Sommer 2021

Club der Confiserien
Genuss vereint

Confiserie Welt

News vom Club der Confiserien e. V.

Heiß auf Süßes

Echte Alternativen

Im Sommer haben es Pralinen und Schokoladen nicht leicht. Doch der Fachhandel kann mit zahlreichen weiteren Produkten beim Kunden punkten.

Carma®

Proudly Swiss since 1931

Schweizer Couverturen von Carma® – wunderbar cremig und mit 100% nachhaltigen Zutaten

Wussten Sie, dass …

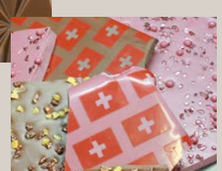
… **93%** der Konsumenten **SCHOKOLADE** lieben?

… jeder **2.** Verbraucher sich für die **HERKUNFT DER SCHOKOLADE** interessiert?

… sich **3 von 4** Verbrauchern für die **KLASSISCHE TAFEL** entscheiden?

… mehr als **65%** der deutschen Verbraucher **SCHWEIZER UND NACHHALTIGE SCHOKOLADE** bevorzugen?

… Carma® Schokolade zu **100%** aus **NACHHALTIGEN ZUTATEN** besteht? Kakao, Milch, Sojalecithin und Vanille.



… Kunden erwarten, dass **SCHWEIZER SCHOKOLADE** teurer ist & daher bereit sind, mehr dafür zu zahlen? €

Schweizer Schokolade hergestellt mit 100% nachhaltigen Zutaten – Gemeinsam für eine positive Zukunft

Quellen: Verbraucherstudie von Qualtrics, 2017, 2020

Liebe auf den ersten Geruch

Sechs Jahre lang hat Corinna Camacho Angeles, die Gründerin von Dos Estaciones, die Welt bereist und sich dabei zweimal verliebt: in ihren Mann Alex und in den Kakao. Nun fertigen die beiden mit Hingabe Bean-to-Bar-Schokoladen, deren Bohnen sie direkt aus Peru beziehen.

Corinna und Alex Camacho schätzen den persönlichen Kontakt zu den Kakaobauern

Liebe geht durch den Magen, und Liebe gibt es auf den ersten Blick, klar. Dass man jemanden gut riechen kann, ist auch bewiesen. Dass der Geruch, den Kakaobohnen beim Verarbeiten entwickeln, Leidenschaft entfachen kann, war jedoch bislang weniger bekannt. Doch genau so, über den typischen Geruch, ist Corinna Camacho Angeles, Inhaberin der Bean-to-Bar-Manufaktur Dos Estaciones im bayerischen Beilngries zur Bohne gekommen. „Es war in Australien, dort habe ich in einem Betrieb Schokolade aus madagassischen Kakaobohnen gefertigt. Der Geruch von Schokolade und Säure hat mich in seinen Bann gezogen. Sofort war mir klar, dass ich künftig mit Kakaobohnen arbeiten möchte."

Sie und ihr Mann Alex machten sich auf den Weg zum Ursprung des Kakaos nach Süd- und Mittelamerika. Sie bereisten Kolumbien, Ecuador, Costa Rica, Mexiko und Peru, besuchten Kakaobauern und -plantagen. „15 Monate waren wir dort unterwegs. Fasziniert hat uns, dass jedes Land, ja sogar jeder Kakaobauer, andere Fermentations- und Trocknungsmethoden hat. Es war sehr interessant, die Unterschiede zu sehen." In Peru haben die beiden einen Monat in Chazuta auf der Farm von Fundo Qoya verbracht, haben in dessen Haus gelebt und auf der 15 Hektar großen Plantage gearbeitet. Und dort war es dann endgültig um sie geschehen, das war 2018. Für Camacho Angeles war klar, dass sie genau diese Kakaobohnen zu ihren eigenen Schokoladen verarbeiten möchte: „Während der Wochen in Chazuta lernten wir viel, konnten alles machen und sehen – die Ernte, die Fermentation, die Trocknung, das Verpacken und das Lagern von Kakao. Wir erkannten den Wert und die hohe Qualität des „Single Farm"-Kakaos. Wahrscheinlich lieben wir diesen Kakao auch so sehr, weil er von der Frucht an für die Herstellung von Schokolade gedacht ist." Denn auch Fundo Qoya verarbeitet seine Kakaobohnen zu Schokolade und ist so für Corinna bis heute ein geschätzter Experte und Berater. „Auf der Plantage wachsen überwiegend Trinitario- und etwa 10 Prozent Criollo-Kakaobohnen. Die Varietäten werden gemeinsam fermentiert und getrocknet, und genau die Mischung importieren und verarbeiten wir", erklärt die Chocolatière, die die Bohnen für 5 US-Dollar pro Kilogramm direkt ohne Zwischenhändler einkauft. Mit 500 Kilogramm Kakao startete sie ihre Schokoladenproduktion. „Um Schokolade fertigen zu dürfen, habe ich meine Meisterprüfung abgelegt. Man müsste während der Ausbildung stärker darauf hinweisen, dass man als Konditormeister Bean-to-Bar arbeiten darf", sagt sie.

Single Farm Schokoladen in fünf Sorten

In ihrer Manufaktur experimentiert die Konditormeisterin mit einer Versuchsmaschine von Cocoatown. Sie variiert Mahlgrad und Conchierzeit, bis das Ergebnis ihren Vorstellungen entspricht. Dann steigt sie auf ihre Steinmühle um, die 30 Kilogramm fasst. „Damit der Kakao sein volles Aroma entfalten kann, sortieren wir die rohen Bohnen von Hand, rösten sie sorgfältig, brechen sie auf und trennen sie von der Schale. Die Nibs verfeinern wir mit Rübenzucker, vermahlen und conchieren sie mit Mahlsteinen. Das Conchieren schleift die Partikel von Bohnen und Zuckerkristallen zur gewünschten Textur und sorgt für den einzigartigen Geschmack der Schokolade", erklärt sie. Die Verarbeitungszeit liegt bei etwa 39 Stunden. Grundpfeiler und erste Produkte von Dos Estaciones sind zwei Single Farm Schokoladen mit 60 und 74 Prozent Kakao, Trinkschokoladen, geröstete und gebrannte Kakaonibs, Müsli mit Kakaonibs und Kakaoschalentee. In diesem Jahr haben sie die Tafelschokoladen-Range um drei Sorten erweitert: mit Kakaonibs (74 % Kakao), mit Haselnüssen (60 %) sowie mit Mandeln (53 %) bei der die Mandeln in die Schokoladenmasse eingearbeitet sind. „Auch diese Tafeln fertige ich mit den Kakao aus Peru. Sollten wir einen weiteren Kakao ausprobieren, müsste ich die Plantage vorher sehen. Ich schätze den direkten Kontakt so sehr, ich wollte nicht darauf verzichten", betont Camacho. „Das Leben am Ursprung hat mich viel gelehrt. Manches kann man sich nicht anlesen, Bücher alleine reichen nicht." ◆

www.dosestaciones.de

Die Krise als Chance nutzen

Das vergangene Jahr war eine Herausforderung für den Fachhandel und dessen Lieferanten. Manchen blieb nur der Ausweg, die Insolvenz in Eigenverwaltung anzumelden. Wir haben mit drei Herstellern gesprochen, die gestärkt aus der Krise gegangen sind und dem Fachhandel nach wie vor als verlässlicher Partner zur Seite stehen.

Vor einem Jahr hatte die Pralinen-Manufactur Große-Bölting den Antrag auf Eröffnung eines Insolvenzverfahrens in Eigenverwaltung gesellt. Seit Herbst 2020 führt Josef Große-Vehne als Geschäftsführer die Pralinen-Manufactur GmbH, Lukas Große-Bölting steht ihm als Vertriebsleiter zu Seite.

Pralinen MANUFACTUR GROßE-BÖLTING

Herr Große-Vehne, Sie blicken auf viele erfolgreiche Jahre in Ihrem Berufsleben zurück. In der Süßen Branche sind Sie allerdings ein Neuling. Wie sind Sie auf die Praline gekommen?
Josef Große-Vehne: Die Familien Große-Vehne haben das Geschäft der Pralinen-Manufactur im September 2020 übernommen und in eine neue Gesellschaft, Pralinen-Manufactur GmbH, eingebracht. Verschiedene Gründe, u. a. die Verbundenheit zur Heimatstadt Rhede, der Reiz, ein traditionelles Unternehmen in einem schwierigen Umfeld wieder erfolgreich zu machen, einem Team von fast 50 Mitarbeitern eine Perspektive zu bieten, dies alles spielte und spielt noch immer eine Rolle. Auf der anderen Seite ist es einfach eine tolle Sache, die eigenen Berufserfahrungen, wenn sie auch aus einer anderen Branche stammen, an jüngere Generationen weitergeben zu können und dürfen.

Was machen Sie anders als Ihr Vorgänger, Lukas Große-Bölting?
Josef Große-Vehne: Vielleicht zunächst als Klarstellung: Ich sehe mich nicht als Nachfolger von Lukas Große-Bölting. Die heutige GmbH ist ein neues Unternehmen mit einer anderen Geschäftsführung, mit

Lukas Große-Bölting (li.) mit Josef Große-Vehne

anderen Ideen und Kontakten. Wir folgen einer klaren Wachstumsstrategie, Erschließung neuer regionaler Märkte und neuer Altersgruppen, Stärkung des Geschäfts mit Wiederverkäufern und Fokus auf den Ausbau unseres Online-Shops. Dazu gehört sicherlich auch eine generelle Überarbeitung unseres Internetauftritts, sodass auch nicht deutschsprechende Interessenten uns erreichen können. Eine weitere Initiative wird sich um das Thema „Nachhaltigkeit" drehen, beispielsweise bei der Verpackung.
Was wir nicht verändern werden, ist unser hoher Qualitätssststandard, auch werden wir weiterhin unsere Produkte ausschließlich, wie der Firmenname schon sagt, in Handarbeit herstellen.

Wo sehen Sie die Stärken der Pralinen-Manufactur Große-Bölting?
Josef Große-Vehne: Das wichtigste Gut und unsere größte Stärke sind unsere Mitarbeiter, die bereit sind, unsere Strategie mitzutragen. Wir haben ein sehr motiviertes und qualifiziertes Team. Wir haben ein sehr gutes Produktsortiment, was wir zukünftig aktiver bearbeiten und anpassen werden. Unsere aktuelle Größe erlaubt uns eine hohe Flexibilität und Individualität, sodass wir schnell auf Kundenwünsche und/oder Marktveränderungen eingehen können. Wir bedienen einen Nischenmarkt, eher ein Hochpreis-Segment, und versuchen nicht, den Massenmarkt zu bedienen. Das können andere Firmen bedeutend besser als wir.

Mit welchen Produkten wollen Sie besonders im Fachhandel punkten?
Josef Große-Vehne: Eigentlich sollte dies mit unserer gesamten Palette gelingen. Wie gesagt, wir wollen nicht mit einem unserer Produkte punkten, sondern mit unseren Stärken, handwerklich hergestellte Schokoladenspezialitäten auf Basis hochwertiger und frischer Rohstoffe. Wir möchten mit unserer Flexibilität punkten, dazu zählen schnelle, korrekte Lieferung, individualisierte Produkte für das Präsentgeschäft und ein exzellenter Gesamtservice.

Herr Große-Bölting, Sie betreuen jetzt als Vertriebsleiter den Fachhandel. Welche Resonanz erfahren Sie dort?
Lukas Große-Bölting: Der Fachhandel ist froh und erleichtert, dass die Pralinen-Manufactur weiterhin auf absolute Frische und höchste Qualität setzt. Der Fachhandel erwartet weiterhin höchste Qualität bei Rohstoffen und Verarbeitung, nur so kann sich der Händler differenzieren. Natürlich bringt es für uns als Hersteller und für den Händler auch Herausforderungen mit sich, dass in unserer Manufactur auch weiterhin ausschließlich frische Sahne und frische Butter für die Trüffel und Pralinen verarbeitet werden, aber das schmeckt der Kunde am Ende eben auch und ist bereit für besondere Qualität, die er im Fachhandel auch erwartet, zu bezahlen. ◆
pralinen-manufactur.de

Benno Hübel führt seit acht Jahren die Geschäfte der Sawade GmbH, im Januar wurde die Insolvenz abgeschlossen.

