Sommer 2022

Club der Confiserien
Genuss vereint

Confiserie Welt

News vom Club der Confiserien e. V.

Echte Hingucker

Verpackungen schützen den wertvollen Inhalt, transportieren eine Botschaft und verleiten zum Kauf – am besten im Einklang mit der Natur

Das Auge verführt

Leysieffer

GENUSS-SOMMER

ENTDECKEN SIE UNSER FRUCHTIG-FRISCHES SOMMER-SORTIMENT

Z.B. SOMMER-TAFELN: ERDBEERE, HIMBEERE, MANGO-MARACUJA UND ZITRONE

ODER COCKTAIL PRALINEN MIT PASSENDEN REZEPTKARTEN FÜR DEN VERKAUF VON PRALINEN UND SPIRITUOSEN

WWW.LEYSIEFFER.COM
VERTRIEB@LEYSIEFFER.DE

Anja Ashauer und Oliver Peik

Messe? Aber sicher!

Eine Messe. Für uns. Unser Sortiment. Diesen Wunsch, vorgetragen von Fachhändlern, den wir, der Club der Confiserien (CdC), seit vielen Jahren hören, konnten wir nun endlich erfüllen. Zugegeben, die ISM, die weltgrößte Fachmesse für Süßwaren, ist nicht speziell für Fachhändler, doch sie ist auch für sie – und das haben wir mit dem erstmalig realisierten CdC-Gemeinschaftsstand unterstrichen. 14 handwerklich arbeitende Betriebe, allesamt Mitglieder des CdC, stellten auf unserem Marktplatz aus, in dessen Zentrum die CdC-Lounge zum Gespräch einlud. Sie alle zeigten sich beeindruckt, von den interessierten Fachbesuchern und den hochwertigen Gesprächen, die sie führten.

Am Vortag hatten wir zum Fachhandelsforum eingeladen. Vier Experten – Norbert Mergen (ClearChox), Alessio Tessieri (Noalya), Jan Schubert (Original Beans) und Michael Lessmann (Alfred Ritter) skizzierten Herausforderungen und Trends im Schokoladenmarkt. Norbert Mergen unterstrich einmal mehr die Unabdingbarkeit von existenzsichernden Einkommen für Kakaobauern. Alessio Tessieri zeigte auf, wie wichtig es ist, alte Kakaosorten zu bewahren, um einzigartige Single Origin Schokoladen fertigen zu können. Wie Schokolade regenerativ erzeugt werden kann, verdeutlichte Jan Schubert, und Michael Lessmann stellte die Manufakturschokoladen der Alfred Ritter GmbH vor, die zur Wintersaison im Fachhandel eingeführt werden sollen.

Es war ein perfekter Auftakt für den Messeauftritt des CdC. Aufgrund von Corona konnten wir leider nicht ganz so viele Zuhörer begrüßen wie erwartet, doch die positive Resonanz bestärkt uns, diesen Weg auf der ISM 2023 weiter zu beschreiten – für den CdC-Gemeinschaftsstand sind jetzt schon die ersten Plätze vergeben. Wir und unsere Aussteller freuen uns darauf, die große Gemeinschaft der Fachhändler zu begrüßen.

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: Andreas Toltz (Kundner Kartonagen), Seite 13: © Tortenfee.de/© wolfs-design.com ◆ **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.

Förder-mitglieder

SELMI PARTNER · ZIRBS VERPACKUNGEN · LAUENSTEIN CONFISERIE · HACHEZ · coppeneur · Lindt · Lamwehr Confiserie · Manufaktur · Schwermer · Hermann Ratzinger · Confis Express · Maison Alsacienne de Biscuiterie · Grand-cru Konfekt · Storz Chocolade · Benjamissimo A New Experience of Chocolate · Puratos · Barry Callebaut · Bombasei Decor · Dilli Clous · Lubeca · Niederegger Lübeck · Paccari · Süße Schachtel Manufaktur · SPN customize · D&F Drouven GmbH · Heilemann Confiserie · Bonbonmanufaktur · Das Bernsteinzimmer · albrecht Handelsagentur · Großhandel · Kunder · Klotz · WILK · ClearChox · Walter Verpackungen · Weyer Marketing & Sales GmbH · Chocolats-de-luxe.de · Imping · SchokoBedarf · Brunner Schokoladenformen

Zwei starke Beine

Spezialitäten ausgewählter Hersteller sowie Gebäck, Honig und Kandiszubereitungen unter der eigenen Marke kennzeichnen das Portfolio des Hamburger Großhändlers L.W.C. Michelsen.

Wir stehen auf zwei starken Beinen: Das eine ist unsere Marke L.W.C. Michelsen, das andere die Vermarktung ausgewählter Spezialitäten europäischer Markenartikler", erklärt Malte Peters, der zusammen mit seinem Cousin Jan Erik Peters die Geschäfte der L.W.C. Michelsen GmbH führt. „Unsere Honigproduktion ist groß, darauf haben wir uns spezialisiert", sagt er stolz. Die Leidenschaft zeigt sich auch in dem Bienengarten, den das Unternehmen vor fast 20 Jahren am Firmensitz angelegt hat. „Unser eigener Honig ist ein begehrtes Kundengeschenk", verrät Peters. Knapp 25 Trachtenhonige – reinsortige Honige – aus der ganzen Welt, bietet das Unternehmen an. Nach Hamburg kommt der Honig in 300-kg-Fässern, dort wird er auf 36–38 °C erwärmt – der Wärme, die die Bienen auch mit ihrem Flügelschlag erzeugen –, durchgerührt und in Gläser abgefüllt, bis zu 3.000 Gläser pro Stunde. „Vor zehn Jahren haben wir dafür kleine Anlagen angeschafft, aber dennoch geschieht hier noch viel in Handarbeit. Zu den reinsortigen Honigen gesellen sich Spezialitäten wie beispielsweise Marzipan, Ingwer oder Zimt sowie unsere beliebten Nüsse in Honig. Bei den Honigzubereitungen haben wir ein Alleinstellungsmerkmal", betont Peters. „Auch haben wir unseren Betrieb zertifiziert: ISO, Bio, Koscher und HACCP."

Tee hat der Großhändler ebenfalls im Sortiment. Klassisch gehört Kandis in den Tee – und ein Schuss Rum. L.W.C. Michelsen hat beides in einem Glas vereint. „Unsere Kandis-Range exportieren wir bis nach Japan. Wir haben 16 Sorten im Angebot", sagt der Geschäftsführer.

Insgesamt umfasst das Portfolio des Hamburger Delikatessen-Großhändlers knapp 1.000 Produkte. Rund 40 Mitarbeiter sorgen für den reibungslosen Ablauf in Produktion, Lager und Verwaltung. Süßes und salziges Gebäck gibt es ebenfalls unter der Marke L.W.C. Michelsen, es trägt rund 15 Prozent zum Umsatz bei. Insgesamt 30 Sorten hat der Händler im Sortiment, er verkauft etwa 70 Tonnen Gebäck im Jahr. „Unsere Feingebäck-Spezialitäten lassen wir von überwiegend kleinen Manufakturen in Europa, zu denen wir einen persönlichen Kontakt pflegen, herstellen", berichtet Peters. „Von uns kommen Ideen und Rezepturvorschläge. So entsteht in mehreren Schritten Feingebäck, das in unser Portfolio passt." In Hamburg wird das Gebäck in die hochwertigen Schachteln konfektioniert. „Seit Mitte September bieten wir unsere Traditions-Serie in einem weiteren Layout an", sagt Peters. Die Verpackungen in Pastellfarben ziehen den Blick auf sich und ergänzen die blau-weiße Verpackungsrange.

Trend hin zu Käsegebäck

Bestseller im süßen Feingebäck-Sortiment sind Mandelblätter, Zimt & Zucker Waffeln und Zuckerbäcker Butterwaffeln. „Im gesamten Gebäcksortiment, sind indes die Käse Waffelblätter Gouda sowie Gouda & Kräuter unsere Highlights", verrät er. Generell beobachte er einen Trend hin zu Käsegebäck. Bei süßem Feingebäck liegt der Fokus zunehmend auf hochwertigen, regionalen Zutaten sowie dem Verzicht auf Palmöl.

Auch für die Scottish Collection der Marke Reids ist L.W.C. Michelsen Vertriebspartner. „Gestartet sind wir mit den fünf Sorten All Butter Shortbread – dem Klassiker der Kollektion –, Shortbread Salted Caramel, Shortbread Chocolate Chunk, Oat Crumbles Stem Ginger sowie Oat Crumbles Honey & Oatmeal", so Peters, der zahlreiche britische Marken im Portfolio hat. Der Brexit habe den Warenfluss von und nach Großbritannien nicht leichter gemacht, doch „vielleicht hat er uns und unsere Partner noch enger zusammengeschweißt und langjährige Geschäftsbeziehungen weiter gefestigt."

L.W.C. Michelsen betreibt einen Online-Shop, beliefert Fachhändler und den klassischen LEH. „Noch liegen unsere Vertriebsschwerpunkte im Norden und im Südwesten Deutschlands, doch auch Einzelhändler in anderen Regionen werden zunehmend auf unser Feinkost-Sortiment aufmerksam", sagt Peters. Mit Blick auf den Fachhandel versucht der Großhändler, die Verpackungseinheiten klein zu halten. Der Mindestbestellwert liegt bei 100 Euro, ab 250 Euro erfolgt der Versand frachtfrei. Spätestens nach fünf Tagen ist die Ware beim Kunden. „Wir können sehr flexibel auf die Wünsche der Kunden eingehen und auch für sie produzieren", betont er.

www.michelsen.de

Paleo, vegan, zuckerfrei

Wir bewegen uns in einer Nische, dort sind wir erfolgreich", sagt Eva Glöckner, die zusammen mit der Ernährungsberaterin Melanie Romeijn die Elly Momberg LLC gegründet hat, stolz. „Wir haben unsere Produkte für Menschen mit speziellen Ernährungsbedürfnissen entwickelt, doch die Zielgruppe ist viel größer. Viele junge Menschen, die auf Zucker verzichten wollen, und auch diejenigen, die generell auf ihre Ernährung achten, sprechen wir an." Glöckner ist gelernte Kosmetikerin und weiß, „dass man bestimmte Hautprobleme durch eine Ernährungsumstellung in den Griff bekommen kann". Häufig seien es Nahrungsmittelunverträglichkeiten, aber auch ein zu hoher Zuckerkonsum spiele eine Rolle. Sie selbst musste ihre Ernährung umstellen. „Ich habe Rezepte meiner Oma dahingehend angepasst", sagt sie. Deshalb hat sie die Firma nach ihrer Großmutter benannt. Ihre Kreationen kamen in der Familie und bei Freunden gut an, sodass ihre Rezeptsammlung beständig wuchs. Wichtig sei, dass man beim Genuss nicht das Gefühl habe, auf etwas zu verzichten.

Zutaten natürlichen Ursprungs

Von Schweden bis nach St. Gallen sind Fach- und Spezialitätenhändler auf sie aufmerksam geworden, und die Restaurantkette My Indigo hat die Produkte gelistet. Auch ihrem Netzwerk, durch das sie ihre Produkte auf Ausstellungen präsentieren konnten, verdanken die Firmengründerinnen einiges: „Unsere Spezialitäten sind Low-Carb, vegan, gluten-, laktose- und zuckerfrei, Paleo und ketofreundlich. Wir lassen sie nach unseren Rezepturen in verschiedenen Betrieben fertigen", sagt Romeijn. Basierend auf ihren Rezepten hat Glöckner zusammen mit einer Lebensmitteltechnologin Aufstriche, Schokoladen und Riegel entwickelt. „Damit die Produktrange lagerfähig ist und noch nach mehreren Wochen gut schmeckt, mussten wir die Rezepturen anpassen. Doch alle Zutaten sind natürlichen Ursprungs", betont sie. Die Pralinen unter der Marke Elly Momberg werden weitestgehend nach ihren Originalrezepturen gefertigt. Der ketogenen Ernährung entsprechend steht bei den Schokoladen wie der Kokos-Creme Schokolade mit echten Kokos-Chips an erster Stelle in der Zutatenliste Kakaobutter, wodurch sie vom Mundgefühl her an Eiskonfekt erinnern.

