verwendet werden. Eine Zeitlang werden noch alle drei Siegel auf dem Markt sichtbar sein, ab 1. März 2021 wird für die Lizenzpartner die Nutzung des neuen Siegels auf Produktverpackungen verpflichtend.

www.rainforest-alliance.de

IMPRESSUM Herausgeber: Club der Confiseries 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@clubderconfiseries.de, www.clubderconfiseries.de ♦ **Objektleitung:** Oliver Peik ♦ **Redaktion:** Anja Ashauer, Alfons Strohmaier ♦ **Bildnachweis:** Titel: Papierfabrik Gmund, Seite 3: Laura Möllemann, Seite 15 (links): Schoko-Dragee, Seite 15 (rechts): Stellmach & Bröckers, Seite 16 (oben): Divine Chocolate, Seite 17 (li. o.): Sprüngli ♦ **Gestaltung & Realisation:** trumit GmbH | trumit 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.

Außergewöhnliche Kreationen

Neuheiten und Kompositionen, die einen genaueren Blick lohnen.

CONFISERIE SPRÜNGLI

Grand Cru Absolu-Chocolade



Sprüngli lanciert Grand Cru Absolu – bestehend aus nur zwei Zutaten: Edelkakaobohnen aus Bolivien und natürlich süßem, aromatischem Fruchtsaft aus der Kakao-frucht. Die Confiserie Sprüngli AG kreiert daraus dunkle Truffes und Luxemburgerli. Die Verwendung der ganzen Kakaofrucht steht für einen schonenden Umgang mit der Umwelt und ermöglicht den Kakaobauern zusätzliche Wertschöpfung. Der Truffe Grand Cru Absolu ist gefüllt mit einer Ganache aus intensiver Grand Cru Absolu-Chocolade und Kakaofruchtsaft und ummantelt mit Grand Cru Absolu-Chocoladenraspeln – ohne Zusatz von Zucker oder Lecithin. Beim Luxemburgerli Chocolat Absolu sind zwei Macarons mit Vanille- und Schokoladengeschmack mit einer Crème mit Kakaofruchtsaft und einem Kern aus Schokoladenganache, ergänzt durch ein Grand Cru Absolu-Chocoladenplättchen, gefüllt.

www.spruengli.ch

MAISON ALSACIENNE DE BISCUITERIE

Délice Hibiscus

Ein Feingebäck mit floralen Noten sind die Délice Hibiscus von Maison Alsacienne de Biscuiterie – Atelier. Seit der Gründung im Jahr 1996 hat sich das Unternehmen zu einem der führenden Akteure der traditionellen Gebäckherstellung im Elsass entwickelt. Die Mandel-Hibiskus-Plätzchen sind eine originelle Kombination aus einem Teig mit hohem Mandelanteil und zarten und doch komplexen Hibiskusaromen. Unter einer dünnen, leuchtend roten, subtil ausbalancierten Glasur vereinen sie das Savoir-faire des Hauses – und bilden mit den Mandel-Rosen- und den Mandel-Geranium-Plätzchen die Produktreihe der weichen Plätzchen. Erhältlich sind die Délice als lose Ware und in Beuteln à 120g, das MHD beträgt 6 Monate. Vertriebspartner für Deutschland ist die Fachvertretung Schwab in Calw.

wschwab@gmx.net

**J.G. NIDEREGER**

We love chocolate



Niederegger stellt in diesem Herbst sein Schokoladen-Sortiment „Pure Chocolate“ vor. Hergestellt werden die drei Sorten (42%, 58% und 72% Kakao) aus Edelkacao. Das Design der Tafeln orientiert sich an dem typischen Niederegger Klassiker®-Format. Die Rezepturen mit einem hohen Anteil an Kakaobutter sowie dem Verzicht auf Palmfett und künstliche Aromen versprechen ein einzigartiges Schokoladenerlebnis.

www.niederegger.de

ANTONIO VIANI IMPORTE

Neue Tartufi dolci

Panna Cotta, Mirtilli & Cioccolato Rosa und Caramello Salato heißen die Neulinge bei den Tartufi dolci. Bei Panna Cotta stand das Dessert Pate. Mirtilli vereint rosafarbene Ruby Schokolade mit Cranberrystückchen. In der hellen Karamellpraline knuspern gesalzene Haselnuss- und Karamellsplitter.

www.viani.de



Choco Monde
SCHOKOLADE VON IHREER FEINSTEIN SEITE

Aus Altersgründen gebe ich mein Geschäft in Hamburg auf und biete den „geschützten“ Namen an.