Sawade Berlin

Herr Hübel, mit der Fintura Corporate Finance GmbH haben Sie nun einen weiteren Investor und Partner gefunden. Was ist zuvor nicht perfekt gelaufen?
Benno Hübel: Der Auslöser der finanziellen Krise aus 2020 ist die Corona-Krise. Die Schließung eigener Sawade-Filialen und vieler Fachhändler im Bundesgebiet während des ersten Lockdowns führten zu einem starken Umsatzeinbruch. Staatliche Corona-Hilfen konnten wegen der formalen Vorgabe, einen Gewinn im Vorjahr erzielt zu haben, nicht gewährt werden. Die Sawade GmbH hatte schon seit 2019 einen Investorenprozess begonnen. Der Prozess hätte Ende Juli 2020 abgeschlossen sein müssen, um die Vorfinanzierung der Produktion für die Weihnachtssaison sowie den Modernisierungs- und Expansionsprozess weiter voranzutreiben. Durch den Lockdown 2020 gerieten auch die Verhandlungen mit mehreren Interessenten auf der Zielgeraden ins Stocken. Alle Beteiligten benötigten mehr Zeit.
Bis dahin hatte die Sawade GmbH eine gute Grundlage, um langfristig wettbewerbsfähig und profitabel zu arbeiten. Seit der Übernahme des Unternehmens aus der Insolvenz der Vorgängergesellschaft in 2013 wurden mehrere Millionen Euro in die Modernisierung der Produktion und in eine neue Markenstrategie investiert. Inzwischen produziert Sawade mit höchsten Qualitätsstandards international preisgekrönte Pralinen. Abgesehen von dem Sondereffekt der Corona-Pandemie entwickelten sich Umsätze und Ergebnis positiv. Wir haben seit 2013 fünf Filialen eröffnet bzw. modernisiert. Mittelfristig sind weitere Filialen in Berlin geplant.

Mit eleganten Pralinenpackungen und Filialen im Boutique-Stil der 1920er-Jahre sprechen Sie zunehmend auch jüngere Konsumenten an. Wie möchten Sie die Geschäfte weiter beleben?
Grundvoraussetzung all unseres Tuns ist, die gleichbleibend hohe Qualität unserer Pralinen, Trüffel & Schokoladenspezialitäten zu erhalten. Auch die Verwendung von besten Zutaten und unsere halbmanuellen Verarbeitungstechniken bleiben erhalten. Was es verstärkt braucht: eine Verzahnung von Offline und Online. Wir bedienen diverse Social-Media-Kanäle. Was der Kunde in unseren Läden sieht und erlebt, soll er auch online sehen und erleben und andersrum. Einfach nur Pralinen verkaufen, reicht da nicht. Die Kundinnen und Kunden wollen in eine Markenwelt eintauchen und diese überall wiederfinden – egal ob sie online oder im Laden kaufen.

Melanie und Benno Hübel

Was sind Ihre beliebtesten Produkte? Wo sehen Sie die Stärken von Sawade?
Wir haben ja mehrere saisonale Höhepunkte. Unsere Marzipanprodukte sind immer beliebt. Das liegt auch an der sehr guten Qualität der von uns verwendeten Marzipan-Rohmasse. Unsere Stärken liegen zum einen in den handgemachten Schokoladenspezialitäten, wie unsere Pastetenfamilie aus Osterpastete, Weihnachtspastete, Königin Luise Praline, Königin Luise Pastete und Pastetenkonfekt. Dort werden mehrere Trüffel-, Krokant- und Marzipanschichten aufeinandergebracht, mit Zartbitterschokolade und Maraschino-Kirschen gearbeitet. Zum anderen setzen wir auf hochwertige Verpackungen. Die Kundinnen müssen auch durch die hochwertige Pralinenschachtel sehen, dass sich hochwertige Ware darin befindet. Wir gehen jetzt in das dritte Jahr mit Kat Menschik, die zu den besten Illustratorinnen Deutschlands gehört. Für uns gestaltet sie die Adventskalender, und wir haben auch einige Pralinenschachteln mit Motiven von ihr aufgenommen. Diese kommen in allen Zielgruppen sehr gut an.

Welche Bedeutung hat der Fachhandel für Sie als Vertriebspartner?
Der Fachhandel ist eine wichtige Vertriebssäule für uns. Wir glauben an lokalen Handel und inhabergeführte Läden. Gerade in Berlin erlebt man in dieser für uns alle besonderen Corona-Zeit auch eine Rückbesinnung auf die „Kieze". So nennt man in Berlin das Viertel, in dem man wohnt und lebt. Neben dem starken Onlinehandel, gibt es eben auch einen Wunsch nach Begegnung und Beratung.

Welche Stärken sehen Sie im Fachhandel?
Der Fachhandel hat seine Stärken im Service: Kompetente und freundliche Beratung. Auch ich freue mich, wenn ich in einen Laden komme und die Verkäuferin sagt: „Hallo Herr Hübel, sie essen doch so gerne Nougat. Ich habe heute ganz frisch dunkel geröstetes Haselnussnougat bekommen." So einen persönlichen Service und damit ein schönes Einkaufserlebnis erhalten Sie nur im Fachhandel.

Mit welchen Produkten wollen Sie besonders stark im Fachhandel punkten?
Unser Sortiment setzt sich zum einen zusammen aus Artikeln für den Eigenbedarf. Die klassische Pralinentheke bestückt mit Einzelsorten. Der Kunde sucht sich seine Favoriten zusammen und lässt sich die Pralinen in eine Tüte packen. Zum anderen bieten wir tolle Geschenkkartonagen an, um anderen eine Freude zu machen. Das Geschenk soll hochwertig und besonders aussehen. Wir bieten für alle Bereiche eine kuratierte Pralinenwelt. Best-of-Pralinensorten im Blister in verschiedenen Mischungen gepackt. Unkompliziert und einfach für den Fachhandel zu verkaufen – auch und gerade wenn man keine Pralinentheke hat.
Auch online bieten wir bereits fertige Geschenkkartons an, für Valentinstag oder Ostern zum Beispiel. Diese bestehen aus mehreren zusammengestellten Produkten in einer hochwertigen Geschenkkartonage mit einer individualisierten Grußkarte. Für Valentin sind das Trüffelherzen, eine Pralinenschachtel „Lieblingsmensch" und Florenzer Rosen. Das kann ich mir gut vorstellen, auch dem Fachhandel anzubieten. Wir sind damit nicht nur Pralinenhersteller, sondern müssen unseren Kunden, dem Fachhandel, auch etwas über die Praline hinaus bieten. ◆
sawade.berlin

Die Leysieffer GmbH & Co. KG hatte im April 2019 Insolvenz in Eigenverwaltung angemeldet. Im April 2020 wurde das Verfahren mit dem Einstieg der Unternehmerfamilie Winkler beendet.

Frau Winkler, als Marketing Director von Leysieffer sind Sie unter anderem für den Auftritt der Marke verantwortlich. Wie sind Sie auf die „Süße Branche" gekommen?
Anna Winkler: Wir stehen schon seit einigen Jahren in Kontakt mit Leysieffer, weil die hochwertige Marke Kooperationspartner für unser Kaffeegeschäft war. Als meine Familie dann als Mehrheitseigner eingestiegen ist, haben wir neben Martin Lucht noch Matthias Wehmann als Geschäftsführer mit an Bord geholt. Zusammen mit dessen Food-Expertise sind wir gut aufgestellt. Wir sind nicht nur Geldgeber, sondern wir steuern das Unternehmen aktiv, was sehr viel Spaß macht.

Der Sohn des Firmengründers, Jan Leysieffer, hat die Geschäftsführung verlassen. Was machen Sie anders als er?
Einiges, weil wir erkannt haben, dass Änderungsbedarf besteht. Wir dürfen uns nicht auf den bekannten, erfolgreichen Leysieffer-Produkten ausruhen. Die Verbraucher sind immer aufgeklärter, ernähren sich bewusster, was beispielsweise bei kleinen Geschenken für Kinder deutlich zutage tritt. Wir müssen das gesamte Sortiment immer wieder kritisch unter die Lupe nehmen und hinterfragen.
Wir haben ein supertolles Team in der Produktion, mit dem zusammen wir zu alter Größe zurückkehren möchten. Und zwar indem wir offen sind für Neues. Wir bestärken unsere Mitarbeitenden darin, Ideen zu entwickeln. Als wir erfuhren, dass der Osnabrücker Weihnachtsmarkt abgesagt wurde, hatte eine Confiseurin die Idee zu dem Produkt „Weihnachtsmarkt in der Tüte". Sie enthielt unseren Blaufränkischen, unseren Orangenaufstrich und Gewürze für Glühwein zum Selbermachen sowie einen Beutel mit Lebkuchen. Innerhalb von zwei

Anna Winkler, Marketing Director bei Leysieffer

Wochen haben wir 2.000 Tüten davon verkauft. Der Kunde ist König, man muss gucken, was der Verbraucher will.
Leider ist es so, dass Leysieffer in den vergangenen Jahren nicht mehr von genügend Verbrauchern für die tollen Produkte, die wir auf handwerklichem Niveau fertigen, wertgeschätzt wurde. Es ist unsere Aufgabe, glaubwürdig zu vermitteln, dass es einen großen Unterschied zwischen unseren handwerklichen hergestellten Produkten und Industrieware gibt.

Haben Sie das Leysieffer-Sortiment angepasst, um mehr und zunehmend jüngere Konsumenten anzusprechen?
Unsere Zielgruppe sind VerbraucherInnen ab etwa 35 Jahren, die viel Wert auf Qualität legen und dafür gerne ein wenig mehr bezahlen. Wir haben für sie das Leysieffer-Sortiment gemäß unserem Slogan „Genusskultur" angepasst, weil wir realisiert haben, dass die Menschen zum Genießen und nicht nur wergen der Schokolade zu uns kommen. Der erste Schritt war ein Relaunch des Logos. „Leysieffer Genusskultur seit 1909" steht jetzt dort. Denn für viele Kunden steht Leysieffer für viel mehr als Schokolade und Pralinen. Sie lieben unsere Rote Grütze, die Eiscreme, den Kaffee. Für sie steht Leysieffer für Genuss, sie wissen, dass Produkte mit unserem Logo etwas Besonderes sind. Aus diesem Grund integrieren wir zunehmend Bistros und Cafés an unseren Standorten, bieten Verkostungen und auch Wein sowie Mixgetränke an. Unsere Filiale auf Sylt hat uns im Sommer unter anderem mit dem Verkauf von Getränken und Eiscreme das Leben gerettet, denn wir haben keine staatlichen Corona-Hilfen während des Lockdowns bekommen.

Wo sehen Sie die Stärken von Leysieffer? Was sind die beliebtesten Produkte?
Wir sind in erster Linie eine Confiserie, süß ist unsere Expertise. Unser bekanntestes Produkt sind Pralinen, die Himmlischen. Doch wir fassen das Thema Genuss noch weiter, bis hin zu Kaffee, Wein oder Bier, die wir nicht selbst fertigen. Bei diesen Produkten steht unter unserem Markennamen „in Freundschaft geröstet/gebraut mit ..." sowie der Name des Kaffeerösters oder der Brauerei. Wir wählen die Produkte und unsere Produktionspartner sorgfältig aus und arbeiten gerne mit Familienbetrieben zusammen. Unser Steckenpferd sind Pralinen, das Süße. Doch wenn ein Fachhändler nur unsere Fruchtaufstriche oder Kaffees anbieten möchte, ist das natürlich in Ordnung.

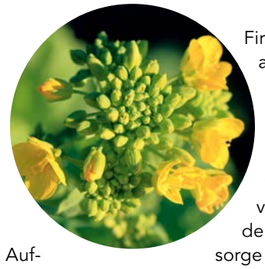
Welche Umsatzbedeutung hat das Online-Geschäft bei Leysieffer?
Wir widmen unserem Online-Shop große Aufmerksamkeit. Etwa fünf Monate nach Aufhebung des Insolvenzverfahrens, im Oktober 2020, haben wir den Online-Shop komplett neu aufgestellt. Verbunden damit haben wir ein neues Warenwirtschaftssystem eingeführt und den gesamten Betrieb umstrukturiert. Mit diesem Online-Shop haben wir knapp 10 Prozent des Umsatzes 2020 erwirtschaftet. Der Online-Shop hat eine große Bedeutung für Leysieffer, wir arbeiten daran, dass der Online-Umsatz noch deutlich steigt. Wir freuen uns, dass wir Ostern wieder ein großes Plus im Online-Bereich verzeichnen durften.