Erythrit und Stevia als Süßungsmittel

Zum Süßen verwendet Glöckner den Zuckeralkohol Erythrit und Stevia, für sie die besten Süßungsmittel, die es gibt. Generell schmecken sämtliche Elly Momberg-Produkte nicht sehr süß. „Diejenigen, die komplett auf Zucker verzichten, empfinden sogar unsere nur leicht gesüßten Pralinen und Riegel als süß", weiß Romeijn, die auch für den Verpackungsauftritt verantwortlich zeichnet. Die Pralinenverpackungen kommen komplett ohne Kunststoff aus, die Riegel und Schokoladen sind in recycelbare Folien verpackt. Geliefert wird aus einem Lager in Geretsried bei München.
Neu im Sortiment ist Keto-Müsli mit wenig Kohlenhydraten, weitere Produkte und neue Schokoladensorten sind geplant. Gerade arbeitet Glöckner an einer Pralinenlinie, die nicht in Handarbeit hergestellt werden muss und somit etwas günstiger angeboten werden kann. Sie betont: „Unser Portfolio wächst beständig, wir haben noch viele Ideen."

www.elly-momberg.com

Anzeige

FISMER
LECITHIN

Lecithin perfektioniert
Schokolade

Der Naturstoff Lecithin hat viele positive Eigenschaften, die sogar in der Lage sind, eines der schönsten Lebensmittel der Welt weiter zu optimieren.

Und das allerbeste daran?
Dass Sie dabei auch noch Kosten einsparen können!

Kompetenz
Das Fachwissen unserer Mitarbeiter ist für uns die Grundlage, um Ihnen erstklassige Produkte und besten Service anzubieten. Damit diese Qualität auch bei Ihnen ankommt, haben wir mit unseren Partnern zusammen strenge Qualitätskriterien entwickelt.

Vertrauen
Unser Produktprogramm umfasst ausschließlich Lecithin von höchster Qualität und mit exakten Spezifikationen. Durch lückenlose Rückverfolgbarkeit und Dokumentation aller produktbezogenen Prozesse gewährleisten wir höchste Produktsicherheit.

Global
Wir beliefern Kunden weltweit. Dabei hilft uns die Erfahrung von mehr als 20 Jahren und ein Netzwerk von ausgewählten und zuverlässigen Partnern an unserem Headquarter in Hamburg sowie an vielen Standorten rund um den Globus.

Fismer Lecithin GmbH T +49 40 303 8 444-15
Veritaskai 2 F +49 40 303 8 444-20
21079 Hamburg info@fismer-lecithin.com

www.fismer-lecithin.com

Walter Confiserie überzeugt mit Qualität und Berliner Kodderschnauze

Manufaktur mit Berliner Charme

Walter Confiserie, die traditionsreiche Berliner Süßwarenmarke, hat mit Caroline und Philipp Thiedig neue Besitzer, die sie mit frischen Ideen wieder zum Leben erweckt haben.

Walter Confiserie Berlin

1915 gründete Hugo E. Walter in der Tempelhofer Straße seine Firma zur Fertigung feinster Schokoladenwaren. Sein guter Ruf eilte ihm voraus, Schokoladenfabriken gingen sogenannte „Engagementsverträge" mit ihm ein, um von seinen Kenntnissen zu profitieren. Zudem baute er ein eigenes Filialnetz auf, das sich über Berlin erstreckte und somit seine Produkte für alle zugänglich machte.
1977 verkaufte sein Sohn die Firma Hugo E. Walter an Peter Sikora, der 2001 zusätzlich den Feingebäckhersteller Faustmann übernahm. Beide Firmen führte er mit seiner Frau Eveline und Sohn Carsten erfolgreich weiter. Carsten Sikora arbeitet immer noch in der Produktion der Walter Confiserie, die Anfang 2018 in den Besitz von Caroline und Philipp Thiedig übergegangen ist. Wie Sikora ist rund die Hälfte der 15–20 MitarbeiterInnen in der Produktion dem Berliner Traditionsunternehmen seit vielen Jahren verbunden.

Etepetete, Mischpoke, Marzahnipan, Amüsemang, Veganös und Remmi Demmi heißen die neuen Geschenkpackungen der Walter Confiserie und stehen stellvertretend für das bunte, vielfältige Berlin. Und auch mit ihren Filialen in Charlottenburg, Berlin Mitte, Tempelhof und Zehlendorf unterstreicht die Tempelhofer Manufaktur ihre Herkunft und zeigt, dass sie eine Berliner Institution ist. Denn Walter Confiserie schneidet jede Filiale speziell auf den jeweiligen Kiez zu. Mit ihrer Filiale in Tempelhof hat sie den Branchenpreis SÜSSER STERN 2021 gewonnen. „Der Tempelhofer Laden ist industriell gestaltet, so passt er in den Kiez", erklärt Caroline Thiedig, die im Jahr 2018 Walter Confiserie zusammen mit ihrem Bruder Philipp gekauft hat. „Als gebürtige Berliner waren wir schon immer fasziniert von den traditionellen Berliner Süßwarenmarken, eine davon ist Walter Confiserie", sagt sie. Der Firmengründer, Hugo E. Walter, der das Unternehmen bis in die 1950er-Jahre hinein geführt hat, sei ein ausgezeichneter Chocolatier und ein Marketer gewesen, der im Berliner Wochenblatt inserierte. Seine Schüttelreime wie „Bei Walter Pralinen gibts lachende Mienen" waren legendär. „Doch trotz der großen Bekanntheit der Marke in Berlin, waren Zeit und Arbeit, die wir in ihre Belebung stecken mussten, immens", gibt Thiedig zu. „Unsere erste Herausforderung war es, die Produktion genau zu beleuchten und neu zu strukturieren. Im Jahr der Übernahme haben wir quasi nur umgeräumt, Exzellenz in der Produktion ist die Grundvoraussetzung."

Grundvoraussetzung ist **Exzellenz** in der Produktion bei hoher **Professionalität**

Geht man heute durch die Confiserie, die 2020 in die ehemalige Produktionsstätte von Rausch Schokoladen umgezogen ist, sieht man gut gelaunte Mitarbeiter und einen klar strukturierten Betrieb. Durch den Umzug hat die Manufaktur ihre Fläche verdreifacht. Wo man hinsieht, wird in Handarbeit produziert – von der Patisserie über Pralinen und Schokoladen bis hin zu Gebäck. Für Thiedig müssen Effizienz und handwerkliche Fertigung Hand in Hand gehen. „Wir haben unsere Produktion professionalisiert, unter Beibehaltung der hohen Qualität. Speziell für die handwerkliche Fertigung bei Walter Confiserie ist es eine große Herausforderung, der Komplexität des breiten Sortiments Herr zu werden." Perfektioniert hat die Manufaktur die Pâtisserie, in der „Feinkost Gekünstel", also Törtchen, die locker auch als Dessert durchgehen, für die eigenen Filialen, für den BER und andere Kunden gefertigt wird. Über 10.000 Törtchen werden dort jeden Monat produziert, schockgefrostet und so dem Wiederverkäufer geliefert, der von der absoluten Frische und dem unkomplizierten Handling profitiert.

„Wir verjüngen peu à peu die Marke, ohne sie zu verfälschen"

Auch das Feingebäck von Walter hat es weit über Berlins Grenzen hinaus zu einiger Berühmtheit gebracht. Seit gut 20 Jahren, mit der Übernahme des Berliner Unternehmens Faustmann, gibt es unter der Marke Walter Gebäckspezialitäten. Das Sortiment umfasst aktuell 20 Sorten, die mit Butter gefertigt und von Hand ausgerollt und ausgestochen werden. Zu den Highlights zählen Butter-Mandelgebäck, das mit blanchierten, halbierten Mandeln belegt ist, unglaublich mürbe Bärentatzen, Butter-Duchesse und Spitzbuben.

Gebäck und Praline zugleich sind die prämierten Dominosteine von Walter Confiserie. Die Gelees für die Spezialitäten werden von Hand gekocht, der Honigkuchen wird selbst gebacken, und das Marzipan besticht mit einem hohen Mandelgehalt. Alle Lagen werden von Hand sorgfältig übereinandergeschichtet und mit Bitter- oder Vollmilchschokolade überzogen – das genaue Rezept ist bis heute geheim. Mittlerweile fertigt Walter zehn verschiedene Sorten: An der Seite des Klassikers, dem „Schweizer", einem Dominostein aus Honigkuchen, Aprikosengelee und Marzipan stehen etwa Frucht-, Orange-Ingwer- oder Rum-Dominosteine sowie eine Nougat-Variante ohne Marzipan und Gelee. Und jedes Jahr offeriert Walter einen neuen Dominostein der Saison: 2020 die Sorte Pflaume-Zimt, bei der Variante 2021, dem Nuss-Domino, wurde das Marzipan durch eine Nussmasse ersetzt. Assoziationen an Petit Fours wecken die großen 100-g-Dominosteine, die es einzeln verpackt in verschiedenen Sorten gibt. Die Handarbeit bei Walter erstreckt sich bis hin zum Verpacken der Pralinen und Gebäcke. Seit jeher wird jedes Marzipanbrot von Hand eingewickelt – dass das Marzipan von herausragender Qualität ist, versteht sich von selbst. So hat sich Walter wieder als Lieferant der Berliner Süßwarenfachgeschäfte etabliert.

Handarbeit von der Produktion bis zum Verpacken

Außergewöhnlich sind bei dem Familienunternehmen auch die Manufakturtafeln – Tafelschokoladen, die in zwei Schichten gegossen werden. Sie sind von außen bestreut, und zusätzlich befindet sich das Streugut im Inneren der Tafeln. So schmecken beispielsweise die Weiße mit Himbeeren enorm fruchtig, die Weiße Kaffee-Crisp außergewöhnlich aromatisch, und beide sehen Ecke für Ecke toll aus – denn die Manufakturtafeln sind nicht in Stücke untergliedert, man bricht sich eine Ecke ganz nach Gusto ab. „Oft liefern unsere Mitarbeiter die Ideen, bei den Tafeln haben sie 20 verschiedene Sorten vorgelegt. Wenn wir unsere Mitarbeiter von Anfang an in die Entwicklung einbeziehen, erfolgt die Umsetzung bis zum fertigen Produkt oft besser und schneller", weiß die Firmenchefin.

„Wir haben uns anfangs auf das Operative fokussiert, jetzt verjüngen wir peu à peu die Marke, ohne sie zu verfälschen." Aufgrund des Wiedererkennungswerts wurde der Walter-Schriftzug beibehalten, doch jetzt steht er in Grau auf gelbem Grund. Der Berliner Bär auf der Siegelmarke ist auch geblieben, heute sitzt er entspannt da und wirft sich Herzchen in den Mund – oder Sterne zur Weihnachtszeit. „Der Berliner Charme soll rüberkommen", so Thiedig, „auch bei den neuen Pralinenschachteln, für die wir Begriffe rausgesucht haben, die das Berlinerische repräsentieren. Die Verpackungen sind komplett aus Papier und von oben bewusst schlicht gehalten. An den Seiten haut's etwas rein, mit ein bisschen Remmi Demmi und Amüsemang wollen wir uns auch einer jüngeren Generation öffnen." Letztendlich sei sie froh, dass das Team jetzt erst am Auftritt der Marke arbeitet und sich in Ruhe Gedanken machen konnte, wofür die Marke Walter Confiserie steht. „Unser Blick ist jetzt ganz anders als direkt nach der Übernahme. Manchmal ist es mehr wert, wenn man eine Marke langsam, von innen heraus transformiert." ◆

www.walter-confiserie.de

Walter Confiserie hat mit der Filiale in Tempelhof den Preis SÜSSER STERN 2021 bekommen. Geschäftsführerin Caroline Thiedig (li.) und Filialleiterin Anja Höldtke nahmen ihn auf dem Internationalen Süßwaren-Kongress entgegen

Schokolade in der Schule

Eingeladen hatte Marcus Schürer zur Eröffnung seiner Sächsischen Schokoladenmanufaktur, ausgerichtet hat er ein Klassentreffen der besonderen Art: „Zahlreiche Ehemalige kamen, der Andrang war groß, und – was fast noch besser war – ich erfuhr sehr viel über die alte Schule, die heute meine Manufaktur, den Laden, das Café und die Schulungsräume beherbergt – Insiderwissen, das nirgendwo geschrieben steht.“ 1894 wurde die Schule gebaut, Schürer hat sie 2015 gekauft und saniert. „Sechs Monate lang war ich permanent auf der Baustelle“, erinnert er sich. „Heute organisiere ich hier mehr als 250 Veranstaltungen pro Jahr, auch Führungen bieten wir an.“ Sie sind nicht nur bei ehemaligen Schülern begehrt.