> Bei Interesse: Choco Monde, Inh. Ursula Bartsch-Borchert, Tel.: 0160/96 43 65 06; E-Mail: ursula-bartsch@outlook.de

Club der
Confiseries
Genuss vereint

Saisonstart im Herbst

Im Oktober startet die Schokoladen-saison, und zu deren Auftakt veranstaltet der Club der Confiseries (CdC) traditionell am zweiten Freitag im Oktober den Tag der Schokolade. Am 9. Oktober 2020 wird sich alles um das Thema Nougat drehen. Der CdC stellt als Service für seine Mitglieder ein aufmerksamkeitsstarkes Plakat sowie Flyer zur Verfügung, die Wissenswertes zu dieser in der Confiserie so beliebten Zutat vermitteln. Parallel findet wieder ein Gewinnspiel via Facebook statt. Im November lädt SWEETS GLOBAL NETWORK zum Internationalen Süßwaren-Kongress mit der Verleihung des Branchenpreises SÜSSER STERN ein (www.sg-network.org/suesserstern). Bereits zum elften Mal wird der Preis im Rahmen des Kongresses in Berlin verliehen. Die SÜSSER STERN-Gewinner werden zum gesamten Kongress inklusive zwei Übernachtungen

im The Ritz-Carlton Hotel eingeladen. Die Gewinner in der Kategorie inhabergeführte Süßwarenfachgeschäfte können sich zudem über eine kostenfreie einjährige Mitgliedschaft im CdC freuen. Erstmals zeichnet der CdC zudem auf dem Kongress die „Confiserie-Mitarbeiterin des Jahres“ aus.

**Branchenpreis
SÜSSER STERN**
wird wieder verliehen.
Bewerben Sie sich

Noch stehen die Zeichen gut, dass die ISM in Köln vom 31. Januar bis 3. Februar 2021 stattfinden wird. Im neuen Fachhandelsbereich in Halle 3.1 wird der CdC erstmals einen Gemeinschaftsstand für alle seine Mitglieder ermöglichen.

ISM präsentiert neuen Fachhandels-Bereich mit CdC-Pavillon

Der CdC-Gemeinschaftsstand – bestehend aus Blöcken mit je acht Einzelständen à 4 Quadratmetern mit jeweils eigenem Branding – befindet sich in unmittelbarer Nähe zu Sweet Kitchen, einer Plattform, deren Bühne von den CdC-Ausstellern mitgenutzt werden kann, und zum Bean-to-Bar-Pavillon. Für jeden Aussteller stellt die Koelnmesse zudem zehn kostenfreie Business-Tickets zur Verfügung. Zugelassen auf dem Gemeinschaftsstand des CdC sind Kleinstanbieter und Firmen, die in den letzten Jahren auf der Internationalen Süßwarenmesse nicht als Aussteller in Erscheinung getreten sind. ♦ service@clubderconfiseries.de

Andreas
Eybel bot in
seiner Schoko-
ladenquelle
in Waakirchen
die perfekte
Location für
den Workshop
mit Puratos



Ich vertraue darauf, dass
ich die Bohnen
an Cacao-Trace
verkaufen kann

Kurz bevor Corona unseren Alltag verändert hat, hatte der CdC einen Workshop mit Puratos bei Andreas Eybel, Inhaber Schokoladenquelle in Waakirchen, initiiert. Als Sylvestre Awono, Cocoa Group Manager bei Puratos, damals mahnte: „Wenn wir die Farmer in ihren Farmen halten und ihren Kindern eine Perspektive bieten wollen, müssen wir an ihrem Einkommen arbeiten“, ahnte niemand, dass sich die Situation aufgrund des Virus dramatisch verschärfen würde, da manche Bauern in der Elfenbeinküste zurzeit ihre Bohnen nicht verkaufen können. „Wenn die Cacao-Trace-Fermentationszentren wegen Corona geschlossen werden würden, müssten wir Farmer hungern“, sagte Nebie Adama, Cacao-Trace-Farmer und Vater von fünf Kindern.