Leysieffer ist in Deutschland im klassischen Filialgeschäft mit elf eigenen Standorten vertreten. Welchen Stellenwert hat der Fachhandel für Sie als Vertriebspartner?
Der Fachhandel hat für uns eine ganz große Bedeutung. Die Fachhändler lieben ihren Beruf, sie sind die Botschafter, die den Kunden vermitteln, was für tolle Produkte handwerklich arbeitende Chocolatiers und Confiserien herstellen. Sie erklären das Handwerk, durch das sich unsere Produkte von denen der Industrie abheben. So sind sie das Bindeglied zwischen Produzent und Kunde. Es gibt in Deutschland wundervolle Läden, bei denen alleine das Betreten Freude und Lust aufs Genießen macht. Es ist wichtig, dass wir sie erhalten, dort einzukaufen ist auch ein Stück Genusskultur. ◆
www.leysieffer.com

FISMER LECITHIN

Ein wahres Multitalent

Lecithin als Zutat wirkt sich auf die Verarbeitungseigenschaften und Beschaffenheit zahlreicher Lebensmittel aus.



Lecithin ist eine omnipräsente Zutat in Süßwaren. Es wirkt sich auf die Verarbeitbarkeit sowie die Konsistenz von Eiscreme, Schokolade sowie süßem und salzigem Gebäck aus. Beispielsweise verhindert der sogenannte Emulgator das Aufrahmen bei Eiscreme, und er macht Schokolade fließfähiger und somit für bestimmte Anwendungsformen leichter zu verarbeiten. Auch die Schokolade fürs Dragieren von Nüssen oder Früchten benötigt eine bestimmte Konsistenz, damit sie sich im Dragierkessel fein verteilt – Lecithine leisten hier wertvolle Dienste. Ein Nebeneffekt beim Einsatz von Lecithinen in Schokolade sei, dass die Menge an zugegebener Kakaobutter reduziert werden könne, erläutert Peter Fismer, geschäftsführender Gesellschafter der Fismer GmbH in Hamburg. Auch biete der Einsatz von Lecithinfraktionen z. B. bei Pralinen, Eiscreme- und Riegelüberzugsmassen eine erhebliche Einsparung der Schokoladenmassen bei gleichmäßigem Coaten.

Als Bestandteil der Zellmembran von Pflanzen und Tieren sind Lecithine in der Natur allgegenwärtig. Rohlecithin aus Soja-, Sonnenblumen- oder Rapssaaten wird in Lebensmitteln, Tierernährung, Kosmetik, Pharmaprodukten und technischen Anwendungen eingesetzt. Der Markt beläuft sich weltweit auf rund 360.000 Tonnen. Eigentlich sollte man meinen, dass heutzutage nicht mehr viel Aufhebens über dieses wahre Multitalent gemacht werden müsse, doch dem sei bei Weitem nicht so, betont Fismer. „Lecithin ist ein hochinteressanter Zusatz- und Wirkstoff, der meist in geringen Mengen in rund 30.000 Lebensmitteln enthalten ist. Lecithin ist aber oft nicht ganz leicht zu verarbeiten", erklärt der Firmenchef, der genau darauf die USP des jungen Unternehmens aufgebaut hat. „Als mittelständisches Unternehmen können wir nur überleben, weil wir eines bieten: Service, Service, Service." Bei der Herstellung von Waffeln sorge Lecithin beispielsweise für eine Feinstverteilung der einzelnen Komponenten im Teig, für eine angenehme Bräunung und für die feste Struktur der Waffel, etwa bei den Konturen der Riffelung.

„In der Regel finden wir für alle Herausforderungen eine Lösung", sagt Fismer, der seit 30 Jahren in Sachen Lecithin weltweit unterwegs ist. Das Produktprogramm umfasst eine Reihe von nativen und Speziallecithinen aus Ölsaaten wie Sojabohnen, Raps- und Sonnenblumensaaten – flüssig, als Pulverform sowie als sprühfähiges Compound. Das Portfolio ist nicht deklarationspflichtig – also GMO- und allergenfrei. Ebenso gibt es Produkte in Bioqualität, vegetarisch, vegan, kosher, halal, allergen- und glutenfrei. Um eine gleichbleibende Topqualität gewährleisten zu können, legt Fismer Lecithin besonderen Wert auf sorgfältiges und umfassendes Qualitätsmanagement. Das QM¬System ist nach nationalen und internationalen Standards wie etwa ISO 22000:2005 zertifiziert. Die Kunden in Europa und auf den anderen Kontinenten schätzen das enorme Fachwissen der Mitarbeiter. „Wir nehmen die persönliche Beratung ernst und können innerhalb kürzester Zeit das richtige Produkt in höchster Qualität zur Verfügung stellen", sagt Fismer. „Bei den standardmäßigen Produkten sind die großen internationalen Wettbewerber meist stärker, aber im Spezialitätenbereich fühlen wir uns sehr wohl." ◆
www.fismer-lecithin.com

Fördermitglieder

Irene und Franz Kässer (Bild rechts) gründeten die Chocolaterie Amelie, mittlerweile hat Sohn Linus (o. re.) die Verantwortung für die Produktion übernommen. Im Jahr 2019 besuchte Franz Kässer Kakaobauern aus dem nachhaltigen Cacao-Trace-Programm.

Den Ursprung stets im Blick

Einzigartige Pralinen, hausgemachter Nougat und Schokoladen aus dem Cacao-Trace-Programm sind Eckpfeiler des Erfolgs der Chocolaterie Amelie.

Weit über ihre Filialen in Garmisch-Partenkirchen hinaus gelangte die Chocolaterie Amelie Anfang 2020 zu einiger Berühmtheit. Machten sich doch zwei ihrer Konditorinnen für das Fernsehformat „Mein Job, dein Job" auf den Weg nach Panama und tauchten dort für drei Tage in die Welt der Oreba-Gemeinschaft ein. „Für einen Berg Kakaofrüchte, unsere gesamte Ernte von einem Tag, bekommen die Kakaobauern in Panama umgerechnet rund 10 Euro. Die haben einen Knochenjob und verdienen praktisch nichts", sagen Martha Porer und Antonia Grasegger. Umso bemerkenswerter sei es, wie zufrieden die Kakaobauern sind.

„Am Abend schmerzt der ganze Körper von dem mühevollen Anstieg zur Plantage sowie dem Ernten der Kakaofrüchte mit der Machete. Solch körperliche Arbeit sind wir nicht gewohnt", gibt Martha zu und berichtet zugleich mit leuchtenden Augen von den Pfeilfröschen, der umwerfenden Natur und dem Geschmack der Pulpa, dem Fruchtfleisch, das die Kakaobohnen umhüllt. „Es ist hocharomatisch", sagt Antonia. Einen Teil der Kakaobohnen röstet und verarbeitet die Gemeinschaft für den eigenen Bedarf – und dies war auch die Aufgabe der beiden Konditorinnen. „Daheim arbeiten wir ausschließlich mit der fertigen Schokolade und hatten keine Vorstellung davon, wie lange die Bohnen rösten müssen und wie mühsam es für die Kakaobauern ist, sie in einer Art Fleischwolf zu zerkleinern."

Die Themen Nachhaltigkeit **und Fairness** sind maßgeblich bei allen **Entscheidungen**

„Man muss sich das vorstellen: Die Oreba-Gemeinschaft produziert etwa 100 Kilogramm Schokolade im Jahr. Wir verarbeiten aktuell jährlich mehrere Tonnen Schokolade, die komplett aus dem nachhaltigen Cacao-Trace-Programm stammen", sagt Linus Kässer, der als Juniorchef die Produktion bei der Chocolaterie Amelie leitet. „Wir wählen unsere Lieferanten und Partner bewusst aus, Geschmack und Nachhaltigkeit sind die ausschlaggebenden Parameter", betont er. „Ich muss zugeben, dass ich in Bezug auf Herkunft und Hintergründe, was unsere Rohstoffe und insbesondere die Schokolade betrifft, sehr penibel und wissbegierig bin." Sein Wissen gibt er an seine Mitarbeiter, in Workshops und als Fachlehrer an der Berufsschule weiter.

Nach der Reise von Antonia und Martha hat er mit dem Gedanken gespielt, die Kakaobohnen aus Panama zu verarbeiten. „Natürlich wäre es wunderbar, wenn wir die Kakaobauern dort unterstützen könnten." Um dies umzusetzen, hat er den Kontakt zur Oreba-Gemeinschaft an seinen Schokoladenlieferanten weitergegeben. Linus Kässer betont: „Die Schokoladenherstellung überlasse ich den Profis. Sie kennen sich damit perfekt aus und haben das fachliche Know-how, um das Beste aus jeder einzelnen Bohne herauszuholen. Für die Veredelung der Schokoladen kommen wir ins Spiel." Mittlerweile verzichtet er auch auf den Einsatz von vorgefertigten Hohlkörpern, die nicht aus nachhaltiger Cacao-Trace-Kuvertüre gefertigt sind.

„Mein Beruf ist es, Schokolade zu verfeinern, kreativ zu sein."

Chocolaterie Amelie

Spaß am Arbeiten mit Schokolade und Freude am Genuss waren ausschlaggebend für Franz Kässer und seine Frau Irene, die Chocolaterie Amelie in Garmisch-Partenkirchen zu gründen. Die Begeisterung teilten ihre Kunden, sodass aus dem kleinen Betrieb eine perfekt organisierte Manufaktur mit mittlerweile 30 Mitarbeitern geworden ist. Vor sechs Jahren ist Sohn Linus in den Betrieb eingestiegen. „Wir befinden uns in der Übergangsphase. Meine Partnerin Anna-Maria Schwaiger leitet das Büro, die gesamte Organisation und ist für das Marketing zuständig. Ich habe vor einiger Zeit die Leitung der Produktion übernommen", sagt der Konditormeister, der im 3. Lehrjahr an der Berufsschule für Konditoren unterrichtet. Die restliche Übergabe folge peu à peu, so etwas brauche Zeit, da jeder seine eigenen Vorstellungen habe. Absolut einig sind sich alle bei der nachhaltigen Ausrichtung der Chocolaterie Amelie. Seit 2019 bezieht sie ausschließlich Schokoladen und Kuvertüren aus dem nachhaltigen Cacao-Trace-Programm von Puratos und setzt auch bei den Verpackungen und Feinkartonagen auf Nachhaltigkeit und Regionalität.

Ein bewusster Umgang mit Ressourcen

Stattdessen hat sich die Chocolaterie Amelie auf die Herstellung von Form- und Schnittpralinen sowie auf die Fertigung im One-Shot-Verfahren spezialisiert. „Wir haben zwei One-Shot-Maschinen. Dies ermöglicht uns, verschiedene Massen, beispielsweise solche auf Wasser- und solche auf Fettbasis parallel zu verarbeiten, und zudem bietet dies eine gewisse Sicherheit", erklärt Inhaber Franz Kässer. Sämtliche Rezepturen in der Chocolaterie Amelie stammen aus der Feder von Sohn Linus, man findet die Schokoladenkreationen nirgendwo sonst. „Der kreative Part macht mir am meisten Spaß. Es ist mein Beruf, Schokolade zu verfeinern und mit anderen Zutaten zu ganz neuen Geschmackseindrücken zu kombinieren." Kreativität entfaltet er auch bei der Entwicklung der Praline des Monats. Im November war es die Sorte Roquefort-Walnuss, abgerundet mit Birnenkonfitüre und umhüllt von Weißer Schokolade. Im Januar lag die Pur Vietnam als saisonale Variante in der Theke und im März folgte Mandelmilch Curry. „So bieten wir immer wieder etwas Neues und richten zugleich das Sortiment saisonal aus", verrät er. Bei Amelie können die Kunden aus etwa 50 verschiedenen Pralinen auswählen, 36 davon bilden das Standardsortiment.