Eine Mehlstauballergie zwang den gelernten Konditor, seinen Beruf aufzugeben, doch seine Liebe zu süßen Köstlichkeiten war ungebrochen. So produzierte er Pralinen & Co. in seiner Freizeit, meldete 2004 sein Gewerbe an, fertigt seit 2006 hauptberuflich Schokoladenspezialitäten und stellte eine Mitarbeiterin ein. „Im Umkreis von 50 Kilometern war ich der einzige Chocolatier. Mein Ziel war von Anfang an, Wiederverkäufer zu beliefern.“ Das Geschäft lief gut, schon drei Jahre später beschäftigte er fünf MitarbeiterInnen in seiner mittlerweile 120 Quadratmeter großen Manufaktur.

Heute füllt Schürer eine 640 Quadratmeter große Schule mit Schokolade und Schokoladenwissen, doch auch dort wird es ihm langsam zu eng: „Ich freue mich, wenn die Stadt die Turnhalle hinter dem Haupthaus leerräumt. Dann produzieren

wir dort, und ich kann die Schule komplett für Workshops, Café und Manufakturverkauf nutzen“, sagt er. Kreativ- und Genusskurse, Kurse für Selbermacher und für Kids bietet er an. Ideen hat er viele. Schürer weiß: „Ich brauche beides, meinen Laden und die Wiederverkäufer. Das Onlinegeschäft läuft auch, doch lohnt sich nicht wirklich für uns. Das Packen der Bestellungen ist zeitaufwendig.“

Der Chocolatier fertigt neun verschiedene Kuvertüren

Zu Schürers Philosophie gehört, so viel wie möglich selber zu fertigen: „Je mehr ich selber machen kann, umso zufriedener bin ich und kann das an unsere Kunden weitergeben. Unser Konditor Falk fertigt die Kuchen und Torten traditionell.“ Knapp 800 Produkte hat er im Portfolio, darunter Pralinen, Marzipan- und Nougaterzeugnisse, Schokoladen, Elisenlebkuchen, Lebkuchenspitzen und Baumkuchen. Die Dunklen Elisenlebkuchen sind seine Lieblinge. Seine Kuvertüre fertigt er mit einer Kugelmühle und Conche von Netzsch von der Kakaomasse her. „Aktuell produziere ich rund 20 Tonnen Kuvertüre im Jahr, maximal möglich sind etwa 70 Tonnen, das ist mein Ziel.“ In 350-kg-Batches fertigt er neun Kuvertüren, zwei Drittel davon sind Dunkle Sorten. „10 Stunden Produktionszeit veranschlage ich pro Kuvertüre. Mit der Anlage kann ich punktuell conchieren“, sagt der Chocolatier, der auch Kuvertüren für Weiterverarbeiter entwickelt.

Etwa 30 verschiedene Pralinensorten bietet er an – Schnittpralinen und Trüffel. Limettennougat, Mandelnougat-Crisps sowie Eierlikörtrüffel zählen zu seinen Favoriten. „Marzipan kommt gleich danach, ich bin schließlich gebürtiger Lübecker“, sagt er. Typisch für seine Pralinen sind die weichen, cremigen Füllungen, da bei diesen das Aroma intensiver sei. „Für meine Füllungen eignen sich sehr gut die Shells von Cluizel. Aufgrund seines geringen Eigengeschmacks bevorzuge ich zum Süßen weißen Kristallzucker sowohl für meine Kuvertüren als auch in der Konditorei. Das unverfälschte Aroma hat Priorität.“ Die Haltbarkeit der Pralinen liegt bei rund 3 Monaten. Hat er einen neuen Kunden, übernimmt er gerne die erste Auslieferung: „So sehe ich, in welchem Umfeld meine Schützlinge angeboten werden.“

Generell legt Schürer großen Wert auf Lokalität. Milchprodukte bezieht er von ortsansässigen Bauern, die Äpfel für die schokolierten Apfelringe wachsen praktisch hinterm Gebäude. Nach 22 Jahren in Heidenau sagt er: „Ich habe genau das gemacht, worauf ich Lust hatte. Nur deswegen ist aus der Manufaktur das geworden, was sie heute ist. Ich habe eine Leidenschaft für meinen Beruf. Zum Glück kann ich heute selbstbewusste Preise aufrufen. Anfangs war das anders, ich musste viel erklären, warum meine Schokoladen teurer sind als die im Supermarkt. Inzwischen haben die Einheimischen die Sächsische Schokoladenmanufaktur ins Herz geschlossen: Ich bin jetzt einer von ihnen, bin jetzt hier verwurzelt in einem Gebäude mit Seele, unter anderem der Seele vieler Heidenauer, die hier zur Schule gegangen sind und nun gerne hier einkaufen oder ins Café kommen.“

www.schokoklick.com

1894 wurde die Schule in Heidenau gebaut, heute füllt sie Marcus Schürer mit der Sächsischen Schokoladenmanufaktur mit Leben

INTERNATIONALE SÜSSWARENMESSE 2022

New Product Showcase – die Gewinner

Der New Product Showcase zeigt seit 2009 Neuheiten der Branche und hat sich als Anziehungspunkt für Entscheider auf der ISM etabliert. Mit 45 Vitrinen von mehr als 30 Ausstellern aus elf Nationen und über 50 Produkten bot er auch 2022 einen Überblick über seit Februar 2021 entstandene Neuheiten. Die Auswahl der Top-Innovationen erfolgte durch eine unabhängige fachkundige Jury, bestehend aus Experten aus Industrie und Handel sowie Wissenschaftlern.
Auf Platz eins landete die Confiserie Vandenbulcke aus Belgien. „Die belgischen Chocolatiers entwickelten eine Pralinenfüllung aus Dunkler Schokolade und Kakaofruchtsaft und kreierten so eine Praline, die die geschmackliche Essenz einer Kakaofrucht mit ihren Nuancen fruchtig-schokoladig widerspiegelt. Für die Füllung und die Hülle der Praline wurde die gleiche Schokolade verwendet. „Durch die ökologische Verwendung der ganzen Frucht entsteht nicht nur weniger Abfall, sondern auch die Nährstoffe und Mineralien bleiben erhalten und sorgen für den einzigartigen Geschmack von Cabosse“, so die Jury.

Wie es gelingt, Seetang in einen knusprig würzigen Snack zu verwandeln, haben die Snack-Spezialisten von Mitsuba in Kombination mit Meersalz, Paprika oder Wasabi und ohne die Verwendung von Palmöl und Geschmacksverstärkern gezeigt und damit den zweiten Platz erzielt.
Weit mehr als ein traditionelles Schokoladen-Toffee ist das spanische vegane Toffee Noir von Arna Falco, das Rang drei eroberte. Aus konzentrierter Erdmandelmilch, Kakaobutter, Rohrzucker und echter Madagaskar-Vanille fertigt Firmengründer Robert Brunt unwiderstehliche Toffees, die er in Kakaopulver wälzt und in einer von einer britischen Designerin entworfenen Dose verpackt. Die Erdmandeln, die ein vollmundiges, cremiges Mundgefühl hervorrufen, wachsen in einem Radius von 20 Kilometern um die Manufaktur nahe Valencia herum. Ein weiteres innovatives Produkt von Arna Falco ist „Pate de fruit de cacao“, 1-cm-große, in Kakaopulver gewälzte Geleewürfel, hergestellt aus dem Fruchtfleisch der Kakaofrucht.

ism-cologne.de

Anzeige

LIEBE MITGLIEDER DES CDC

Wir, die Bombasei Decor GmbH, freuen uns sehr in diesen Kreis aufgenommen worden zu sein. Seit unserem Neustart im Jahr 2017 hat sich für uns einiges Grundlegend geändert. Wir haben als oberstes Kredo das Wohl unserer Kunden.
Unsere Individualität und die Möglichkeit auch in kleinen Mengen personalisiert zu produzieren macht uns zu einem interessanten Partner des gehobenen Mittelstandes.
Ihre Wünsche und Anfragen werden von unserem Team schnell und fachmännisch aufgearbeitet.
Ab September 2022 steht uns ein neues großes Betriebsgebäude zu Verfügung, in welchem wir nach IFS Vorgaben produzieren können.

Wir freuen uns auf Ihre Ideen, auf die ersten Treffen und den gemeinsamen Austausch.

Ihr Bombasei Team

BOMBASEI DECOR GmbH
Schlüchttalstr. 20 | 79761 Waldshut-Tiengen | Ansprechpartner: Klaus Ahlborn
Telefon: 07741 699 30 15 | E-mail: k.ahlborn@bombasei.de | Web: www.bombasei-decor.de

Zwei gute Welten in einem Café

An einer Wand ist die Geschichte der Schokolade in Wort und Bild dargestellt, an einer weiteren hängt ein Bild eines kleinen, etwa 8 Jahre alten Jungen, der Eiscreme verkauft. Am Ende des Raums gewährt eine Gläserne Produktion Einblicke, und davor präsentiert sich ein Café, das dem europäischen Gedanken alle Ehre macht: französische Croissants und belegte Baguettes, herzhafte griechische Snacks wie Spanakopita, Bruchschokoladen und Nussberge, Torten, Törtchen sowie griechische Spezialitäten und Süßigkeiten wie Loukoumi, Galaktoboureko oder Kataifi. „Meine Kunden finden bei mir für jede Tageszeit und jeden Geschmack etwas Passendes. Die Welt ist kulturell zusammengewachsen, München ist in den vergangenen Jahrzehnten sehr mediterran und Athen ist viel europäischer geworden", sagt Dimitri Angelousis, der vor fünf Jahren in Münchens Innenstadt direkt an der Isar sein Café, Chocolaterie und Pâtisserie „ChocoLab" eröffnet hat. „Die Pâtisserie macht den größten Anteil meines Umsatzes aus. Meine griechischen Kunden kommen aus dem Großraum München. Insbesondere am Wochenende zieht es viele, die im Umland leben, in mein ChocoLab. Man muss sich differenzieren, so viele qualitativ hochwertige griechische Spezialitäten wie bei mir findet man nicht überall", betont er.

In Deutschland als Kind griechischer Eltern ist Dimitri Angelousis in zwei Welten aufgewachsen. Heute lebt er in seinem Café ChocoLab den europäischen Gedanken

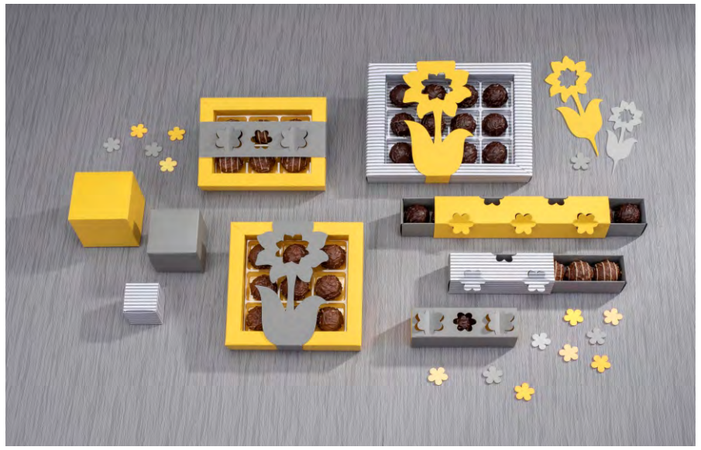
Törtchen nach Wunsch individuell gefertigt

München ist seine Heimatstadt, doch bis nach Athen reichen seine Wurzeln, und so lebt Angelousis nicht nur in zwei Welten, sondern hat sich für sein Café mit angegliederter Gläserner Produktion in Südeuropa umgesehen und französische Pâtisserie sowie italienischen Kaffee hinzugefügt. Entwickelt hat er das Konzept in Athen, perfektioniert in München: „Nach meinem Studium in Deutschland habe ich in Athen gearbeitet, doch die Finanzkrise zwang mich, umzudenken. Sie zog sich jahrelang hin, ich sah kein Licht am Ende des Tunnels, und so beschlossen meine Frau und ich, unsere Zukunft auf Schokolade und Pâtisserie aufzubauen." Angelousis vereinte seine Leidenschaft für Pâtisserie, seine Ideen und den Grundsatz von kompromissloser Qualität in seinem Unternehmen und sagt rückblickend: „Alles andere entwickelte sich."