Sicherheit bieten

Mit Cacao-Trace hat Puratos ein Nachhaltigkeitsprogramm initiiert, das mit verbesserter Qualität das Einkommen der Kakaobauern steigern will.

Durch Covid-19 ist der Alltag für die Kakaofarmer einmal mehr zur Herausforderung geworden. Es fehlt an verlässlichen Informationen. Dadurch, dass Puratos seine Fermentationszentren weiterhin betreibt, können die Bauern dort wie gewohnt ihre nassen Bohnen abliefern und bekommen diese, inklusive des Qualitätszuschlags direkt bezahlt. Auch schärft Puratos das Bewusstsein innerhalb der Cacao-Trace-Community, wie die Ausbreitung des Virus gehemmt werden kann. Zudem wurden Schutzmasken, Seife und Wasserbehälter zum Händewaschen zur Verfügung gestellt. „Mithilfe unseres engen Cacao-Trace-Netzwerks können wir die Situation aufmerksam beobachten und – je nachdem, wie die Krise verläuft – zusätzliche Maßnahmen ergreifen, um Medikamente, Essen und finanzielle Unterstützung bereitzustellen, so das Unternehmen. ♦ www.cacaotrace.com

Kakao- und Kaffeeanbau in natürlicher Balance

ASOArhuaco, die Genossenschaft der indigenen Arhuacos in Kolumbien, baut u. a. Bio-Kakao und -Kaffee in Mischkultur an. Die Kakaobohnen sind bereits bei Bean-to-Bar-Herstellern begehrt, Röstereien für den Kaffee werden noch gesucht.

Herr Izquierdo, warum ist Ihr Kampf für die Umwelt für Ihr Volk von so großer Bedeutung?

Giovanny Izquierdo: Als „Wächter der Sierra Nevada“ ist es die Aufgabe der indigenen Arhuaca-Gemeinschaft, die traditionellen Regeln einzuhalten, die über Generationen weitergegeben werden. Das Hauptaugenmerk der Regeln, die wir „KUNSAMU“ nennen, liegt auf dem Respekt vor Mutter Erde und allen „Bruder“-Wesen, die sie bewohnen. Unser Kampf für die Umwelt hat auch zum Ziel, dass noch viele zukünftige Generationen in einer gesunden Natur leben können. Aus diesem Grund ist es für die Gemeinschaft von großer Bedeutung, unsere Philosophie durch Produkte wie Kaffee und Kakao zu teilen, deren Anbausystem auf ökologische und kulturelle Nachhaltigkeit ausgerichtet ist.

Pro Jahr bietet ASOArhuaco etwa 800 Tonnen Kaffee und 25 Tonnen Kakao an. Wer sind Ihre Kunden?

Das sind Unternehmen, die ökologische Produkte unterstützen, deren Ansatz und Anbausysteme sich völlig von konventionellen unterscheiden, also Organisationen, die umweltfreundlich hergestellte Produkte bevorzugen. Im Kakaosektor werden wir von Cacao Hunters und Original Beans unterstützt, die die Kakaobohnen für die Herstellung ihrer eigenen Schokolade verwenden und diese sowohl direkt als auch über Confis-Express an Craft-Bean-to-Bar-Hersteller verkaufen. Im Kaffeesektor unterstützt uns Tranquillo in Hamburg, die den Kaffee an interessierte Röster vermitteln und die Koordination des Imports übernehmen.

Der Nationalpark der Sierra Nevada de Santa Marta, in dem Kaffee und Kakao



Giovanny Izquierdo,
Geschäftsführer von ASOArhuaco

wachsen, misst 3830 Quadratkilometer. Wie groß ist die bepflanzte Fläche?