Seit einiger Zeit fertigt die Chocolaterie zudem ihren eigenen Nougat. Zum Einsatz kommt er als Zutat in den Pralinen und in Form von Nougatriegeln, darunter Nougat Milchkaramell und Nougat extra herb mit Salzkristallen. Für den Nougat werden die Haselnüsse in Umluft geröstet, in der Kugelmühle fein zerkleinert und mit nachhaltiger Cacao-Trace-Schokolade vereint. Auch ihr Karamellpulver fertigt die Chocolaterie inzwischen selbst. Zusätzlich hat sie den Brotaufstrich „Amelies Schmankerlstreich" im Portfolio, darunter ein veganer Nuss-Nougat Aufstrich mit 50 Prozent Haselnussanteil und die Sorte Mandel-Olivenöl.

Der bewusste Umgang mit den Ressourcen findet sich auch in den Verpackungen wieder. „Die nostalgischen Weltverpackungen unserer Cacao-Trace Schokoladentafeln sind komplett nachhaltig", betont Linus Kässer. Für die Klarsichtbeutel habe er leider noch keine perfekte Alternative gefunden, Zellglasbeutel lösten sich bei Feuchtigkeit zu schnell auf. Bei den Feinkartonagen setzt die Chocolaterie Amelie auf Regionalität. Die 60-g-Nougatriegel werden zum Beispiel in lebensmittelechtes Pergaminpapier eingeschlagen und dann in nachhaltige Faltschachteln aus Kraftkarton verpackt. Franz Kässer verleiht den Verpackungen Feinschliff: Er brandet sie mit dem firmeneigenen Laserdrucker und versieht sie mit ansprechenden Motiven.

Nicht zuletzt aufgrund der nach wie vor schwierigen Lage bietet die Chocolaterie ihr Sortiment jetzt auch über den Online-Shop an. „Wir sind damit im April 2020 gestartet und sehr zufrieden", so Linus Kässer. Den Shop hat seine Partnerin Anna-Maria Schwaiger, die die Kommunikation der Chocolaterie verantwortet, aufgebaut. Auch die Organisation strukturiert sie für einen besseren Arbeitsablauf neu. „Anna-Maria passt die Organisation der Größe des Betriebs an. So laufen die Bestellungen unserer beiden Filialen jetzt über unser eigenes Intranet. Wir stellen die Weichen für die Zukunft", betont der Juniorchef. ◆

www.chocolaterie-gap.de

Silvie Steiner und Peter Kovarik bauen ihre Bean-to-Bar-Range beständig aus, als nächstes folgt eine 100%ige Schokolade. Dragierte Mandeln, Früchte und Kaffeebohnen gibt es in unterschiedlichen Sorten ansprechend verpackt, neu ist die Chocolate Therapy-Kollektion

Ein Kolibri als Symbol für die Reinheit

Seit zehn Jahren gibt es die Marke Steiner & Kovarik, ihre dragierten Produkte sind weltweit bekannt. Nun weitet sie die Range ihrer Bean-to-Bar-Schokoladen aus. Noch dieses Jahr kommt eine 100-prozentige Tafel auf den Markt.

Bean-to-Bar-Schokoladen aus kolumbianischen Kakaobohnen, dragierte Nüsse, Früchte und Kaffeebohnen sowie mit Schokolade umhüllte gefriergetrocknete Früchte bilden die Basis des Sortiments der Marke Steiner & Kovarik. So vielfältig wie das Sortiment des tschechischen Unternehmens Prague Chocolate sind auch die hochwertigen Verpackungen, die Firmenchefin Silvie Steiner selbst entwirft. Sie berichtet: „Zwei Faktoren waren essenziell auf dem Weg zur Gründung von Prague Chocolate. In erster Linie war es meine Liebe zur Schokolade, doch darüber hinaus war ich auf der Suche nach etwas, was dem tschechischen Markt fehlt. So kam ich auf die Idee, hochwertige Schokoladenprodukte anzubieten, deren Verpackungen vorwiegend stilvoll skizzierte Prager Motive zieren."

Als Steiner 2011 ihren Lebenspartner Peter Kovarik kennenlernte, schufen sie die Marke Steiner & Kovarik. Insgesamt beschäftigt das Unternehmen heute 65 Mitarbeitende in der Manufaktur. Zusätzlich zu den sieben Prager Geschäften hat Steiner & Kovarik Standorte in Tschechien, im Oman, in den Vereinigten Arabischen Emiraten, in Schweden, Russland, Japan, Südkorea, Armenien, Spanien, der Slowakei, in Großbritannien, in den USA und in Deutschland. Einhergehend mit dem größeren Portfolio ist auch das Design abwechslungsreicher geworden. Zu den Prager Motiven gesellte sich 2012 das Motiv der Heiligen Geometrie. In verschiedenen Farben und Verpackungsgrößen stehen die dragierten Produkte, etwa Mandeln mit Zimt, Kakao, Chili oder Moringa sowie kandierte Kirschen und Orangen in Schokolade im Regal.

Aluna heißt die Range der **Bean-to-Bar-** Schokoladen

Gefriergetrocknete, von Schokolade umhüllte Kirschen und Erdbeeren werden in Würfel-Verpackungen, die sich zu einer „Servierschale" öffnen lassen, angeboten. Auch Kaffeebohnen in Milch- und in Zartbitterschokolade sind im Portfolio, exklusiv fertigt Steiner & Kovarik für einige Röstereien Kaffeebohnen in Schokolade mit Ceylon-Zimt.

Unter dem Namen Aluna laufen die aus kolumbianischen Bohnen gefertigten Bean-to-Bar-Tafelschokoladen. „Mit Aluna haben wir uns den Traum von der perfekten Schokolade aus erstklassigen Kakaobohnen erfüllt. Wir verarbeiten nur Bohnen aus Mittelamerika. Das Schicksal führte uns zu Juan Gonzáles, einem Kleinbauern in Kolumbien", sagt die Firmenchefin. Verpackt sind die 70-g-Tafeln in Schachteln, die ein Kolibri ziert. „Als ich das Design mit dem Kolibri plante, bekam ich eine Nachricht von Juan, dass sich Kolibris auf seinen Kakaobäumen eingenistet haben. Für uns war dies ein unglaubliches Zeichen, da der Kolibri Symbol für die Reinheit der Natur ist", sagt sie. Das Wort Aluna stamme aus der Sprache der Kogi und bedeute „spirituelle Kraft". „Da die Aluna aus hochwertigen Rohstoffen mit einem Höchstmaß an Hingabe hergestellt wird, spricht sie unmittelbar das Bewusstsein an", sagt Steiner, die fest daran glaubt, dass die in die Produkte investierte Energie weitergegeben wird. Stets möchte sie mit ihren Produkten alle Sinne befriedigen: „Das sind Geschmack und Design, sie stehen im Vordergrund, aber ebenso das nicht so Offensichtliche: die Qualität der Höchstoffe und die Ethik hinter dem Produkt. Von den 120 Tonnen Schokolade, die wir im Jahr verarbeiten, sind etwa 2 Tonnen Bean-to-Bar. Wir verarbeiten die Bohnen in Kugelmühlen mindestens 48 Stunden, teilweise sogar 72 Stunden."

Sieben verschiedene Tafeln bilden die Aluna-Range: zwei Zartbitterschokoladen (77 % und 88 % Kakao), drei Milchschokoladen (44 %, 55 % und 66 % Kakao) sowie zwei vegane mit Kokosmilch hergestellte Varianten mit 44 und 55 Prozent Kakao. Bei den Great Taste Awards 2020 bekam die vegane Aluna 44 % einen Stern und die Aluna 66 % zwei Sterne. „Bei den International Chocolate Awards bekam die Aluna Milchschokolade mit 44 % Kakao Gold. Ich kann ihr nicht widerstehen, sie ist das einzige verbliebene Produkt in meinem Speiseplan, das Milch enthält", gesteht Steiner. „Wir möchten jedoch in unseren Rezepturen ohne Milchprodukte auskommen und testen gerade Alternativen wie Hafer- oder Mandelmilch. Ich denke, dass wir 2023 nahezu komplett ohne Milch arbeiten werden."

Ende letzten Jahres hat Steiner & Kovarik eine Kooperation mit Tatjana Kucharova, Miss World 2006, gestartet und eine spirituelle Chakra-Schokoladenreihe auf den Markt gebracht. Die „Chocolate Therapy"-Kollektion ist eine Auswahl von sieben Bean-to-Bar-Schokoladen, die mithilfe ausgewählter Zutaten unterschiedliche Chakren ansprechen. Geplant sind zudem, eine 100%ige Schokolade aus Criollo-Kakao und eine völlig neue Raw-Reihe. Zur Ausweitung der Range möchten sie auch Kakao aus Peru beziehen.

Mit dem Ziel, den deutschen Markt zu erobern, hat Jana Knobloch 2017 die Distributionsgesellschaft Schokolade Imperial GmbH gegründet. „Als ich Silvie Steiner kennengelernt habe, hatte sie ihre unwiderstehlichen Globuli dabei, 22 Gramm schwere Pralinen aus Pflaume in Rum und Mohn, die mit Dunkler und Weißer Schokolade überzogen sind", erzählt sie. Bei den Great Taste Awards haben die Globuli einen Stern bekommen. Seit Februar 2020 hat Steiner & Kovarik einen deutschen Online-Shop, er laufe sehr gut.

Eine im Premium-Segment angesiedelte Marke mit dem Fokus auf Qualität

Stationär gibt es eine Verkaufsstelle in Kassel in der Kaffeerösterei Kühn & Carter. „Bei den Kaffeeliebhabern sind die bestreuten Mandala-Schokoladen, die es in den Varianten Glück, Liebe, Reichtum, Weisheit und Gesundheit gibt, begehrt. Eine davon ist mit 23-karätigem Gold veredelt", berichtet Knobloch. Über alle Absatzkanäle betrachtet seien in Deutschland jedoch die dragierten Mandeln mit Ceylon-Zimt und die mit Schokolade überzogenen gefriergetrockneten Erdbeeren die Bestseller.

Firmenkunden schätzten insbesondere, dass das Unternehmen sowohl Beutelschachteln als auch hochwertige Holzschachteln individuell brandet.

Nun legt Knobloch ihren Fokus auf den Ausbau des stationären Geschäfts, spricht Fachhändler an. Sie betont: „Von Anfang an war es unser Ziel, qualitativ hochwertige Produkte herzustellen. Wir haben die Marke mit einem eindeutigen Fokus auf die Qualität aufgebaut und sind stolz zu sagen: „Das ist eine Schokolade, die in Tschechien hergestellt wird." ◆

www.steinerkovarik.de

Anzeige

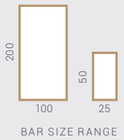
Schokoladen Verpackungsmaschinen

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



LAREKA

OPTIMIZE YOUR PACKAGING

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

PFERSICH FACHGROSSHANDEL

Eine Kugel Eis geht immer

Eisherstellung mit natürlichen Zutaten ist ein Trend, den immer mehr Eis-Manufakturen verfolgen. Zudem ist wichtig, dass im Interesse der Nachhaltigkeit die Herkunft der Zutaten transparent ist. Auch vegane Eissorten haben sich zu einem wichtigen Bestandteil des Sortiments etabliert. Als Rohstofflieferant hat sich Pfersich natürlich auf die aktuellen Trends eingestellt und zahlreiche Innovationen entwickelt.

Mit der Biomarke 32° Fahrenheit bietet der Großhändler dem handwerklich arbeitenden Speiseeishersteller alles, um hochwertiges Natur-Eis einfach fertigen zu können. Angefangen von fein abgestimmten Grundmischungen für Frucht- und Milcheis, natürliche Fruchtpürees und Pasten –100%ige Mandel-, Haselnuss-, Walnuss- und Pistazienpasten in Bioqualität – bis hin zu Bio-Variegati, -Toppings, -Dekorartikeln und -Waffeln.

Schokoladeneis lebt von der Verwendung echter Schokolade

So entstehen bekömmliche Eissorten und Sorbets mit natürlichem, unverfälschtem Geschmack ganz ohne zugesetzte Aromen. Ein Schokoladeneis lebt von der Verwendung von echter Schokolade. Bei Pfersich kann sich der Eismacher aus dem umfangreichen Kuvertüren-Sortiment seine Lieblingsschokolade auswählen, um damit sein Schokoladeneis zu prägen.