Mit hochwertigen Zutaten – frische Butter, Honig und Schokolade von Callebaut und Valrhona – und Rezepturen, die er zusammen mit seinem Team bis zur Perfektion weiterentwickelte, schuf er ein ausgesuchtes Sortiment an süßen Spezialitäten. Bei den Kunden sehr beliebt sind seine selbstgemachten Törtchen, Tartes und Kuchen, die es in den Vitrinen in großer Auswahl gibt, und die er auf Bestellung auch individuell anfertigt. Selbstgemachte Eiscreme bietet ChocoLab ebenfalls ganzjährig an. Zusätzlich zu den vor Ort gefertigten Spezialitäten findet man kandierte, mit Schokolade überzogene Orangen aus der Gegend von Patras, herzhaftes Gebäck aus Thessaloniki, in Griechenland gefertigte Dragees, Wein, Sesamkrokant und griechische sowie ausgesuchte ecuadorianische und afrikanische Schokoladen in Regal und Theke.

Auf 270 Quadratmetern Fläche hat Angelousis sein Café samt Produktion untergebracht. Drei Mitarbeiter lassen sich beim Fertigen der Pâtisserie über die Schulter schauen. Für Rezeptentwicklungen und zur Hochsaison stehen ihm zudem zwei Consultants zur Seite. So gewährt er Transparenz und unterstreicht den Handmade-Charakter seiner Produkte. Mit viel Charme vereint Angelousis Europas Spezialitäten in seinem im Fabrikstil gehaltenen Café und kommt damit zu seinen Wurzeln zurück: „Der Clou ist das Bild von mir: Schon in den 1960er-Jahren habe ich für meinen Vater Eiscreme in Griechenland verkauft, dies führe ich jetzt fort."
www.chocolab.eu

Dimitri Angelousis bietet Pâtisserie, Schokolade, Kaffee und vieles mehr im ChocoLab



Süße Schachtel Manufaktur
... denn nicht nur Schokolade macht glücklich!

Edle Verpackungen für vollkommene Kreationen

Wir sind ein Familiengeführtes Unternehmen mit dem Ziel, die Handwerkskunst der Chocolatiers bestmöglich zu verpacken.

Profitieren Sie von unserem Wissen, unserer Erfahrung und unserer Kreativität!

HANDGEFERTIGT

GROßES BASIS-SORTIMENT

VEREDELUNG & MAßANFERTIGUNG

KOMPLETT NACHHALTIGE VERPACKUNG

01 100 % R-PET

suesse-schachtel.de
info@suesse-schachtel.de

Erfolgreich führt Andreas Toltz den Handwerksbetrieb Kundner Kartonagen, den er vor neun Jahren übernommen hat

Kartons werden individuell mit Dekorpapier beklebt

Kundner kombiniert traditionelle Maschinen wie die Original Heidelberg mit modernen Techniken

Verpackung verkauft

Premiumprodukte benötigen eine Verpackung, die schützt und den hochwertigen Inhalt widerspiegelt. Das können Spirituosen genauso sein wie Schmuck oder Confiserieprodukte. Kundner Kartonagen entwickelt branchenübergreifend für jeden Kunden die passende Verpackung.

Stanzen, ritzen, walzen, schneiden, ausbrechen, kleben, veredeln – so lässt sich das Handwerk von Andreas Toltz, Inhaber der Kundner GmbH & Co. KG in Bechhofen, ganz gut umschreiben. Bei ihm bekommen große Bögen Pappe und Papier ihre Form und wandeln sich zu einzigartigen Verpackungen. An einer Klebemaschine stehen jeweils drei Mitarbeiterinnen, legen jede Pappschachtel passgenau auf das zuvor vollflächig mit Leim benetzte Dekorpapier und streichen es mit routinierten Handgriffen glatt. „Bei mir ist immer alles zum Anfassen", sagt Toltz, und ermuntert umgehend dazu. Denn er weiß: Nicht nur die Optik, sondern insbesondere auch die Haptik ist bei seinen hochwertigen Kartonagen ausschlaggebend. „Der Kunde darf bei uns stöbern, ich begleite jeden Kunden auf dem Weg zu seiner individuellen Verpackungslösung." Und so gelingt es ihm, dass seine Kunden am Ende eine Verpackung in der Hand halten, die genau ihren Vorstellungen entspricht.

Kundner hat sich auf die Kleinserien-Fertigung von 1–5.000 Stück spezialisiert. „Die Verpackung geht mit der Zeit und wird heutzutage beständig dem Produkt angepasst", so der Firmenchef. Durch vorausschauenden Materialeinkauf kann er jederzeit 500–1.000 Verpackungen kurzfristig fertigen. Bei ihm lagern die verschiedenen Kartons, angefangen von 200 g bis 600 g GD2 – einem Sekundärfaserkarton aus recyceltem Zellstoff, der umweltfreundlicher ist als Frischfaserkarton –, über Chromosulfatkartons bis hin zu Graukarton und Buchbinderpappe (1–2,2 mm). Während die erstgenannten eher bei Industrieverpackungen zum Einsatz kommen, dienen Graukarton und Buchbinderpappe als Überzugskartons für Luxusverpackungen. „Als Standard für unser Überzugspapier haben wir die Bucram-(Neuleinen-)Prägung ausgewählt. Da wir es in allen Regenbogenfarben vorrätig haben, können wir die CI-Farbe eines Unternehmens gut nachbilden", erklärt Toltz. Zu seinen Kartonagen- und Papierlieferanten zählen renommierte Unternehmen wie Gmund, Fedrigoni oder Solidus, letztgenannter ist einer der führenden Hersteller für Buchbinderqualitäten. Standardangebote gibt es bei Kundner nicht.

Verpackungen
exklusiv
für jeden Kunden

Kunden können mit Bilderdruckpapieren, deren Bedruckung nach ihren Wünschen erfolgt, eine Kollektion entwerfen. Verwendet werden die Papiere, die der Kunde möchte, sie müssen lediglich aufgrund ihrer Beschaffenheit zum Verkleben geeignet sein. Auch Leinenbezüge auf Kartonage sind möglich. Bei Kundner stellen 20 Mitarbeiter in der Fertigung Stulp-, Magnet-, Schiebe-, Klapp- und Halsschachteln sowie Rundboxen her. Weitere 30 Mitarbeiter beschäftigt der Unternehmer in Heimarbeit. Er sagt: „Wir fertigen für jeden Geldbeutel das passende Produkt." Stanzverpackungen liefert er je nach Kundenwunsch flach oder aufgestellt, Stulpverpackungen kommen meist aufgestellt zum Kunden, manche Magnetverpackungen wiederum werden flach geliefert, sie müssen vom Kunden nur gefaltet werden. Die Einlage in den Verpackungen kann aus Pappe oder Kunststoff sein.

Letztendlich entscheidet immer der Kundenwunsch. Bei der Beratung fragt Toltz wesentliche Parameter wie die Zielgruppe, das Budget und das Marktsegment, das der Kunde bedient, ab. So entsteht eine Verpackung passend zum Produkt. „Viele Ideen entwickeln sich während des Gesprächs mit den Kunden, wir pflegen eine sehr enge Beziehung zu ihnen", betont Toltz. Deshalb fertigt er jedes Stanzwerkzeug exklusiv an. „Das Werkzeug gehört dem Auftraggeber. Wir verwenden es für keinen anderen Kunden." Damit garantiert der Verpackungshersteller seinen Kunden Einzigartigkeit. Auch Start-ups kommen gerne zu ihm, um ihre Ideen mithilfe der Verpackung zu visualisieren. Speziell für Kleinserien und die Mustererstellung hat Kundner einen Plotter mit dem er bis zu 50 Stück problemlos fertigen kann.

Ökologisch bedeutet nicht langweilig

Aktuell ist das Thema Öko in aller Munde. Häufig genüge es, der Verpackung einen Öko-Touch zu verleihen, was mit Farben wie Natronbraun, Ökobraun oder Testliner braun gut gelänge. „Gerade gibt es auch eine neue Linie mit Kork", berichtet Toltz. Hanfpapier sei zurzeit das wohl ökologischste Papier. Und es ermögliche eine so hohe Prägung wie kein anderes Papier. „Mit unserer Produktion sind wir schon komplett nachhaltig. Wenn der Kunde Wert auf eine ökologische Verpackung legt, wählen wir dahingehend das passende Material." Zum Einsatz kommen unter anderem FSC-zertifiziertes Papier, Altpapier oder Graspapier, der verwendete Gallertleim ist auf Baumharzbasis hergestellt, der Stromverbrauch der Produktion liege bei dem eines Einfamilienhauses. „Einstoffverpackungen sind das große Schlagwort, der Kunde geht weg von Verbundverpackungen und Kunststoffen", weiß der Firmenchef. Auch Glanz komme gerade ein wenig aus der Mode. „Mit einer dünnen Cellophanschicht erhält man eine matte, robuste Oberfläche, die sich abwischen lässt", sagt Toltz und verweist damit einmal mehr auf die zahlreichen Möglichkeiten, die es gibt. Gerne werden allerdings matte, natürlich anmutende Verpackungen mit glänzendem Gold oder Silber veredelt. Allerdings bedeutet ökologisch

nicht automatisch langweilig. Manchen Papieren sieht man es nicht an, dass sie ökologisch sind. Ökopapiere gibt es in tollen Pastelltönen und Strukturen.

Doch egal ob glänzend oder matt: Bei Kundner zählt am Ende nur der Wunsch des Kunden. „Ideen sind bei uns keine Grenzen gesetzt. Wir sind eine Manufaktur, eine Künstlerwerkstatt. Wenn wir sagen, diese Verpackung ist nicht möglich, dann geht es wirklich nicht." ◆

www.kundner-kartonagen.de

Anzeige

COLORDRUCK BAIERSBRONN

Hochveredelte Unikate mit Unboxing-Erlebnis

Beim Unboxing kommt es auf den ersten Eindruck an. Das Auspacken der Ware, soll zum Erlebnis für den Verbraucher werden. Die Kombination aus individueller und einzigartiger Verpackung, hochwertigen Materialien und gut durchdachtem Konzept hinterlässt dabei beim Empfänger ein durchweg positives Gefühl sowie einen bleibenden Eindruck.

Mit Liebe zum Detail entwickelt, gestaltet und produziert

Für die Tessiner Innovationstage – einem von Bernd Nordmeyer initiierten Innovations-Workshop für Unternehmer und Führungskräfte der Süßwarenindustrie – entwickelte der Packaging-Dienstleister colordruck Baiersbronn eine individuelle Geschenkbox, die das Unboxing auf ein neues Level hebt. Die edle Geschenkbox ist ein optisches und auch ein haptisches Highlight. Sie wurde mit viel Liebe zum Detail entwickelt, gestaltet und produziert. Bei der Box handelt es sich um eine hochveredelte Verpackung, hergestellt aus Karton der Serie Gmund for Food.

Bereits von außen ist die Geschenkbox ein echter Hingucker und weckt die Aufmerksamkeit des Betrachters. Die stabile Klappdeckelverpackung mit Hohlrand sowie passgenauem Inlay lässt sich mithilfe eines Magneten sicher verschließen. Die golden glänzende Namenspersonalisierung aus digitaler Heißfolie („Sleaking“ MGI von Konica Minolta) in Kombination mit dem filigranen Fine-Art-Cutting (Highcon Laser), welches das Logo der Tessiner Innovationstage darstellt, verführen direkt zum Öffnen der Box.