Die Genossenschaft ASOArhuaco vertritt 572 Kaffeeproduzenten mit einer Fläche von etwa 2.288 Hektar und 120 Kakao-Produzenten mit einer Fläche von etwa 200 Hektar. Die Fläche an Urwald, auf der die Familien leben, die den Kaffee oder Kakao anbauen, ist aber deutlich größer als die reine Anbaufläche der beiden Produkte – hier sprechen wir von mehreren zehntausend Hektar.

Sie arbeiten mit Original Beans in „La Lengüeta“, einer schwer zugänglichen Region. Was war die Herausforderung?

Natürlich was es sehr schwer, den Kakao der einzelnen Bauern an einem einzigen Ort zu sammeln, um ihn dort gemeinschaftlich zu fermentieren und zu trocknen. Da wir uns aber bewusst sind, dass dies sehr wichtig für die Qualität des Kakaos ist, haben wir es geschafft, dies zu organisieren. Auch wenn heute viele Mitglieder ihren Kakao 5–10 Stunden zu Pferd oder Esel transportieren müssen, sind sie doch froh, dass sie den Kakao

nicht mehr selbst trocknen müssen und so das Risiko tragen, dass er bei Regen verschimmelt. Dieses Jahr werden wir dank der Hilfe unserer Partner ein weiteres Ankaufszentrum in Betrieb nehmen, dass die Wege reduziert. Die viel größere Herausforderung aber war die Anerkennung unserer einzigartigen Qualität und die Positionierung von Arhuaco-Kakao auf nationaler und internationaler Ebene. Dank der Zusammenarbeit mit Cacao Hunters und Original Beans haben wir diese Hürde aber ebenfalls überwunden, wobei der Unterschied in Kultur und Sprache kein Hindernis war.

Sie lassen die von Ihnen gepflanzten Bäume wild wachsen. Warum erhöhen Sie nicht den Ertrag durch gezielte Kultivierung?

Die Bäume dürfen, sobald sie gepflanzt sind, auf natürliche Weise wachsen, aber immer mit Unterstützung der „MAMOS“, unserer geistigen Führer. Wir versuchen nicht, den Ertrag mithilfe von Kakao-Monokulturen zu erhöhen, weil wir wissen, dass dadurch die natürliche Balance des Ökosystems verlorengeht. Für uns Arhuacos ist es notwendig, dass einige Pflanzen die Energie mit anderen teilen. So finden sich in den Anbausystemen unserer Mitglieder immer viele andere Pflanzen wie Bananen, Obstbäume, die auch als Nahrung und Nutzholz für die Familien dienen.

Was ist Ihre Vision von einem globalen Umweltschutz?

Wir möchten Teil eines Netzwerks sein, das eine grüne Wirtschaft webt – ökologisch, kulturell, sozial und wirtschaftlich nachhaltig. Wichtig ist uns, dass der natürliche Kreislauf der Dinge, die auf der Erde existieren, respektiert wird. ♦

ZIRBS

VERPACKUNGEN

Verpackungskompetenz seit mehr als 60 Jahren

PET - PACKAGING

RECYCLE

SEPARATE WASTE MATERIALS
COMPOST
<<
<
>
>>
CHOOSE RECYCLABLE!



REUSE

USE THINGS MORE THAN ONCE
REPAIR
>
>
>
REGIFT!

AVOID WASTE!
>
>
BUY LESS
CONSERVE WATER

REDUCE

KREISLÄUFE LEBEN, NACHHALTIG UND UMWELTBWUSST HANDELN!

KLARSICHTVERPACKUNGEN AUS PET

Runddosen
Klarfaltboxen
Stülp-schachteln
Komplettverpackungen

THERMOFORMVERPACKUNGEN AUS PET

Thermoformtrays
Verpackungsgestaltung
Schokoladen-Giessformen
Sortier- und Präsentationseinsätze

100% recyclingfähig - 100% lebensmittelecht - bis zu 100% Rezyklatanteil

ZIRBS
VERPACKUNGEN

www.zirbs-verpackungen.de