Im neuen Pfersich-Technik Zentrum werden regelmäßig Eishersteller-Kurse für Anfänger und Fortgeschrittene mit erfahrenen Referenten angeboten – teils auch in Zusammenarbeit mit der Università del Gelato von Carpigiani.

Schulungsraum mit Muster-Eislabor im neuen Technikum

Die erfahrenen Eis-Fachberater von Pfersich, die alle gelernte Gelatieri sind, stehen in Süddeutschland und darüber hinaus der Branche als kompetente Berater zur Verfügung. Neueste Technologien für die Eisherstellung und -lagerung, sowie für die Präsentation in der modernen Verkaufstheke runden das Angebot ab. Im neu geschaffenen Schulungsraum, dem Technikum, ist ein Muster-Eislabor aufgebaut, das keine Wünsche offen lässt.

Da im Sommer diesen Jahres neue gesetzliche Vorschriften für Eisverpackungen in Kraft treten, hat Pfersich das Angebot diesbezüglich angepasst und bietet eine große Auswahl an kompostierbaren Behältern fürs To-go-Geschäft sowie biologisch abbaubare Löffel, die auch individuell gestaltet werden können.

www.pfersich.de/www.32fahrenheit.de

SÜSSKRAMDEALER

Geschirr, Papeterie und andere schöne Dinge

Wenn der Sommer kommt, braucht man zusätzlich zur Schokolade noch etwas anderes", weiß Martin Hesse, der Süßkramdealer in Berlin. Grundsätzlich trage jedes seiner Standbeine – Schokolade, Cafébar, Karten und Papeterie, Porzellan und noch einiges mehr – ganzjährig zum Umsatz bei, doch gerade im Sommer nimmt die Bedeutung der anderen Sortimente zu, auch „wenn ich Schokolade immer vorhalten muss. Denn an kühleren Tagen fragen die Kunden danach." Ganzjährig wichtig ist die Papeterie. Die Kartenständer vor der Tür machen neugierig und zeigen, dass der Laden geöffnet hat. „Ich habe Postkarten von zig verschiedenen Verlagen, sie tragen rund 5 Prozent zum Umsatz bei", verrät Hesse. Im Laden steht im Sommer eine Eistruhe. Das Eis

lässt Hesse fertigen, manche Sorten nach seiner eigenen Rezeptur unter anderem mit sizilianischen Pistazien und Schokolade von Venchi.

Da Hesse seine Schokoladenauswahl im Sommer reduziert, nutzt er den Platz in den Regalen anderweitig. „Leere Regale sehen unschön aus, und sie bringen keinen Umsatz", betont er. Auch hat er sein Café, das er nicht öffnen durfte, zum Verkaufsraum umgebaut. Espresso & Co gibt's noch an der Bar. „Wichtig ist, dass man besondere Dinge anbietet, die ins Auge fallen." Der Preis sei Nebensache. „In der Pandemie wollten sich viele verwöhnen, haben sich was Schönes gegönnt und hochwertige Schokolade gekauft." Hesse, der aktuell das Thema Picknick mit ausgefallenem Pappgeschirr aufgreift, sagt: „Trotz geschlossenem Café habe ich mehr Umsatz gemacht, was bestimmt auch an dem größeren und breiteren Sortiment lag."

www.suesskramdealer.de

SALON BUCK

Einzigartig, elegant und ein Hauch Luxus

A "TEXT GELÖSCHT"
Laura Roggenbuck stellt ihr Start-up Salon Buck vor.
„Mein Co-Founder, Trutz Johanny, und ich inspirieren und verführen mit außergewöhnlichen Süßwaren-Kreationen. Jede Kreation bildet ein Unikat", betont die Geschäftsführerin. „Salon Buck Süßwaren Kreationen stehen für Einzigartigkeit, Eleganz und einen Hauch von Luxus." Dass sie seit jeher ein Händchen für schöne Geschenke hat und oft die Augen der Beschenkten zum Leuchten bringt, hat sie zu dieser Idee inspiriert. Gestartet ist der Salon Buck mit hochwertigen Lollies. „Unsere Lollies sind ein spezieller Anreiz fürs Auge und entführen aus dem Alltag. Zugleich sind sie aber auch das perfekte Geschenk", sagt die Firmenchefin. „Dieses süße Accessoire ist mehr als nur ein Lolli. Es ist ein kleines Designobjekt." Mit 5 Zentimetern Durchmesser und 8 Millimetern Dicke fallen die 33 Gramm schweren Lollies durchaus ins Auge. Gefertigt sind die transparenten Lollies aus Isomalt, darin eingeschlossen sind Blütenblätter, veredelt sind sie mit Blattgold. Der Zuckeraustauschstoff Isomalt habe den Vorteil, dass er dem Lolli zwar einen süßen Geschmack verleiht, aber keine karamellartige Note entwickelt.

Blüten und Geschmack sind aufeinander abgestimmt

„Die Blüte sieht aus wie in Glas gefasst, sie spielt beim Geschmack des Lollis eine große Rolle", erklärt Roggenbuck. So bestechen die Rosenblütenblätter in La Vie en Rose hinsichtlich ihrer Optik und auch durch ihr betörendes Aroma. Lady Luise schmeckt nach Heidelbeere und zeigt sich blaublütig: Die Oberfläche des mit Kornblumen hergestellten Lollies ist mit 24-karätigem Blattgold verziert. True Love mit weißen Kornblumen verführt mit Vanillearoma, und der Lolli Exotic Crush mit Hibiskusblüte schmeckt nach Roter Traube. Erhältlich sind die Lollies in 1er-, 5er- und 10er-Geschenksets. „Die Blütenlollies sind erst der Anfang. Unsere Zukunftsvision ist, dass Salon Buck eine starke, digital geprägte Brand wird, die für besondere Genussmomente steht", so die Firmengründerin selbstbewusst, die kürzlich den Online-Shop eröffnet hat.

www.salonbuck.de

Anzeige

Wer nicht mit der Zeit geht, geht mit der Zeit.

An diesem Motto hält die Firma „Sweets Consulting" seit langem fest.
Der Inhaber, Frank Votapek, gründete die Firma 1992 mit Sitz in Bad Liebenwerda. Gegenstand des Unternehmens ist Süßwaren und Getränke zu importieren, um diese weiter zu distribuieren. Unter anderem ist die „Sweets Consulting" Lizenznehmer des Artikels Tell-Apfel, der in Zartbitter- und Vollmilchschokolade angeboten wird und das weltweit. Unzählige Spezialitätenläden nutzen nicht nur in Deutschland die angebotene Warenvielfalt. Jedes Thema wird als Anreiz genutzt, um Käufe der Kunden anzuregen.
Zu diesen Themen zählen Valentins-, Mutter- und Frauentag, Ostern, Männertag, Kindertag, Einschulung und Weihnachten. Für interessierte Kunden hinterlassen wir gern nachfolgende Kontaktdaten.

Sweets Consulting
Import - Export

Sweets Consulting • Am Röderlandgraben 4 • 04924 Bad Liebenwerda
Tel. 03 53 41/ 23 98 - 0 • Fax 03 53 41/ 23 98 20 • www.suesswaren-votapek.de • suesswaren-votapek@t-online.de

CANDISSERIE

Immer offen für etwas Neues

Die Candisserie ist in Dachau eine Institution und Anlaufstelle für alle, die etwas Besonderes möchten. „Meine Kunden vertrauen mir und meinem Geschmack. Das Candisserie-Logo auf Geschenken ist quasi ein Garant für Qualität“, berichtet Isabel Seeber, die ihren Traum vom Süßwarengeschäft vor mehr als 20 Jahren verwirklicht hat. Natürlich verzeichne auch sie in den Sommermonaten eine leichte Umsatzdelle, doch vorwiegend rühre dies daher, dass in den Wintermonaten Firmengeschenke deutlich zum Umsatz beitragen. „Meine Kunden kaufen das ganze Jahr über bei mir Schokolade und Pralinen. Da die meisten gezielt zu mir kommen, bringen sie im Sommer eine Kühltasche mit“, berichtet sie.

Insgesamt tragen Pralinen bei ihr knapp die Hälfte zum Umsatz bei. Mit Spirituosen – seltene Whiskys, hochwertige Brände und fruchtige Liköre – erwirtschaftet sie etwa 10 Prozent ihrer Erträge. Beides verkaufe sich das ganze Jahr über gut. Ein besonderes Highlight ist die Slyrs Dachau Edition, die Seeber seit 2019 in limitierter Auflage anbietet. „Die erste Edition reifte in einem 45-l-Fass. Ich habe den Whisky mit Fassstärke abfüllen lassen. Nach nicht einmal 24 Stunden war die komplette Edition ausverkauft“, berichtet sie. Die zweite Edition erschien in der Adventszeit 2020 in einer Auflage von 212 Flaschen, drei Viertel davon hat sie bereits verkauft.

Speziell im Sommer können die Kunden in der Candisserie seit drei Jahren auch Feinkost einkaufen. Gewürze, Feinkostsaucen, Essig und griechisches Olivenöl bietet Seeber an. „Meine Kunden nehmen das Angebot sehr gut an. Auch Gebäck ohne Schokolade ist begehrt, im vergangenen Jahr habe ich das Feingebäck von Johan von Ilten ins Sortiment aufgenommen. Die Qualität ist wirklich außergewöhnlich, das verkaufe ich sehr gut. Zusätzlich biete ich Grußkarten, außergewöhnliche Trinkflaschen von

Chilly’s, die dem Umweltgedanken Rechnung tragen, sowie Tassen passend zu meinen Tees an.“ So können die Kunden in der Candisserie immer wieder Neues entdecken, das Standardsortiment wird beständig durch Hingucker oder besondere Spezialitäten ergänzt. „Als Unternehmerin muss ich stets etwas tun, im Gespräch bleiben. Ich schaue immer, was es Neues gibt, und meine Kunden honorieren es.“
www.candisserie.de

GRAND-CRU KONFEKT

Softnougat und Gebäck aus Italien

Nicht nur für die warmen Monate kann Wolfgang Karst, Inhaber von Grand-cru Konfekt, italienische Softnougat- und Gebäckspezialitäten empfehlen. „Moon Sensation - Sogni di Zucchero“ ist ein Softnougat von der Familie Franzoni, die sich bereits seit 1955, heute in dritter Generation, der Herstellung von Süßwarenspezialitäten widmet. Mit innovativen Lösungen verbindet die Forschungs- und Entwicklungsabteilung alte Rezepte mit neuen Erkenntnissen – stets mit höchsten Qualitätsansprüchen. Verschiedene Honigsorten, Zucker, Mandeln und Baiser stehen für italienische Handwerkskunst, verzichtet wird auf Gluten, gentechnisch veränderte Zutaten und gehärtetes Pflanzenfett.

Marabissi steht bereits seit 60 Jahren und drei Generationen für die vollendete italienische Feingebäcktradition. Signora Jole und die Leidenschaft ihrer Mitarbeiter spiegeln die Kultur des Unternehmens wider. Zwei der Spezialitäten von Marabissi sind Croccantini und Toscanelli.

Die klassischen und knackigen Croccantini sind reich an italienischen Haselnüssen und bestechen durch ihren Duft und die leichte, knusprige Konsistenz, angeboten werden sie pur oder halb mit Schokolade überzogen. Die Toscanelli, hauchdünne, knackige Süßbrotscheiben, gibt es in drei Sorten: mit Nüssen und Korinthen, mit Mandeln sowie mit Kakao und Nüssen.

Das Unternehmen Albero del Dolce/Elizia aus Carrù hat sich auf hausgemachte Backwaren, darunter die sogenannten Softamaretti, spezialisiert. Die typische, süße Backware besteht aus einem Teig aus Aprikosenkernen, Mandeln, Eiweiß und Zucker. Neben dem Klassiker gibt es Varianten mit zusätzlichen Früchten. Bei Albero del Dolce werden alle Rohstoffe nach strengen Kriterien ausgewählt und sind von erstklassiger Qualität. „So zahlen wir z. B. gerne 30 Prozent mehr für unsere Piemonteser Haselnüsse“, sagt Fabio, der Hausherr und Inhaber.
www.grand-cru-konfekt.de

ADALICIOUS

Sweet life balance

Das junge Tiroler Unternehmen adalicious verfolgt mit natural baking und vollwertigen Biozutaten einen modernen „Backstil“, bei dem die Zutaten in Handarbeit zu süßen glutenfreien Köstlichkeiten ohne raffinierten Zucker, raffiniertes Mehl oder Milchprodukte verarbeitet werden.