Mit der Highcon Laserstanze lassen sich filigrane Muster und Designs, den sogenannten Fine-Art-Cuttings formvollendet realisieren. Hinter dem eindrucksvollen Muster erhält der Beschenkte bereits einen ersten Einblick, was ihn im Inneren der Box erwartet. In der Box erstrahlen zwölf kleine Würfel-Verpackungen befüllt mit feinen Pralinen einer ausgewählten Confiserie aus dem Schwarzwald.

Grenzenlose Design-Variationen mit nur einem Basisdesign

Bedruckt wurden die Würfel (Primärverpackung) auf der Digitaldruckmaschine HP Indigo 30.000. Das einzigartige Layout der kleinen Verpackungen wurde mit der HP Mosaic Technologie gestaltet. Durch die Anwendung von HP Mosaic lassen sich mit nur einem Basisdesign grenzenlose Design-Variationen erschaffen, mit welchen jede Verpackung einmalig wird. Das Basisdesign, auch „Original Artwork“ oder „Seedfile“ genannt, findet der Beschenkte ebenfalls im Inneren der Geschenkbox.

Für die Erstellung der HP Mosaic Technologie werden automatisch viele einzelne, individuelle Bildausschnitte aus dem Seedfile generiert. Dadurch entstehen unzählige unterschiedliche Designs, keines gleicht dem anderen. Mit der Software lassen sich unendlich viele Design-Varianten generieren. Durch Zoom, Rotation, Skalierung und Farbwechsel erhält jede Box ein individuelles Layout und wird somit zum Unikat. Bei der Erstellung des HP-Mosaic-Designs sind nahezu keine Grenzen gesetzt, es kann frei festgelegt werden, ob die komplette Verpackung oder nur kleine Details mit HP Mosaic gestaltet werden. Im Beispiel der vorliegenden Geschenkbox wurde der Berg des Logos mit HP Mosaic erstellt.

Neben den edlen Gmund-Materialien, welche sich auch in der Haptik unterscheiden sowie der Vielzahl an Besonderheiten, verspricht die Geschenkverpackung ein wahres Unboxing-Erlebnis. Aufgrund der Zielgruppe und des Würfelinhalts, den Pralinen, wurde auf besonders hochwertige Materialien Wert gelegt, die zudem für den Direktkontakt mit Lebensmitteln zertifiziert sind. Die mit vielen verschiedenen Highlights ausgestattete Geschenkbox – von der Personalisierung aus digitaler Heißfolie über das Fine-Art-Cutting bis hin zu HP Mosaic – ist ein echter Hingucker und ein Unikat durch und durch.

www.colordruck.net

CLUIZEL

Edler Auftritt

Großes Interesse bei den Besuchern der ISM weckte der französische Premium-Schokoladenhersteller Michel Cluizel mit seinem neuen Markenauftritt, bei dem er das neue Cluizel-Logo, den Markenschriftzug „Les sens du chocolat“ sowie die neuen Verpackungen präsentiert hat. Ein QR-Code auf der Verpackung führt durch die Degustation „Les sens du chocolat“. Vorrangiges Ziel des Relaunchs war, den hochwertigen Inhalt in den Pralinenverpackungen widerzuspiegeln. Puristisch und edel mutet der in Versalien gestaltete Markenschriftzug Cluizel – Paris an. Auch die Kollektion der Plantagenschokoladen wurde erneuert. Auf den Verpackungen der Schokoladen, die nun mind. 70 % (Dunkle Schokolade) bzw. 47 % (Vollmilchschokolade) Kakao enthalten, ist der Ursprung des jeweiligen Kakaos skizziert: Man sieht dort eine Wasserquelle, und die in Mischkultur wachsenden Kakaobohnen sind farblich unterlegt. Jeder Plantage wurde eine Farbe zugeordnet, wodurch auf den ersten Blick in der gesamten Kollektion der Ursprung des jeweiligen Kakaos ersichtlich ist. Die Vollmilchvarianten erscheinen eher in Pastelltönen, bei den Dunklen Schokoladen sind die Farben kräftiger.

www.cluizel.com

THE BOX

Eat the wall

Die Stärke des niederländischen Unternehmens The Box sind maßgeschneiderte Dosen, individuell für den Kunden gestaltet. Was alles möglich ist, zeigt sehr schön das Beispiel Wall Cakes, ein Kunde aus Deutschland. Wall Cakes wollte spezielle Torten einzigartig verpacken und in Berlin verkaufen. Ein Fotograf fertigte im Auftrag von Wall Cakes atmosphärische „Mauer-Bilder“ für die Verpackungen – die Vorgaben waren genau definiert.

Maßgefertigt – eine Mauer aus Dosen

Das Team von „The Box“ entwickelte der Form der Berliner Mauer nachempfundene Dosen, in denen Wall Cakes dann die Torten verpackte. Um den Eindruck der Mauer zu verstärken, wurde auf den Dosen eine Reihe von Aufnahmen abgebildet. Herausgekommen sind außergewöhnliche, stapelbare Dosen, die lückenlos aneinander anschließen und sich auftürmen lassen. So konnte jeder Kunde mit den verschiedenen Designs eine individuelle Mauer aus Tortendosen gestalten.

Die modernen graffitiartigen Designs, gemischt mit sepiafarbenen alten Fotos machen die Dosen zu tollen Hinguckern. Der Deckel zum Eindruck ist seitlich angebracht und mit Text und Logoprägung versehen. So entstand eine einzigartige Reihe von Sammlerstücken, von exklusiven Dosen, die nirgendwo sonst zu finden sind. Mit zukünftigen weiteren Designs lässt sich die Dosenmauer erweitern. Weitere Erklärungen erübrigen sich, die Dose sagt es: Eat the wall.

thebox-blechdosen.de

Anzeige

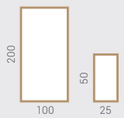
Schokoladen Verpackungsmaschinen

Niederlande | +31 (0)40 208 66 66 | www.lareka.nl

BTB25 | 25 bars/min

Wie können Sie Ihre Verpackingsmaschinen für Schokoladenprodukte und Bonbons optimieren und gleichzeitig mehr Nutzen aus Ihren Marketing-bemühungen ziehen? Wir können nicht nur den Verpackungsprozess, sondern auch die Verpackung selbst optimeren. Hiermit können Sie die Kosten senken, Ihre Märkte erweitern und vertiefen und den Endbenutzern ein attraktiveres Produkt anbieten. So können Sie auf neue Möglichkeiten reagieren und Ihre Leistung erhöhen.

VERPACKUNGSLÖSUNGEN FÜR SCHOKOLADE



BAR SIZE RANGE

LAREKA

OPTIMIZE YOUR PACKAGING

Kontaktieren Sie einen innovativen Erstausrüster und profitieren Sie von 40 Jahren Wissen und Erfahrung

Nachhaltigkeit und Markenidentität

Die niederländische Firma Lareka entwickelt Schokoladenverpackungsmaschinen für Tafeln und Riegel im Premium-Segment.

Um auf dem Markt für handwerklich hergestellte Schokolade Erfolg zu haben, muss das Produkt unverwechselbar sein. Wesentlich ist der Geschmack, doch die Verpackung sorgt für Aufmerksamkeit beim Verbraucher. Eine Schokolade kann noch so phänomenal sein, wenn die Verpackung nicht auffällt, greift niemand zu. „Die häufigsten Fragen unserer Kunden sind: Wann ist es interessant, in eine Stangenwickelmaschine zu investieren? Und: Wir wollen nachhaltige Verpackungen, haben Sie Tipps zu nachhaltigen Materialien?", weiß Henk Somers, Geschäftsführer des niederländischen Verpackungsmaschinenherstellers Lareka Confectionery Equipment.

Heutzutage ist weniger mehr, wenn es um Verpackungen geht. Deshalb ist Lareka stets auf der Suche nach innovativen, nachhaltigen Materialien für die automatische Verpackung handwerklich hergestellter Schokolade und steht dabei in direktem Kontakt mit Verpackungsmateriallieferanten weltweit. Bei der Suche nach dem optimalen Verpackungsmaterial achtet Lareka auf drei Dinge: Nachhaltigkeit, Barriereeigenschaften und Übereinstimmung mit der Markenidentität des Kunden. Eine allemeingültige Erfolgsformel gibt es nicht: Jeder Kunde bestimmt selbst sein individuelles, ideales Gleichgewicht zwischen diesen drei Faktoren.

Zahlreiche Alternativen zu Aluminium

Zu den Alternativen zu Aluminium und Aluminiumpapierlaminat, die Lareka auf seinen Maschinen einsetzen kann, zählen Zellophan, Pergaminpapier, Zellophanpapierlaminat, PE-beschichtetes Papier, wasserlösliche Folie aus Stärke, mit einer wasserlöslichen Milchproteinfolie beschichtetes Papier – und seit Neuestem ein Papier, das mit einer ultradünnen, lediglich 0,5 µm dicken Schicht aus aufgedampftem Aluminium versehen ist. Zum Vergleich: Normales Alu-Papier-Laminat besteht aus 7 µm Alu, plus Klebstoff. Aufgrund dieser ultradünnen Alu-Schicht ist das Papier als kompostierbar und recycelbar eingestuft: Es kann zu Hause kompostiert werden und ist zu 100 Prozent recycelbar – bei gleichem Erscheinungsbild und gleichen Barriereeigenschaften wie herkömmliche Materialien. „Wir sind optimistisch, was diese nachhaltige Alternative betrifft. Das Material weist gute Fett- und Gasbarriereeigenschaften auf und ist mit unseren Maschinen sehr gut kompatibel", so Somers.

Speziell für Bean-to-Bar- und handwerkliche Schokoladenhersteller hat Lareka die BTB25 entwickelt. Vor deren Einführung gab es keine Schokoladenverpackungsmaschine, die für das Verpacken von Premiumschokolade in kleinen Mengen geeignet war, so das Unternehmen: weder in Bezug auf Geschwindigkeit, Bedienungs- und Wartungsfreundlichkeit, noch hinsichtlich Umrüstzeit oder Größenbereich. Aufgrund der einzigartigen Größenauswahl und der schnellen Umrüstzeit sei die BTB25 ideal für Premiumschokoladenhersteller mit vielfältiger Produktpalette, so Somers. Dies belegen die Verpackungen der BTB25-Kunden: Sie sind alle einzigartig. Einige erreichen dies durch die Verwendung leuchtender Farben, andere durch ein minimalistisches Design kombiniert mit Details in Gold. 25x50 Millimeter groß sind die kleinsten Riegel bzw. Schokoladen, die die BTB25 verpacken kann, die größten sind 100x200 Millimeter (6–300 g). Unabhängig von der Größe verpackt sie 25 Riegel oder Tafeln pro Minute.