Die drei Gründerinnen Aisha Redpath Treppo, Dagmar Lukas und Annia Rainer-Rochelt sagen: „Mit adalicious denken wir süß wie nie zuvor. Dabei werden nicht alle unsere Köstlichkeiten wirklich gebacken, und wir verwenden Ahornsirup, braunen Reissirup, Kokosblütenzucker oder Datteln anstelle von Zucker. Wir verwenden nur rein natürliche Zutaten in Bio-Qualität – gerne aus der Region. Dabei gehen wir gerne von klassischen Zutaten weg und arbeiten mit Produkten wie Zucchini, Kichererbsen, Hanf oder Beerenfrüchten.“

Das Sortiment besteht aus den vier Segmenten cakes, goodies, raw desserts und one-bites. Die cakes sind von Klassikern inspirierte, nährstoffreiche Kuchen, goodies sind süße Snacks wie „raw choc chickpea“ und die raw desserts sind mit Superfood versehen. Funktionalen Mehrwert haben die one-bites in den Sorten protein, balance und power. Angeboten werden die Produkte in tiefgekühlten Einheiten von 50 bis 130 Stück, die portionsweise entnommen werden können. Dies reduziere „Food Waste“, während Nährstoffe und Vitamine erhalten blieben. „Wir glauben, dass eine pflanzenbasierte Vollwerternährung die neue Norm sein wird und einen Mehrwert für alle Menschen und einen gesunden Planeten darstellt. Als Pionier im natural baking möchten wir vielen Menschen in Österreich und Deutschland den Zugang zu vollwertigen, nährstoffreichen Produkten ermöglichen“, erklärt die Ernährungswissenschaftlerin Redpath Treppo. adalicious arbeite zu 100 Prozent klimaneutral, die Verpackungen aus Maisstärke seien natürlich abbaubar.
www.adalicious.eu

FRANZ KONTOR FÜR SCHOKOLADE

Gin, Tee und Zuckerbäckerei

Vor 15 Jahren hat Kerstin Franz-Mayer Schokolade zu ihrem Beruf gemacht. Stets ist sie auf der Suche nach neuen, ausgefallenen Spezialitäten, heute bietet sie zusätzlich zu ihren rund 120 verschiedenen Pralinen und 200 Tafelschokoladen über 100 Gins, 300 Teesorten, 500 Motive Zuckerbäckerei, Fruchtgummis und Karten an. Sie berichtet: „Mein Fokus liegt nach wie vor auf den Pralinen, ich verkaufe davon etwa 3 Tonnen im Jahr, doch gerade für den Sommer wollte ich Alternativen, die das Sortiment bereichern. Ich habe einiges ausprobiert, ziemlich bald habe ich Tees ins Sortiment genommen, auch solche bei denen 50 Gramm rund 30 Euro kosten. Sie verkaufen sich gut, doch allein davon könnte ich nicht leben. Tee trägt etwa 15 Prozent zu meinem Umsatz bei. Dann kamen Karten und schließlich die Zuckerbäckerei, die in München mit viel Liebe zum Detail gefertigt wird und jedes Geschenk aufwertet. Zusätzlich suchte ich nach weiteren regionalen Konzepten und habe zuerst Slyrs-Whisky und dann Gin ins Sortiment aufgenommen. Da ich selbst ein Gin-Fan bin, kann ich ihn gut beschreiben, meine Kunden sind begeistert.“
www.kontor-fuer-schokolade.de

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

BONILLA PRALINENMANUFAKTUR

Macarons, Gebäck und Rolleis

Wir sind sehr vielseitig", sagt Natalia Bonilla mit einem Blick auf ihr Sortiment. Die Bonilla Pralinenmanufaktur, in der ihr Mann Xavier die Produktion leitet, fertigt Macarons, Pralinen, süßes und herzhaftes Gebäck und Schokoladenspezialitäten in Handarbeit. Für Fachhändler stellen sie ihr Sortiment zum Selber-Labeln auch in neutralen Verpackungen zur Verfügung. „Eine Zeitlang hatten wir fast zu viele Produkte, sodass wir schon überlegt hatten, Cantuccini, Amarettini und Co. aus dem Sortiment zu nehmen, doch im vergangenen Jahr haben sie uns getragen", berichtet sie.

Bei der Sortimentsgestaltung lässt sich Bonilla von aktuellen Entwicklungen inspirieren: „Wir achten seit jeher auf Trends, fragen uns, was wir aufgreifen können. So war es auch bei unseren Macarons. Mittlerweile werden sie ganzjährig nachgefragt. Wir bieten sie vorverpackt in Schachteln und Stangen an und zum losen Verkauf in Einheiten mit 25 oder 50 Stück. Auch den Trend zu salzigem Gebäck haben wir erfolgreich aufgegriffen und unsere Foccaccia- und Kümmelstangen entwickelt, sie laufen sehr gut."

Im Sommer zieht das Rolleis der Manufaktur die Kunden an. Als Natalia und Xavier Bonilla die Spezialität vor etwa 6 Jahren in Asien entdeckt haben, setzten sie die Idee sofort zu Hause um. „Beim Rolleis hat man quasi einen Live-Cooking-Effekt, was zusätzlich den Vorteil in sich birgt, dass das Produkt nicht zuvor in der Manufaktur gefertigt werden muss", betont die Firmenchefin. Da damals Rolleis hierzulande noch nahezu unbekannt war, gab es keine klaren gesetzlichen Vorgaben. „Wir haben umgebaut und eine Maschine auf uns zugeschnitten in China fertigen lassen", erinnert sie sich. Doch der Aufwand habe sich gelohnt, bereits nach der ersten Saison haben sich die Investitionen rentiert. Heute arbeitet Bonilla an vier Maschinen, wie sie die Kühlplatten nennen. „Wir haben eine Eisgrundmasse entwickelt, die hauptsächlich aus Milch und Sahne besteht, der Zuckergehalt liegt unter 10 Prozent. Dazu kommen nach Kundenwunsch weitere aromagebende Zutaten wie Früchte, Krokant, Nüsse oder Schokolade." Aus acht bis zehn Rolleis-Sorten kann der Kunde wählen, auch fruchtige Varianten wie Basilikum-Limette sind dabei.

Hergestellt wird das Rolleis, indem die Grundmasse mit aromatischen Zutaten auf die eiskalte Kühlplatte gegeben und dann beständig gemischt und ausgestrichen wird. „Ab einer gewissen Struktur muss man mit dem Rollen beginnen, das Eis darf noch nicht zu stark gefroren sein", verrät sie. Jedes Eis dauert etwa 3 Minuten, der Kunde kann beobachten, wie es entsteht, und dementsprechend bilden sich im Sommer zuweilen Schlangen vor der Theke. Hier müsse man gelassen bleiben, denn es sei ja schön, dass die Kunden zuschauen können, wie ihr Eis gefertigt wird, betont die Unternehmerin. Fragt man Bonilla nach einem Tipp, was man beachten muss, sagt sie: „Wir helfen gerne. Zudem gibt es heute Videos im Internet und Foren zum Austauschen, die einem den Start ungemein erleichtern. Wer nach Lösungen sucht, findet welche, findet Menschen, die einem helfen. Man unterstützt sich gegenseitig."
www.bonilla.de

KERNENERGIE

Gourmet-Nüsse als Eyecatcher

Edelnüsse liegen im Trend, sie zählten im vergangenen Jahr zu den größten Umsatztreibern im Segment der Salzigen Snacks. Und Nüsse sind das ganze Jahr über eine beliebte Knabberei. Das weiß auch Denis Burghardt, Gründer des Nussspezialisten KERNenergie in Großwallstadt: „In Richtung Sommer sind neben unseren Klassikern wie der Nuss-Fruchtmischung Blueberry Fusion oder der Nussmischung Safari insbesondere unsere frühlingshaften gebrannten Sweet Berry Cashews erwähnenswert. Dafür brennen wir unsere hochwertigen Cashewkerne frisch in unserer Nussmanufaktur und bestäuben sie mit gemahlenen gefriergetrockneten Himbeeren. So entsteht ein fruchtig-süßer und knackiger Snack." Burghardt bietet sein hochwertiges Edelnuss-Sortiment in auffälligen Dosen aus recyceltem Aluminium an. Das Logo ziert ein Eichhörnchen – ein Symbol für die Nusskompetenz. Das Portfolio reicht von Nussklassikern bis hin zu innovativen Nussmischungen wie „Sweet & Salty". Für die Präsentation in den Regalen des Handels füllt KERNenergie seine Nussmischungen in 100- und 200-g-Dosen ab. Auf Wunsch liefert das Unternehmen ein POS-Display gratis zur Bestellung dazu.
www.kern-energie.com

BEST SWEETS

Fruchtpasten, -mark, -gelee und Saftbären

Aktuell stehen meine Kunden vor dem Problem, das Sommerloch zu beleben und Produkte anzubieten, die gut schmecken, aber nicht wärmeempfindlich sind", weiß der Großhändler Christian Albrecht, der bundesweit Fachhändler mit süßen Spezialitäten versorgt. Hier seien Fruchtpasten, -mark, -gelee und -gummi optimal. Er erklärt: „Fruchtpasten sind die hochwertigsten Produkte dieses Sortiments. Sie bestehen zu 50 Prozent aus frischen oder gefrosteten Früchten, die mit Zucker eingekocht und mit Pektin gebunden werden, daher sind sie auch vegan." Sein Lieferant, die Confiserie François Doucet, produziert Fruchtpasten seit eh und je auf diese Art und verarbeitet nur Früchte, die in Frankreich, bevorzugt in der Provence, wachsen. „Es werden sowohl ausgeformte Fruchtpasten in Fruchtform, als Doppelfrüchte, als Würfel und Taler angeboten als auch Fruchtpasten-Platten, die der Konditor zu Pralinen schneiden und individuell veredeln kann." Fruchtmark wird meist aus Fruchtkonzentraten und Fruchtpüree, oft Apfel als Basis, hergestellt, mit Pektin oder Agar-Agar gebunden und gerne in Frucht- oder Tierformen angeboten.

Gelees sind die einfachste Variante in diesem Segment. Sie werden aus Zucker, Wasser, Pektin und färbenden Frucht- und Pflanzenauszügen und/oder Aromen und Farbstoffen gefertigt. Ganzjähriger Kundenliebling bei Best Sweets sind die Fruchtsaftbären mit sortenreinen Säften, d. h. der Saft wird verarbeitet, der als Geschmacksrichtung angegeben ist. Für den typischen „Gummibären-Biss" sorgt Gelatine, allerdings gibt es auch eine vegane 8-Fruchtmischung, die mit Pektin hergestellt wird. Die „normale" 12-Fruchtmischung hat 20 Prozent Fruchtsaftanteil, die 4-Fruchtmischung und Ingwerbären 40 Prozent Fruchtsaftanteil, letztere verführen zudem mit der angenehmen Schärfe von Ingwer. Bei der 8-Fruchtmischung aus roten Bären (20 % Fruchtsaftanteil) hat jeder Bär eine Nummer, die sich auf dem Etikett wiederfindet, sodass der geschmackgebende Fruchtsaft abgelesen werden kann. Zudem bietet Best Sweets Cocktail-Fruchtgummis der Firma Smith & Sinclair an. Das Sortiment umfasst 19 Sorten, die in einer Geschenkbox angeboten werden, das Angebot reicht von Gin & Tonic über Margarita bis Whiskey Sour.
www.best-sweets.de

Anzeige

CONFISERIE ZUM SÜSSEN ECK

Lakritze für Anfänger und Fortgeschrittene

Lakritze hat viele Gesichter, wirkt sich auf das Wohlbefinden aus, ist ein Ganzjahresprodukt – und ist eine Spezialität, bei der sich die Geister scheiden: Während der eine gar nicht genug davon bekommen kann, winkt die andere dankend ab. Wenig schmeichelhaft ist auch der Name „Bärendreck“, wie die Zubereitung aus Süßholz-Wurzelextrakt in Bayern, Österreich und Südtirol gerne genannt wird. Regionale Vorlieben sind unübersehbar: Skandinavien ist eine Lakritz-Hochburg und auch in den Niederlanden und im Norden Deutschlands leben viele Fans dieser Süßigkeit, während sich der Süden eher zurückhaltend zeigt. Legendär ist die Lakritzschnecke, die als Pfennigartikel seit jeher nicht nur Kinderherzen erobert.

Doch es geht auch viel edler – und hochpreisiger. Das Ehepaar Kornherr, Inhaber der Confiserie zum Süßen Eck in Wien, erwirtschaftet etwa 25 bis 30 Prozent seines Umsatzes mit Lakritze – und das in einem Land, in dem der Verbrauch „vernachlässigbar“ ist, so ein Online-Lexikon. „Wir sind auf Lakritze gekommen, weil es das ‚etwas andere Süße‘ ist und weil es uns geschmeckt hat. Dann haben wir gesucht, gelernt und gekostet, sodass beständig weitere Sorten dazugekommen sind. Ebenso ist es uns mit den Lieferanten gegangen, manche „Lakritzfabriken“ haben uns mitleidig belächelt, andere z. B. finnische haben es als Sport gesehen, ihre Produkte in einem Wiener Zuckerlgeschäft zu verkaufen“, berichten Michael und Gabriele Kornherr. „Wir haben uns, neben zahlreichen anderen Produkten, in den letzten 25 Jahren auch auf Lakritze spezialisiert und führen inzwischen über 140 Sorten, die wir aus aller Welt importieren.“ Sie unterscheiden süße Lakritze (für Anfänger), salzige Lakritze (für Fortgeschrittene), Salmiak-Lakritze (für harte Hunde und coole Mädels), vegetarische Lakritze für Tierfreunde sowie Naturlakritze ohne Zucker – für alle, die auch so glücklich genug sind.

„Alle Sorten verkaufen wir bei uns im Laden und in unserem Online-Shop einzeln, bieten sie aber auch als Mischungen an, für alle die Vielfalt gerne haben“, betont der Geschäftsführer. „Unsere Mischungen gehen sehr gut – süßer Mix, salziger Mix, Salmiak Mix, und das

Lakritz-Komplett-Assortment.“ Am besten verkauft er einerseits die Klassiker wie Katzenpfötchen, Katzenkinder, salzige Heringe und Lakritzschnecken, aber auch die puren Lakritzen von Amarelli und die „schrägen Ausreißer“ wie geräucherte/gesalzene Lakritzen aus Skandinavien sind gefragt. Amarelli und Kolsvart seien beliebte Marken, bei der losen Ware sei die Marke eher Nebensache. Sein persönlicher Favorit sind die Lakritzboote. Auf die Frage warum, erklärt Kornherr: „Diese älteste schwedische Lakritze ist süß und weich, hat aber eine ganz spezielle, fast mürbe Konsistenz, die so einzigartig ist.“

www.suesseseck.at

CONFISERIE SIMON/KNUSPERREICH

Knusprige Hülle, softer Kern

Um Ideen ist Walter Simon nie verlegen. Mit Erfolg betreibt der Konditormeister zwei Cafés samt Ladengeschäft in Passau, im Jahr 2014 integrierte er mit Knusperreich eine Keksmanufaktur in seinen Betrieb, seit einigen Wochen bereichern hausgemachte Marmeladen sein Sortiment und Speiseeis fertigt er seit Jahren. „Jeder Chocolatier sollte sich überlegen, ob er im Sommer nicht zusätzlich Eis verkaufen möchte. Eis ist ein prima Ausgleich in den heißen Monaten“, so Simon. Eis generiere nicht nur zusätzlichen Umsatz – in den Sommermonaten trägt Speiseeis bei ihm rund 30 Prozent zum Umsatz im Ladengeschäft bei –, sondern die Eistheke locke Kunden in den Laden und verringere so die Hemmschwelle, das Geschäft ohne konkrete Kaufabsicht zu betreten.

Einzigartig sind die aus vorwiegend regionalen Zutaten nach amerikanischem Vorbild gefertigten Bio-Cookies – innen weich und außen knusprig –, die Simon unter der Marke Knusperreich anbietet. „Im Sommer verkaufen sich die Cookies super als Stückartikel lose auf die Hand“, verrät er. Ein Hingucker sind die modern gestalteten Dosen sowie die Namen der Cookies, Kundenliebling ist der „Schokorausch“. Firmenkunden können die Banderole der Dosen nach Wunsch selbst gestalten. „Für die Gastronomie bieten wir die Cookies auch einzeln verpackt an“, so Simon. Die Verpackung sei wichtig, um die charakteristische Konsistenz der Cookies zu bewahren. „Sie bleibt etwa einen Monat unverändert, daran bemisst sich die Haltbarkeit“, so der Firmenchef. Im Weihnachtsgeschäft seien die Cookies super gelaufen – quer durch die Generationen. Unter Confiserie Simon bietet er unter anderem das Mandel-Szelet, ein helles, doppelt gebackenes Mandelgebäck, sowie Lebkuchen-Spezialitäten an, beide seien auch im Sommer sehr beliebt.

www.simon-passau.de/www.knusperreich.de

Wärmebeständige „Sommer“-Schokoladenprodukte

Der Appetit auf Schokolade und das Wetter gehen Hand in Hand. „Die Umsätze mit hochwertigen Schokoladenprodukten im Einzelhandel sinken ab Mai und steigen erst ab Oktober wieder an“, weiß der Technologe Uwe Bindler. „Unser Ansporn war es, wärmebeständige Schokoladenprodukte zu schaffen, die auch in den Sommermonaten gute geschmackliche und optische Qualität bieten“, so der Experte. Wichtig sei es, Produkte für die Sommerzeit als eigenständiges Segment zu betrachten. Für die Herstellung von Pralinen in der Confiserie sei zu beachten, dass der Austausch von Kakaobutter mit alternativen Fetten das Schmelzverhalten im Mund ändert. „In der Confiserie muss man bei der Entwicklung wärmebeständiger Artikel Schale und Kern des Produkts getrennt betrachten“, betont Bindler. „Bei überzogenen Pralinen trägt die Schale etwa ein Viertel zum Gesamtgewicht bei. Sie allein ist nicht geschmacksbestimmend und kann daher durch alternative Fette verändert werden.“ Im qualitativ hochwertigen Bereich stehe Sheabutter zur Verfügung, deren Triglycerid-Aufbau dem der Kakaobutter stark ähnelt, deren Schmelzpunkt jedoch um einige Grad Celsius über denen der Kakaobutter liege.

„Für den Kern der Praline gibt es zwei interessante Möglichkeiten, die Temperaturempfindlichkeit zu reduzieren. Zum einen kann man gebackene Kernstücke verwenden, was jedoch viel Handarbeit in der Confiserie erfordert“, sagt Bindler, beispielsweise könne man eine geformte Waffelschale füllen und mit hochschmelzender Schokolade überziehen. Eine teilweise Automatisierung (Schneiden, Stanzen, Aufsetzen) kann sich hier lohnen.

Auch Fondant und Fruchtgelee als Produktkern sind temperaturbeständig und lassen sich mit einer hochschmelzenden Schale kombinieren. „Wichtig ist, dass der Wassergehalt der Füllung bei der Herstellung der Kernmasse beachtet wird“, betont Bindler. Solche Füllungen können mit Schnittrahmen geformt und nach der Portionierung überzogen werden. Mehrschichtige Kerne seien geschmacklich interessant und erhöhten die Wertigkeit des Produkts. Alternativ könnten Schalen aus hochschmelzender Schokolade geformt und mit Nüssen, Kernen, Samen oder Gebäckstücken befüllt werden. Wichtig seien die Schalenstärke und die Kühlung der Schale vor dem Füllen.

Zusammen mit seiner Frau Barbara betreibt Uwe Bindler die berg.land pralinen+mehr in Bergneustadt, die Pralinen und feines Gebäck entwickelt und liefert. „Und wir arbeiten daran, die Arbeit in der Confiserie mit Technik zu unterstützen“, ergänzt der erfahrene Technologe.

berg.land@mehrpralinen.de

Anzeige

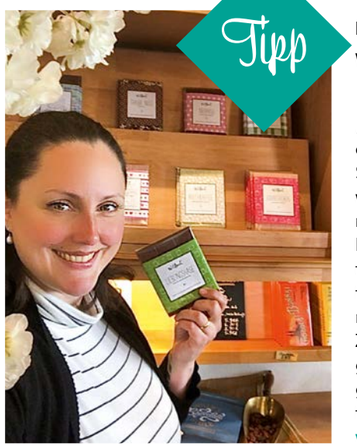
SchokoBedarf

Wir bieten ein umfangreiches Sortiment an Maschinen, Formen, Verpackungen, Arbeitshelfern, Dekorartikel, Etageren und vieles mehr. Gerne stehen wir Ihnen mit einer Beratung zur Seite oder Sie bestellen einfach in unserem Online-Shop.

SchokoBedarf GmbH
Taube Bünte 21
29308 Winsen
05143 / 66 90 517
info@schokobedarf.de
www.schokobedarf.com
www.schokobedarf.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.



EXPERTEN-TIPP VON SUSI ZACHARIAS, LA CASETTA DEL CAFFÈ

Wildbach Schokoladen

„Einer unserer Verkaufsschlager ist definitiv die tolle Schokolade von Wildbach. Wir sind durch Zufall darauf gekommen und haben die Schokoladentafeln noch nicht lange im Sortiment, aber es hat sich schnell eine Gruppe von Stammkunden gebildet, die immer wieder zu der Schokolade von Wildbach greifen. Wir bekommen auch regelmäßig Rückmeldungen über den sehr guten Geschmack und den tollen Schmelz der Schokoladen. Die Tafeln werden aus nachhaltig angebauten Edelkakaobohnen aus Kolumbien gefertigt, die direkt vom Bauern kommen – ohne Zwischenhandel, und der Kakaobauer wird fair bezahlt. Die gentechnikfreie Milch für die Schokolade stammt von glücklichen, bayerischen Kühen, der Bio-Rohrzucker kommt aus fairem Anbau in Paraguay.
Zudem haben die Wildbach-Produkte ein sehr ansprechendes Design, es gibt eine große Auswahl, und für jede Jahreszeit ist etwas Passendes dabei. Für uns ist auch ein großes Plus, dass die Bestellung absolut unkompliziert erfolgt und man immer sehr freundlich bedient wird, was uns persönlich sehr wichtig ist."
www.kaffee-schokolade.de

NOALYA

Venezolanische Criollo-Schokoladen

„Unsere Venezuela-Schokolade ist eine Zusammenstellung von Acriollado-Kakaos, die gemischt werden, um den gewünschten Geschmack zu erhalten. Zugleich ist sie die Seele meiner Plantage mit ihren berauschenden Noten von weißen Blumen und Vanille, süßem Aroma von getrockneten Früchten sowie zart würzigem Zimt am Ende", beschreibt Alessio Tessieri, Inhaber von Noalya, seine 72%ige Tafelschokolade. Die Schokolade eignet sich perfekt für eine Verkostung, um sie mit Weinen oder strukturierten Spirituosen zu kombinieren, aber sie ist auch das Aushängeschild von Noalya hinsichtlich ihrer professionellen Verwendung. Sie ist ideal, um in Gebäck, in der Konditorei oder in der Gastronomie verarbeitet zu werden, denn sie verleiht der jeweiligen Zubereitung eine unnachahmliche Note.
1997 begann Tessieri eine Reise um die Welt, um seltene Kakaosorten zu entdecken, seit 20 Jahren ist er stolzer Besitzer einer florierenden Kakaoplantage in Venezuela. Er kaufte das Land mit der Mission, den originalen venezolanischen Criollo anzubauen und wählte nach langer, sorgfältiger Forschung einzelne Kakaosorten aus. Ihr Anbau, so Tessieri, führte zu den besten und genetisch reinsten Criollo-Kakaos, den seltenen Edelsteinen der Plantage, aus denen er auch Schokoladen fertigt, darunter die Tafeln Porcelana, Criollo Merideño (70 %) und Guasare (72 %). Diese Kakaosorten besitzen einzigartige organoleptische Eigenschaften. Der Guasare ist ein natursüßer, geschmacksintensiver Kakao mit einem Hauch von grüner Walnuss, gerösteter Mandel und abschließenden Noten von Kastanienhonig. Die Porcelana ist zart und elegant mit Noten von Mandel und gerösteter Pistazie, Zimt und Honig, beim Verkosten entwickelt sich ein Duft von exotischen Früchten und Litschi. Der einzigartige Criollo Merideño weist Noten von Haselnüssen, süßen Gewürzen und dem Duft von warmem Brot mit Honig auf. Vertriebspartner für die D-A-CH-Region ist der Importeur Oliver Dilli mit seinem Großhandel Dillicious in Bonn.
www.dillicious.eu