Der richtige Zeitpunkt zum Investieren

„Wann ist der richtige Zeitpunkt, um in eine Schokoladenverpackungsmaschine zu investieren?, ist eine oft gestellte Frage", weiß Somers. Die Antwort darauf liege in den Kosten für das Einwickeln von Hand, den Produktionsmengen und den Nachteilen, die mit dem Personaleinsatz zum Verpacken verbunden sind. Ein Schokoladenhersteller, der 80.000 Tafeln pro Jahr fertige, müsse ganzjährig zuverlässige Mitarbeiter dafür haben – insbesondere in der Hauptsaison ab Oktober, wenn mindestens 50 Prozent des Umsatzes erwirtschaftet werden. „Das bedeutet, dass in nur drei Monaten ca. 40.000 Tafeln gefertigt und verpackt werden müssen", so Somers. Etwa 1 Minute dauere es, eine Tafel Schokolade von Hand zu verpacken, bei 40.000 Tafeln wären zwei bis drei Mitarbeiter drei Monate lang beschäftigt. „Die BTB25 benötigt nur einen Bediener. Mit der Kapazität von 25 Tafeln pro Minute können in einer Woche 40.000 Tafeln verpackt werden", hebt er hervor. „Die Amortisation bei 80.000 Barren pro Jahr ist bereits interessant."

www.lareka.nl

Die BTB25-Schokoriegel-Verpackungsmaschine

PACCARI/PREMIFAIR

Schokoladenverpackung aus Zellulose

Die Schokoladen-Manufaktur Paccari setzt mit ihren neuen Verpackungen ein weiteres Zeichen im Sinne der nachhaltigen Firmenphilosophie. Schon 2020 stellte sie das Sortiment der 50-g-Tafeln und 10-g-Minitafeln auf biologisch abbaubare Verpackungen aus pflanzlicher Zellulose um und ersetzte so bei diesen Verpackungen den Kunststoff zu 100 Prozent. Nun soll das nachhaltige Verpackungskonzept auf das gesamte Sortiment ausgeweitet werden. Die Folie NatureFlex wird auf Basis von nachhaltig gewonnener Holzfaser aus umweltgerechter Waldbewirtschaftung hergestellt, ist voll-kompostierbar und zersetzt sich vollständig binnen 180 Tagen. Sie ist biologisch abbaubar und sowohl nach der europäischen Norm EN13432 für kompostierbare Verpackungen als auch nach der amerikanischen Norm ASTM D6400 vom Biodegradable Products Institute (BPI) zertifiziert. Carla Barbotó und Santiago Peralta haben vor 20 Jahren in Ecuador ihr Unternehmen unter dem Namen Pacari gegründet. Die komplette Wertschöpfung vor Ort ermöglicht es über 4.000 Kleinbauern, unabhängig von ihrer Kakaoernte zu leben.

Pacari heißt jetzt Paccari

Über 80 Mitarbeiter in Quito arbeiten täglich voller Leidenschaft daran, den Kakao zu verarbeiten. Die Gemeinschaft reicht bis zu Premifair, dem Importeur in Deutschland und Österreich, den Fachhändlern und den Verbrauchern. Um die Bedeutung der Community zu betonen, setzen die Firmengründer nun ein Zeichen: Pacari heißt jetzt Paccari. Das zusätzliche C steht für Comunidad (Gemeinschaft), Consciencia (Gewissen), Creatividad (Kreativität) und Confianza (Vertrauen). Schritt für Schritt werden der neue Name und das neue Logo übernommen, die neuen Verpackungen kommen gegen Ende des Jahres in Umlauf.

www.pacarischokolade.de

Anzeige

GMUND PAPIER

Natürlich in Hanf-Papier verpackt

Natur pur, mit wilder und wolkiger Oberfläche, so präsentiert sich das Hanfpapier von Gmund Papier. Dem bayerischen Familienunternehmen ist es gelungen, ein Papier mit 100 Prozent Cannabiszellstoff zu produzieren – nachdem Gmund Papier für seine Bio-Cycle-Kollektion ein Hanfpapier entwickelt hat, bei dem bis zu 50 Prozent Cannabiszellstoff aus europäischem Anbau – ergänzt durch Frischfaserzellstoff – enthalten ist. Die langen Fasern, die für die Papierproduktion eine Herausforderung darstellen, machen das neuartige Material zugleich fest im Gefüge und wunderbar weich in der Haptik. Zudem bietet die Kollektion mit Gmund Hanf 50% ein Papier mit recycelten Papierfasern und mit Gmund Hanf 10% ein Papier mit reinem Zellstoff. Gmund Hanf wird ganz ohne Farbstoffe produziert.

Lange wurde ein Großteil des Papiers mit Hanffasern hergestellt

Schon sehr früh in der Geschichte der menschlichen Zivilisation wurde Hanf zur Papierherstellung genutzt. Bis in die zweite Hälfte des 19. Jahrhunderts wurde der Großteil des weltweit produzierten Papiers mit Hanffasern hergestellt. So auch die Gutenberg-Bibel. Nachdem der Hanfanbau in vielen Ländern verboten wurde, verschwand auch das Hanfpapier von der Bildfläche. Mittlerweile ist der Anbau von Nutzhanf in weiten Teilen Europas wieder erlaubt.

Deutscher Nachhaltigkeitspreis für Gmund Hanf

Hanf (Cannabis), eine Pflanzengattung innerhalb der Familie der Hanfgewächse, zählt zu den ältesten Nutzpflanzen der Erde. Hanf ist als nachwachsender Rohstoff wegen seiner problemlosen Zucht und vollständigen Nutzbarkeit beliebt. Es werden keinerlei Herbizide benötigt, weil die Pflanzen bereits nach wenigen Tagen den Boden vollständig beschatten, sodass kein Unkraut mehr Licht findet. Außerdem ist er äußerst schädlingsresistent und pflegeleicht. Hanf produziert mehr Biomasse als jede andere heimische Nutzpflanze. In der Wirtschaft ist Hanf äußerst vielseitig einsetzbar und wird wegen seiner hohen Haltbarkeit, Umweltverträglichkeit und niedriger Energiebilanz geschätzt.

Ende vergangenen Jahres erhielt Gmund Papier den Deutschen Nachhaltigkeitspreis für die industrielle Produktion des Hanfpapiers als Verpackungsalternative. Denn Hanf bietet eine Reihe ökologischer Vorteile: Die Fasern sind resistenter, können häufiger geerntet und recycelt werden und benötigen keine schädlichen Pflanzenschutzmittel.
Die Sonderauszeichnung für besonders innovative und nachhaltige Verpackungsideen wurde zum dritten Mal von der Stiftung Deutscher Nachhaltigkeitspreis in Zusammenarbeit mit der Rewe Group vergeben.
www.gmund.com

Hanf für die Papierproduktion

- **Ein Hanffeld ergibt vier- bis fünfmal so viel Papier wie ein gleich großer Wald**
- **Hanf wächst 4 Meter pro Jahr**
- **Hanf kann dreimal jährlich geerntet werde, Plantagenbäume etwa alle 7 Jahre**
- **Hanf zehrt die Böden nicht aus, sofort nach der Ernte wird neu gepflanzt**
- **Hanffasern sind lang und sehr stabil. Gegenüber Holzzellstoff bietet Hanfzellstoff eine vier- bis fünfmal längere Faser, sowie eine höhere Zug-, Reiß- und Nassfestigkeit**
- **Hanf verbessert den zukünftigen Recyclingprozess und kann besonders oft recycelt werden**

Gmund Hanf im Überblick

- **Drei Sorten: Gmund Hanf 100%, Gmund Hanf 50% und Gmund Hanf 10%**
- **Erhältlich in den Grammaturen 120 g/m² und 320 g/m²**
- **Für alle gängigen Drucktechniken**

KLOTZ VERPACKUNGEN

Analoge und digitale Welt verknüpfen

Eine Verpackung schützt, erregt Aufmerksamkeit – und transportiert Informationen. Doch der Platz ist begrenzt, insbesondere bei hochwertigen Confiserie-Verpackungen, bei denen die Schrift den Gesamteindruck nicht stören soll. „Analoge Verpackungen lassen sich mithilfe von QR-Code oder NFC-Tag mit der digitalen Welt verknüpfen“, weiß Sebastian Echtner, Inhaber von Klotz Verpackungen.
Denn hinter jedem Produkt steht eine Geschichte, Menschen, die weit mehr zu erzählen haben, als auf einer Verpackung Platz findet. Das Storytelling, die Firmenphilosophie und das Thema Nachhaltigkeit gewinnen an Bedeutung. „Mithilfe dieser Technologien kann man den Kunden abholen und interaktiv begleiten“, so Echtner. „Während QR-Codes schon weitverbreitet sind, stehen die NFC-Tags noch ein bisschen im Abseits. Man kann mit ihnen viel mehr machen als mit einem QR-Code und sie bieten durchaus Vorteile, die es zu beachten gilt.“ Beispielsweise benötigen sie keine Kamera im Smartphone und sind unabhängig von Druckqualität, benötigtem Kontrast und den Lichtbedingungen.

Das Auslesen eines NFC-Tags ist schneller und intuitiver

Die NFC-Lesefunktionalität ist mittlerweile direkter Bestandteil des Betriebssystems eines Smartphones. Auch ist das Auslesen eines NFC-Tags schneller und intuitiver als das eines QR-Codes. Ein genauerer Blick lohne sich, denn diese Tags können eine ganze Reihe von Anwendungen starten, wie etwa Websites aufrufen oder die Navigation zu einem bestimmten Ziel starten, sodass man sich direkt zu der online angesehenen Manufaktur führen lassen oder die Medienwiedergabe starten kann. „Auch Tweets lassen sich versenden, Emails verschicken, Bezahldienste integrieren und eine Telefonnummer kann man direkt anrufen“, so der Verpackungsspezialist.
www.klotz-verpackungen.de

Anzeige

Chocal bietet kunststofffreie Verpackungslösungen

Mithilfe einer von den Verpackungsspezialisten von Chocal entwickelten Technologie lassen sich nachhaltige Barrierematerialien in Form bringen und als hochwertige sowie sichere Verpackung für Food- und Non-Food-Produkte nutzen.

Nachhaltigkeit wird ohne jeden Zweifel unser gesellschaftliches Leben auf allen Ebenen prägen. Bei Unternehmen der Verpackungsindustrie zeigt sich dies beispielsweise in der kontinuierlich steigenden Nachfrage nach ressourcenschonenden Konzepten. Ein Ziel dabei: die Verwendung von Kunststoffen als Verpackungsmaterial weitestgehend zu vermeiden. Denn weltweit steigt die Menge an Kunststoffmüll immer noch nahezu ungebremst, und nur ein Bruchteil davon wird umweltverträglich entsorgt. Nicht einmal zehn Prozent des jedes Jahr entstehenden Kunststoffmülls werden recycelt. Und mehr als die Hälfte aller Kunststoffabfälle haben ihren Ursprung in Verpackungen.

Die Verpackungsspezialisten von Chocal haben nun nach einer zweijährigen Entwicklungsarbeit eine Lösung dieses Problems für den Verpackungsmarkt gefunden. Grundlage ist dabei die vielfach bewährte hauseigene Technologie zur Fertigung vorgeformter Verpackungen. Diese hat Chocal so weiterentwickelt, dass sich ein breites Spektrum an Produkten von Schokoladenhohlfiguren über Spielfiguren bis zur Zahnbürste künftig mit recycel- und kompostierbaren Barrierematerialien verpacken lassen. Das Verfahren bietet gleich mehrere Vorteile gegenüber dem gängigen Wickelverfahren oder Hartplastik-Umverpackungen. Denn beim Chocal-System legt sich die hüllende Verpackung wie eine zweite Haut um das Produkt. Dadurch bleiben figürliche Feinheiten des Inhalts in allen Details deutlich erkennbar. Falten oder Mikrolöcher, die bei Wickelverpackungen fast unvermeidlich sind, lassen sich bei diesem Verfahren nahezu ausschließen. Dies schafft Sicherheit. Zudem kommt die Bedruckung besser zu Geltung, und Elemente, wie Barcode oder Inhaltsstoffe, bleiben leicht lesbar.

Barrierematerialien als Alternative zu Kunststoffverpackungen

„Auch haptisch ergibt sich dadurch eine sehr hochwertige Anmutung", ergänzt Dr. Alexander von Niessen, geschäftsführender Gesellschafter bei Chocal. Am POS sorgt all dies für deutlich mehr Aufmerksamkeit für ein Produkt. In Praxisversuchen hat sich bereits mehrfach gezeigt, dass Verbraucher Produkte bevorzugen, die dank einer vorgeformten Verpackung eine hochwertigere Optik haben.

Barrierematerialien etablieren sich in der Lebensmittelindustrie seit einiger Zeit immer mehr als Alternative zu Kunststoffverpackungen. Wie konventionelles Papier bestehen sie aus nachwachsenden Holzfasern, eine besondere Beschichtung macht diese Materialien für Wasserdampf, Sauerstoff, Gerüche oder Fette undurchlässig. Damit weisen sie alle notwendigen Eigenschaften einer normen- und richtlinienkonformen Verpackung auf, sind aber deutlich nachhaltiger und umweltschonender. Bei dem von Chocal entwickelten Verfahren lassen sich verschiedene Barrierematerialien einsetzen. So können Hersteller ihre Produkte etwa in recycel- oder kompostierbare Barrierepapiere verpacken. Auch die Verwendung transparenter Holzfaserfolie ist möglich. Diese ist im Gegensatz zu vielen anderen Kunststoffsubstituten frei von Polylactid (PLA) und kann im heimischen Kompost entsorgt werden.