FEINE SCHOKOLADE – CORNELIA DRESSLER

Online-Event Chuncho

Wie verschieden Schokoladen aus einer Kakaosorte schmecken können, erlebten die Teilnehmer des Online-Events „Peru – Chuncho" der Fachhändlerin Cornelia Dressler. Sieben verschiedene Tafelschokoladen, alle aus Chuncho-Kakaobohnen von Original Beans aus der Region Cusco in Peru hergestellt, galt es zu verkosten. Für den theoretischen Unterbau zum Thema Kakao und seine Herkunft war Jan Schubert, Conservation Cacao Leader bei Original Beans, live aus Ecuador zugeschaltet, der mit enormem Fachwissen beeindruckte. Die Schokoladenfertigung erklärte Armin Untersteiner der Südtiroler Bean-to-Bar-Manufaktur Karuna, der zusätzlich mit einer Gin-Schokolade aus eingelegtem Chuncho-Kakao überraschte, die er den Verkostungspaketen beigelegt hatte.
feine-schokolade.com

SAWADE

Shop am Ku'damm

Die Berliner Pralinen- und Trüffelmanufaktur Sawade GmbH, die Königliche Porzellan-Manufaktur Berlin und das Kaffee Einstein eröffnen eine Shop-in-Shop-Ladenfläche am Kurfüstendamm, in der sich bisher ein Salon des verstorbenen Starfriseurs Udo Walz befand; die Eröffnung soll im Sommer 2021 erfolgen. „Die drei Berliner Qualitätsmarken profitieren voneinander, von der stark vom Tourismus geprägten Laufkundschaft sowie ihren qualitätsbewussten Berliner Stammkunden", so Sawade, die damit ihr sechstes Ladengeschäft in der Hauptstadt hätte. „Mit der Eröffnung der neuen Ladenfläche am Kurfürstendamm verfolgen wir unseren Anspruch, Berlins bester, bekanntester und größter Pralinenhersteller zu sein. Die Partner stehen für die hervorragende Qualität und die Vielzahl der Berliner Traditionsunternehmen", erklärt dazu Benno Hübel, Inhaber und Geschäftsführer des 1880 gegründeten Unternehmens, das in Berlin-Reinickendorf Trüffel, Pralinen und Schokoladenspezialitäten herstellt.
sawade.berlin

Anzeige

Botschafter der Smart Region
Autorisierter Berater go-digital
eagle5
Beratungsgespräch vereinbaren
02362 9994440
info@nettrek.de
www.nettrek.de
www.e5-suite.de

Termine

WORKSHOP SCHOKOLADE
16. Juni 2021
Online und vor Ort bei der D&F Drouven GmbH, Aachen
Schokoladen-Workshop des CdC – von der Bohne bis zur verkauften Tafel mit ergänzenden Vorträgen
www.sg-network.org/de/events

TRENDSET
10. bis 12. Juli 2021
Messe München
Fachmesse für Lebensart
www.trendset.de

SUMMERTOUR DES CdC
17. bis 19. August 2021
Hamburg und Lübeck
Die Reise führt zu Niederegger nach Lübeck, nach Hamburg ins Chocoversum von Hachez und ins Kakaolager am Hamburger Hafen.
service@clubderconfiserien.de

DELI FESTIVAL
12. September 2021
Wandelhalle Bad Kissingen
Premium-Fachhandels-Messe.
www.delifestival.de

TAG DER SCHOKOLADE
8. Oktober 2021
Findet bundesweit statt.
www.clubderconfiserien.de

INTERNATIONALER SÜSSWAREN-KONGRESS
17. bis 19. November 2021
Berlin
Kongress mit Verleihung der Trophäe SÜSSER STERN und Auszeichnung Fachhandels-Mitarbeiter des Jahres.
www.sg-network.org/suesserstern

INTERNATIONALE SÜSSWARENMESSE 2021

Gewinner des New Product Showcase

Confiserie Burg Lauenstein und François Doucet zählen zu den Gewinnern des New Product Showcase, der seit 2009 zentraler Ort für die Neuheiten der Branche ist und sich als Anziehungspunkt für die Entscheider auf der ISM etabliert hat. In diesem Jahr fand aufgrund der Messeabsage eine digitale Ausgabe des New Product Showcase statt. „Wir freuen uns sehr, dass auch der digitale Zuspruch mit 70 Ausstellern aus 20 Nationen und insgesamt 110 Produkten sehr hoch war," sagt Oliver Frese, Chief Operating Officer der Koelnmesse. Auf Platz 1 landete die „Lauensteiner® Teeblätter-Dose", bei der Verpackung und Gesamtinhalt für hohe Qualität stehen. „Die Spezialität ist ein schokoladiges Highlight bei dem sich Tee und Schokolade meisterlich verbinden", befand die Jury einstimmig. Die „Paddies Cheesetastic" von Selectum, diesjähriger Platz 2, sind zart-knusprige Gebäckkissen gefüllt mit Käsecreme. Für die Jury ein Micro-Snack am Puls der Zeit. Die proteinreichen, gluten- und palmölfreien Paddies mit der Trendzutat Kichererbsenmehl sind 100 Prozent CO_2-emissionsfrei und mit Induktionstechnik ohne Frittieren gebacken.

Bei den auf Platz 3 gekürten dragierten Knusper-Cerealien in feinster Frucht-Schokolade von François Doucet, die in Frankreich als Folie de Gourmandises bekannt sind, liegt unter einer hauchzarten Hülle aus Fruchtschokolade ein Herz aus glutenfreiem Cerealien-Crisp. Den sommerleichten und zugleich schokoladigen Genuss gibt es in den Sorten Limette, Passionsfrucht, Banane oder Himbeere.
www.ism-cologne.de

OLAM COCOA

Twenty Degrees

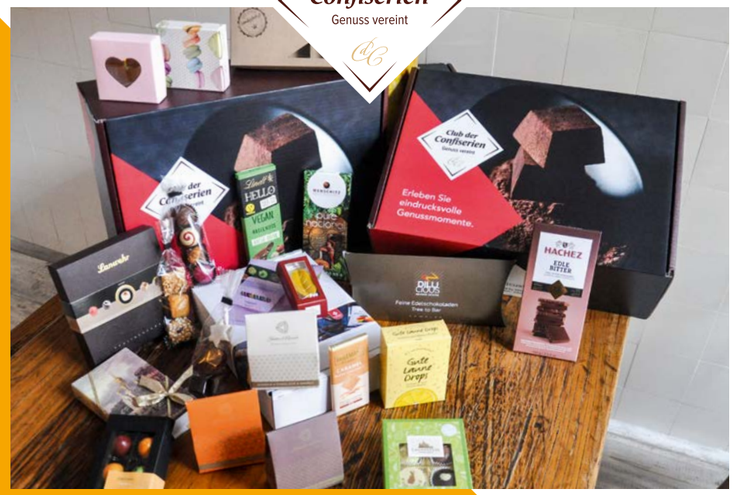
Der Rohstoffkonzern Olam Cocoa hat mit Twenty Degrees ein neues Geschäftsfeld eröffnet, das Kakaobohnen von höchster Qualität bezieht und damit neue Spezialitäten vor allem für das Schokoladenhandwerk anbietet. Zur Premiere liefert der Bereich hochwertige Kakaobohnen aus zehn Regionen, die für ihr unverwechselbares sensorisches Profil ausgewählt werden. Das Unternehmen wird damit vielen Kleinbauern neue Möglichkeiten eröffnen, da die Anbauregionen für die großen Hersteller entweder zu speziell oder zu abgelegen sind. Ein Agronomen-Team von Olam Cocoa arbeitet mit jeder Gemeinschaft zusammen, um sicherzustellen, dass die Qualität und der Geschmack des Kakaos den höchsten Standards entsprechen. Das Geschäftsmodell von Twenty Degrees unterstützt die Bauern bei der Einführung nachhaltiger Anbaumethoden und investiert in das Wachstum und die Sicherheit der Gemeinden. Damit bietet Twenty Degrees auf der anderen Seite auch den Premiumkunden ein neues Maß an Transparenz und Rückverfolgbarkeit bis zum Anbau.
twentydegreescacao.com

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: Salon Buck, Seite 15: adalicious ◆ **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.

Eine CdC-Produktbox für den Fachhandel

Die Süße Branche lebt vom Austausch, vom Probieren, von schönen Verpackungen, einem funktionierenden Netzwerk. Da dies alles seit einiger Zeit nur sehr eingeschränkt möglich ist, sind wir vom CdC auf die Idee gekommen, Confiserie-Produkte und -Verpackungen zu Ihnen, den Fachhändlern, zu schicken. Mitmachen konnte jedes CdC-Mitglied, unterstützt hat uns bei der Aktion unser Mitglied SPN als Logistikpartner. Aufgrund des überwiegend positiven Feedbacks der Fachhändler (siehe rechts) versendet der Club der Confiserien bereits im September die nächste Box. Interessenten können sich gerne jetzt melden.

Club der Confiserien
Genuss vereint



„Vielen lieben Dank vorab für das Paket. Der Inhalt war für mich sehr interessant und vor allem sehr lecker ... Ich habe auch schon Kontakt zu zwei Herstellern aufgenommen."

„Die Inhalte waren für mich interessant, soweit es sich nicht um Produkte handelte, die man auch im Supermarkt kaufen kann. [...] Die Teeblätter haben mir besonders! gut geschmeckt. Für mich sind Waren interessant, die man in sehr kleinen Einheiten abnehmen kann. Vielleicht ist das mal ein Ansatz für gemeinsame Verkaufsaktivitäten der Hersteller. Die Aktion insgesamt finde ich eine sehr gute Idee."

„Wir finden die Idee der Produktbox-Aktion ganz toll und definitiv wiederholenswert. Tolle Produkte von tollen Herstellern. Ein Kritikpunkt geht nur an die Verpackung. Die Kartonage war sehr stark von allen Seiten bedruckt. Und man hat tatsächlich den Geruch von der Farbe deutlich wahrgenommen – vielleicht ist in manchen Dingen weniger = mehr. Wir bedanken uns ganz herzlich und haben tatsächlich einen Händler aus dem Paket im Blick für eine Zusammenarbeit."

„Danke für die Nachricht und auch das Paket. Das war ja eine Überraschung. Ich muss erst ein wenig warm laufen mit der neuen Mitgliedschaft und aktiv werden. Also das Paket kam gut und unversehrt bei uns an. Es sind ein paar interessante Anregungen dabei."

„Vielen Dank für die Zusendung der Produktbox. Finde ich eine super Sache. Wir sind hier im Erzgebirge ... ziemlich am Rand ... ein kleines Geschäft. Ein Vertreter verirrt sich selten, und auch zu Messen ist es immer ein weiter Weg. Für uns waren die verschiedenen Tafelschokoladen sehr interessant. Werde mich mit diesen Herstellern in Verbindung setzen."

„Vielen Dank für die tolle Box, die Sie uns gesendet haben. Wir machen täglich eine Degustation und testen jedes Stück durch, es sind wirklich sehr interessante Produkte dabei! Danke!"

ClearChox

CLEAR CHAIN CHOCOLATE™

Das ist Pak Sarwono, engagierter Bauer aus Indonesien. Krakakoa ist ganz und gar indonesisch, vom Bauern bis zur Tafel. Der Kakao wird biologisch und nachhaltig angebaut.

PREMIUM-SCHOKOLADEN AUS ALLERBESTEN KAKAOS

Indonesischer Kakao wird hauptsächlich für den Export produziert. ClearChox importiert Krakakoa, erste Edelmarke, die im Land hergestellt wird. Von Sabrina Mustopo gegründet, die das Potenzial sah, den natürlichen Reichtum zu nutzen. Sie schult die Bauern und schafft Anreize, um auf Qualität zu setzen und das schmeckt man.

So gute Schokoladen wollen Sie doch auch, oder?

clearchox.com/de/gute-schokolade/