Doch nicht nur durch den Einsatz der neuen Materialien lässt sich die Nachhaltigkeit steigern. Bei dem von Chocal entwickelten Verfahren entsteht nachweislich deutlich weniger Ausschuss als bei konventionellen Verpackungsmaschinen. Für die gleiche Produktionsmenge benötigt man also weniger Verpackungsmaterial und weniger Ressourcen, was mehr Effizienz und eine wirtschaftlichere Produktion bedeutet. Für die innovative und nachhaltige Technologie hat Chocal 2019 den ISM Packaging Award erhalten. Mittlerweile bietet Chocal für fast jede Anwendung eine große Bandbreite an Materialien und entsprechenden Maschinen, die sich leicht in vorhandene Fertigungsanlagen integrieren und an die gewünschte Produktionsmenge anpassen lassen.

www.chocal.de

7 Rue Emile Schwoerer - 68000 COLMAR
Tél. : +33 (0)3 89 21 85 10 - Fax : +33 (0)3 89 21 85 19
service-commercial@mabiscuiterie.com

DPS. 1996 MAISON ALSACIENNE DE BISCUITERIE *atelier*

Das sind wir...

Das **1996 gegründete** Maison Alsacienne de Biscuiterie - Atelier hat sich ständig weiterentwickelt, um heute seine Spezialitäten über die Grenzen hinaus bekannt zu machen.

Hinter dem Namen Maison Alsacienne de Biscuiterie steht eine Geschichte, die Leidenschaft des Gründers und die aller Männer und Frauen, die Teil des Unternehmens sind. Kreative Ideen, starke Werte und vor allem ein **traditionelles Handwerk im** Dienst des authentischen Geschmacks unserer Region.
In unserem Atelier in Colmar im Haut-Rhin, im Herzen des Elsass, stellen unsere Konditoren unsere Spezialitäten her: von **Bredele über Lebkuchen bis hin zu Kokos-Makronen**, um nur einige zu nennen! Ob traditionell oder modern, alle unsere Rezepte beziehen sich auf unsere schöne Region.

Seit einiger Zeit haben wir unsere Produkte auch den internationalen Kunden zugänglich gemacht und bieten eine **breite Produktpalette** an, um möglichst viele von Ihnen zu erfreuen.... Sehen hier eine kleine Auswahl von unseren Produkten.

Die Sandteigplätzchen

Der unverfälschte Geschmack wird Ihre Kunden verführen... Mit Butter, Gewürzen, Schokolade, rund oder quadratisch, hell oder goldgelb, und schon ihr Duft verrät, dass sie im heißen Ofen auf Blech gebacken werden und lässt ihre Knusprigkeit und ihren einzigartigen Geschmack erahnen.

Sandteigplästzchen Sortiment

Sandteigplätzchen mit Kakao und Vanille

Sandteigplätzchen mit Mandel

Die Neuigkeiten

Da ein Teil unserer Produkte saisonabhängig ist, haben wir für den Zeitraum Frühjahr/Sommer 2022 neue Variationen und neue Produkte. Sie finden diese in unserem neuen Katalog...

Unsere Produkte

Unsere Produkte sind **von Hand verpackt** und in einer für die Bedürfnisse des Marktes geeigneten Verpackung konzipiert. Wir haben ein ganzjährig verfügbares Angebot, in das saisonale Produkte aufgenommen werden. Wir legen großen Wert auf die **Qualität** unserer Produkte. Daher wählen wir unsere **Rohstoffe** sorgfältig aus, um Ihnen ein hochwertiges Produkt anzubieten.

In der **Winterzeit** wird unsere Auswahl an Produkten erweitert und wir bieten leckere Produkte mit den Geschmacksrichtungen der Saison an, die zum Teil mit Schokolade überzogen sind.

Die weichen Plätzchen

Unsere Plätzchenkreationen verdanken ihren einzigartigen Wohlgeschmack dem hohen Mandelanteil, der in ihrer Rezeptur verwendet wird. Zitrusfrüchte, Trockenfrüchte aller Art und andere fruchtige Aromen machen diese köstlichen Spezialitäten zu einem begehrten Leckerbissen einer anspruchsvollen Kundschaft, die nach süßen Entdeckungen sucht. Fein glasiert, mal mit einer Pistazie oder Mandel verziert, die liebevoll von Hand aufgelegt wird, sind diese Häppchen ebenso ein Augenschmaus.

Moelleux "Liabsti" Auswahl

Moelleux "Délice" Auswahl

"Délice" mit Rosen

Fordern Sie einen Katalog von
unseren **Agenturen** in Deutschland an :
info@meiwi-backwaren.de / wschwab@gmx.de
mobile: 0171 – 87 29 506 / 0175 – 24 52 090

Termine

VORTRAG & VERKOSTUNG MIT ALESSIO TESSIERI
10. Mai 2022
ChocoLab, München
Der Gründer von Noalya berichtet von der Arbeit auf seiner Plantage im krisengeschüttelten Venezuela vor dem Hintergrund von politischen und wirtschaftlichen Entscheidungen sowie von den alltäglichen Herausforderungen, die die Kakaobauern und ihre Familien bewältigen müssen.
service@clubderconfiserien.de

TRENDSET
9. bis 11. Juli 2022
Messe München
Fachmesse für Lebensart
www.trendset.de

VORTRAG & VERKOSTUNG MIT SANTIAGO PERALTA
25. Juli 2022
XOCO-Café, Nürnberg
Vom Anbau der Kakaopflanze bis zur Herstellung der Schokolade soll die gesamte Wertschöpfungskette im eigenen Land verbleiben. Mit diesem Konzept betreten Carla Barbotó und Santiago Peralta, das Gründerpaar von Paccari, 2002 Neuland in der Kakaobranche. Im XOCO-Café berichten sie von der faszinierenden Geschichte hinter Paccari.
service@clubderconfiserien.de

EUROBEAN
5. bis 7. August 2022
Schloss Rochsburg/Lunzenau
Bean-to-Bar Chocolate Festival.
www.eurobean-festival.org

SUMMERTOUR DES CdC
28. bis 30. Juni 2022
Brüssel und Erembodegem
Summertour des CdC in die Produktion von Belcolade und nach Brüssel.
service@clubderconfiserien.de

BARRY CALLEBAUT

Vegane Schokolade Generation NXT und neuer Chocolate Master

Attila Menyhárt startet für Central Europe bei den World Chocolate Masters in Paris

Callebaut präsentiert mit der NXT dairy-free-Produktreihe 100 % pflanzliche milch-, laktose-, nuss- und allergenfreie Schokoladenkreationen und lanciert die beiden Sorten DARK und M_LK (Milchgeschmack). Die NXT Produktreihe entspricht den strengsten Lebensmittelanforderungen in der Industrie und enthält keine Spuren von Milcherzeugnissen. Für das cremige Mundgefühl und den Geschmack sorgt ein Extrakt aus der Chufa-Pflanze (Erdmandel). Die NXT Schokoladen sind Cocoa Horizons zertifiziert.

Im Rahmen der Produkteinführung kündigt Callebaut die NXT Online Plattform an, auf der geballtes Wissen, praktische Leitfäden und Rezepte für vegane und pflanzliche Schokoladenkreationen veröffentlicht werden. Über den QR-Code auf der Produktverpackung erhalten Anwender Zugang. Erhältlich sind die Schokoladen ab Mai in 10 kg- und 2,5 kg-Packungen.

Chocolate Academy Köln feiert World Chocolate Masters Vorentscheid Köln
Attila Menyhárt, Pâtissier des Four Season Hotels in Budapest, ist der neue Chocolate Master für Central Europe und zieht damit ins Finale der World Chocolate Masters in Paris ein, das im Oktober 2022 im Rahmen der Salon du Chocolat Messe in Paris stattfinden wird. Dort treten die 21 Sieger der nationalen Vorentscheide gegeneinander im Kampf um den Titel an.
www.barry-callebaut.com

MICHEL CLUIZEL

Shining Bright Award

Die Academy of Chocolate hat den französischen Schokoladenhersteller Michel Cluizel mit dem Shining Bright Award 2021 für seine mehrjährige, erfolgreiche Teilnahme an den Wettbewerben der Academy of Chocolate ausgezeichnet. Auch bei dem jüngsten Wettbewerb 2021 bekamen acht seiner Schokoladen Auszeichnungen.
Gold gab es für die Bio Single Plantation Schokoladen Mokaya 75 % und Los Ancones 73 %. Bronze bekamen die Single Plantation Schokoladentafeln El Jardín 75 %, Vila Gracinda 73 % und Mangaro Noir 71 % sowie die aromatisierten Tafeln Orange Noir 70 %, Kaffee 70 % und Crué de Cacao 70 %.
www.cluizel.com

VALRHONA

Ground chocolate

Ground chocolate von Valrhona ermöglicht das unkomplizierte Zubereiten von Trinkschokoladen mit intensivem Schokoladengeschmack. Die enthaltene Kakaobutter verleiht den Getränken Textur. Die Groundchocolate-Produktreihe besteht aus zwei Dunklen Single-Origin-Schokoladen: einer Schokolade aus Ghana mit würzigem, süßem Aroma und einer ausgewogenen Schokolade aus Grenada mit den Aromen reifer Früchte.
Die Kakaobohnen für die beiden Produkte können bis zu den Produzenten in Ghana und Grenada zurückverfolgt werden. Ground chocolate kann mit Kuhmilch, Hafermilch oder Wasser vermischt werden und lässt sich mit der Dampfdüse, in der Chocolatiere oder in einem speziellen Shaker für Heißgetränke verarbeiten. Ground chocolate eignet sich zur Herstellung kreativer Heiß- oder Kaltgetränke, Konditoren können sie für Füllungen, als Topping oder zum Verzieren verwenden.
www.valrhona.com

ACADEMY OF CHOCOLATE (AOC)

Golden Bean Award

Die Academy of Chocolate hat Schokoladen von Standout Chocolate und Krak Chocolate mit der Golden Bean ausgezeichnet. Der Schwede Fredrik Martinsson von Standout Chocolate erhielt die Golden Bean für seine Single Origin Belize Maya Mountain 70 %, eine zartschmelzende Tafel mit fruchtigen Noten von Zitrone, Rosinen und Aprikose. Der niederländische Schokoladenhersteller Mark Schimmel (Krak Chocolate) wurde für seine 55 %ige Milchschokolade Sierra Nevada ausgezeichnet. Sie habe einen zarten Schmelz und intensive Kakaonoten mit Anklängen von Karamell, schwarzem Tee, Honig und gerösteten Nüssen, so die Jury. Seit 2005 würdigt die AoC in London jährlich mit den Academy of Chocolate Awards die besten Schokoladen der Welt.
academyofchocolate.org.uk

GROSSER PREIS DER SCHOKOLADEN-SOMMELIERS

Kreative Pralinenkunst

Sie tragen Namen wie Dulcey-Espresso, Roquefort Walnuss oder Quito und enthalten beispielsweise Curry, Rauchsalz, Yuzu, Rosmarin, Melone oder Speck. Dies sind nur einige der Zutaten, welche die Experten an der Bundesakademie Weinheim überraschten und begeisterten. Zum zweiten Mal wurde dort der Große Preis der Schokoladen-Sommeliers verliehen, diesmal unter dem Wettbewerbsthema „Kreative Pralinenkunst". Mehrere Dutzend Bewerbungen gingen ein, nach anonymer Verkostung in mehreren Runden vergab die Jury bis zu 100 Punkte für Optik, Fehlerfreiheit, Textur, Mundgefühl, handwerkliche Finesse, Nachhaltigkeit und Geschmack.

Die Jury 2022: (v. li.) Bernd Kütscher (Bundesakademie Weinheim), Sara Koch (Organisation Bundesakademie Weinheim), Schokoladen-Sommelier Kevin Lühmann, Schokoladen-Sommelière Nele Marike Eble, Chocolatier Johannes Storath, Food-Journalistin Florentine Hübscher, Konditoren-Weltmeister Bernd Siefert, Schokoladen-Sommelière Katja Göde, Chocolatier Peter Gärtner, Antonia Majunke (Leiterin Chocolate Academy Köln) sowie Schokoladen-Sommelier Martin Rössler

Ausgezeichnet wurden 36 Kreationen, es gab sechsmal Gold (96 Punkte und mehr), 14 mal Silber (90–95 Punkte) und 16 mal Bronze (ab 80 Punkte). Die Hersteller der mit Gold prämierten Pralinen (Kaffee Wippler GmbH, Naschkatze Münster, Chocolia, Chocami, Chocolaterie Amelie, Benedict Weiss - Weber & Weiss GmbH) stellten ihre Betriebe und die Pralinen beim Weinheimer Chocolate Summit am 26. April vor.
www.akademie-weinheim.de

Außergewöhnliche Kreationen

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

Tipp

Heike Schultz rückt mit der Confiserie Felicitas Regionalität in den Fokus

EXPERTEN-TIPP VON HEIKE SCHULTZ, MEINE CONFISERIE

Confiserie Felicitas

„Bei der Frage nach unserem Genuss-Tipp muss ich nicht lange überlegen. Wie sagt man doch so schön: ‚Das Gute liegt oft so nah!' Aufgrund der jetzigen politischen und auch der durch Corona bedingten Situation wurde mir umso bewusster, wie bedeutend für uns regionale Produkte sind. Sich vor Ort gegenseitig zu unterstützen, finde ich umso wichtiger. Als ich Ende 2019 die Überarbeitung und den Ausbau unserer Produktpalette ‚Süße Grüße aus der Sängerstadt' in den Fokus gerückt habe, war mir eines ganz wichtig: Authentizität! Ein Produkt aus der Lausitz für die Lausitz. Gemeinsam mit der Confiserie Felicitas entstand die neue Produktpalette. Sie ist dezent und stilvoll verpackt, mit zartschmelzendem Inhalt. Wichtig war uns ein bewusster Umgang mit den Ressourcen, ohne jedoch auf guten Genuss zu verzichten. Die Produkte sind eine tolle Geschenkidee für Familie, Freunde und Geschäftspartner, der perfekte Genuss zu einem guten Kaffee oder Tee sowie einem Gläschen Wein."

www.meine-confiserie.de

ELEPHANT GIN

Orange + Kakao

Elephant Gin bietet eine Neuauflage des Miniatur-Sets, bestehend aus dem klassischen Elephant London Dry Gin (45%), dem Strength Gin (57%) und dem neuen Elephant Orange Cocoa Gin (40%). Letzterer begeistert durch seine aromatische Vielschichtigkeit aus sonnengereiften spanischen Bio-Orangen, Bio-Orangenschalen und sanft gerösteten Kakaobohnen. Das Set befindet sich in einer zu 100 Prozent recycelbaren Box. Alle drei Gin-Sorten sind ebenso in 500-ml-Flaschen erhältlich, deren Gewicht um 80 Gramm reduziert wurde, um den CO_2-Fußabdruck zu verringern. Jeweils 15 Prozent vom Verkauf fließen in Elefantenschutzprogramme.

elephant-gin.com

CONFISERIE HEILEMANN

Sommer-Edition in drei Sorten

Neuer Markenauftritt, neues Design, neue Geschmackserlebnisse – die Confiserie Heilemann überrascht 2022 mit offensivem Markenauftritt und launcht zunächst jetzt zum April drei genussvolle Schokoladen als Summer-Edition: Sweet Mango – sehr fruchtig mit exotisch erfrischender Note, Iced Coffee – verfeinert mit dem herben Aroma geschroteter Kaffeebohnen, und Cool Cassis – feine Frucht mit angenehmer Säure. Insbesondere Liebhaber Weißer Schokoladen wird die Range, die auch eiskalt ein Genuss ist, überraschen und begeistern. Sukzessive präsentiert Heilemann im Lauf des Jahres Schokoladen- und Pralinenverpackungen in neuem Design mit frischem Look und angepasstem Markenlogo. Mit dem Slogan „Mehr als Schokolade" unterstreicht Heilemann Produktvielfalt und Leidenschaft, die schon seit jeher Kern der Marke sind.
„Zur Zukunftssicherung des Unternehmens müssen alle Räder ineinandergreifen: Team, Qualität, Geschmack und Verantwortung. Es gilt dabei, nahbar und glaubwürdig zu sein und in Gesamtheit einen positiven Beitrag zu leisten. Marken können viel bewegen", ist Corinna Wartenberg, Viba-Geschäftsführerin Marketing & Vertrieb überzeugt.

www.heilemann.de

CdC-Gemeinschaftsstand auf der ISM

„Eine super Organisation mit dem Club der Confiserien. Der Gemeinschaftsstand mit den feinsten Handwerkern hat uns qualitative Ansprechpartner gebracht. Die Konfiguration der Stände war kundenfreundlich und ein Hingucker."

Esmeralda Loup, Area Export Manager Michel Cluizel

„Das Konzept hat mir gefallen, das Miteinander unter den Ausstellern war toll, und ich bin vermutlich wieder dabei, wenn es nächstes Jahr eine Neuauflage gibt."

Sebastian Echtner, Inhaber Klotz Verpackugen

„Für uns als Confis-Express war der Gemeinschaftsstand des CdC die schönste Präsentationsfläche der ganzen ISM. Hochwertige, innovative Produkte, Schokoladen-Handwerkskunst und absolute Fachkompetenz vereint auf einer Fläche – das hat auch die Besucher zum Staunen gebracht. Wir sind gerne wieder dabei!"

Julia Goetze, Confis-Express

Gelungene Premiere

Einen Bereich auf der ISM für die kleinen Hersteller, für diejenigen, die der Fachhändler sucht, haben wir in diesem Jahr realisiert. Mit dem CdC-Gemeinschaftsstand und -lounge in Halle 5.2 versammelte der CdC 14 Manufakturen unter einem Dach. Es war ein Experiment, insbesondere da aufgrund von Corona weniger Aussteller und Besucher zur Messe kamen. Doch die Resümees zeigen: Das Experiment ist geglückt.

„Aufgrund von Corona war die Besucherzahl verhalten. Gespräche und Kontakte waren gut, mal sehen, was daraus wird. Der CdC-Gemeinschaftsstand war sehr schön und gut organisiert und ist eine Bereicherung für die ISM."

Eberhard Schell, Schell Schokoladen

„Sich mit Gleichgesinnten auf der ISM zu präsentieren, habe ich als stärkend empfunden. Der CdC-Gemeinschaftsstand spiegelte unsere Professionalität wider."

Gesa Weitzenböck, bitter & suess Wien

„Wer sich wundert, was das Schokoladen- und Confiserie-Handwerk vom Rest der Süßwarenindustrie unterscheidet, dem hätte ein Besuch der CdC-Ausstellerfläche auf der ISM alle Fragen beantwortet. Gegenseitiger Respekt, Begeisterung fürs Produkt, Innovationswille aus eigener Kraft, Nachhaltigkeit – all das war erlebbar und kost-bar in der CdC-Gemeinschaft. Die rege Besucherzahl vor Ort war nur eines der Resultate."

Philipp Kauffmann, Gründer Original Beans

„Unsere gemeinsame Darstellung unter dem Dach des CdC auf der ISM war super. Er war ein schöner Stand, prima organisiert vom CdC. Zwar waren nicht so viele Besucher auf der Messe, aber diejenigen, die kamen, waren hochwertige Kontakte. Und weil es nicht ständig voll war, konnten wir auch gute Gespräche mit unseren Kollegen führen. Denn zusammen machen wir den Markt für außergewöhnlich gute Schokoladen.“

Norbert Mergen, Gründer ClearChox

„Wir möchten uns ganz herzlich für das wunderbare Kennenlernen bedanken. Es war eine sehr schöne Erfahrung, dieses Jahr auf der ISM ein Teil des Clubs der Confiserien zu sein. Trotz der eher ruhigen Situation an unserem Stand war es uns eine Freude, die Kollegen kennenzulernen, sich auszutauschen und gegenseitig zu unterstützen. Wir sind dankbar für diese tolle Gelegenheit und für die zahlreichen neuen Aussichten die wir dadurch gewonnen haben.“

Jana Knobloch (Steiner & Kovarik)

„Auch wenn wir von der diesjährigen ISM natürlich keinen Besucheransturm erwarten konnten, bin ich sehr froh, dass wir es gewagt haben und vor Ort waren. Es war wunderbar, wieder auf alte Freunde feiner Edelschokoladen zu treffen und neue kennenzulernen. Wir fühlten uns gut aufgehoben in der Finest Creations Area und vom Club der Confiserien optimal betreut. Ich habe den Eindruck, dass der CdC-Bereich noch einer der am besten frequentierten Bereiche dieser ISM war [...]. Da die Besucherinnen und Besucher uns zumeist bewusst im Bereich des CdC und der Edelschokoladen aufsuchten, hatten wir qualitativ hochwertige Gespräche und kaum ‚Streuverluste‘.“

Oliver Dilli, Inhaber Dillicious

„Wir waren sehr positiv überrascht über die vielen Messebesucher aus dem Confiserie- und Feinkost-Fachhandel, und wir konnten sehr gute Gespräche führen. Das Konzept des Gemeinschaftsstandes des CdC ist u. E. voll aufgegangen. Die Stände waren offen, einladend, und die Messebesucher konnten die Aussteller an einem zentralen Ort finden. Zusätzlich sorgte die CdC-Lounge für entspannte Gespräche in gemütlicher Atmosphäre.“

Jürgen Weyer, Weyer Marketing & Sales

„Endlich Messe. Viele interessante Gespräche mit Gleichgesinnten, Lieferanten und Kunden, Trends 2022 ausgemacht. Auch wenn alles noch etwas unterkühlt war, wir sind beim nächsten Mal gerne wieder mit dabei.“

Ulli Deprie, Inhaber Chocolaterie de Prie

„The team of Club der Confiserien introduced a beautiful and well organised special area of fine creations/fine chocolate and craft exhibitors in a central well placed pavillion area of Hall 5.2, making it easier for visitors to find fine chocolate producers in one area of the largest sweets show in the world in Cologne/Germany. [...] Although the pandemic has impacted Germany this year, with understandably fewer visitors – the quality of the visitors were excellent, and came from all corners of Germany, Austria, Switzerland, France, Russia, UK, USA, Middle East. Having the opportunity to network with other members at the pavillion of the Club was a real bonus for collaborations and new ideas were seeded. Those that visited us said the area created by Club de Confiserien was the most interesting and exciting area of the whole ISM show.“

Neil Kelsall, Geschäftsführer Chocolat Madagascar

Club der Confiserien
Genuss vereint

„Durch den gemeinsamen Messeauftritt des CdC wurden die Besucher des Fachhandels auf ganz besondere Weise angesprochen. Das Konzept ist stimmig und versammelt Aussteller, die für Qualität, Nachhaltigkeit, Transparenz und Leidenschaft stehen. Wir konnten wichtige Kontakte knüpfen.“

Mónica Riera, Inhaberin Premifair (Pacari)

ClearChox
CLEAR CHAIN CHOCOLATE™
Das ist Jose Saguban, stolzer Gewinner im 'Cocoa of Exellence' Programm.
Auro macht aus seinem Kakao auf den Philippinen großartige Schokolade.
PREMIUM-SCHOKOLADEN AUS ALLERBESTEN KAKAOS
ClearChox importiert und vertreibt feine Schokoladen. Die Hälfte der Marken werden im Herkunftsland hergestellt. Die Wertschöpfung verbleibt somit im Land der Herstellung und das schmeckt noch besser.
So gute Schokoladen wollen Sie doch auch, oder?
clearchox.com/de/gute-schokolade/
AURO
RESERVE
2017
PAQUIBATO
ORIGIN
70%
DARK CHOCOLATE