

Herbst 2021



Confiserie Welt

News vom Club der
Confiseries e. V.

Bewusst
handeln

Verantwortung übernehmen

Verantwortungsvolles Handeln
und Nachhaltigkeit beeinflussen
die Kaufentscheidungen der
Verbraucher – zahlreiche Unter-
nehmen geben Antworten
auf drängende Fragen





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

Franz Kässer
Inhaber & Geschäftsführer
Chocolaterie Amelie

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

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

Treten Sie ein in unsere außergewöhnliche Welt von außergewöhnlichem Geschmack!

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



Anja Ashauer
und Oliver Peik

Bestens vernetzt

Kaum zu glauben, liebe Leser*Innen, Sie halten gerade die 15. Ausgabe der Confiserie-Welt in den Händen. Als wir im Januar 2018 die erste Ausgabe publiziert haben, konnte keiner ahnen, wohin der Weg geht, ob die Confiserie-Welt von Ihnen, den Fachhändler*Innen, Confisereuren und Chocolatiers gelesen wird.

Ein Netzwerk für den Austausch

Ihr Feedback zeigt uns, dass der Club der Confisereuren (CdC), das Netzwerk, in dem sich Fachhändler*Innen und Hersteller austauschen können, gefehlt hat. Viele von Ihnen kennen uns mittlerweile und nehmen unsere Angebote – Workshops, CdC-Breakfast, Confiserie-Akademie und Confiserie-Welt – gerne an. Networking ist ein bedeutender Baustein unserer Arbeit, wir sind Ansprechpartner bei Fragen und laden auf Veranstaltungen zum Austausch ein.

In dieser Ausgabe haben wir uns an das schwierige Thema Nachhaltigkeit gewagt. Der Begriff ist weit gefasst, fast jeder kann und möchte dazu etwas sagen bzw. seine Unternehmenspolitik und Produkte dahingehend ausrichten. Hier gibt es viele Abstufungen. Das zeigt nicht nur die Vielfalt der nachhaltigen Produkte, sondern auch die Diskussionen, die diesbezüglich geführt werden. Wir stellen Ihnen Unternehmen vor, die sich für bessere Lebensbedingungen am Ursprung einsetzen, zeigen Verpackungshersteller, die ihr Portfolio ökologisch ausrichten.

An der Spitze der Nachhaltigkeitsbemühungen stehen Sie, liebe Fachhändler*Innen. Sie unterstützen Confisereuren, Bean-to-Bar-Chocolatiers, Verpackungshersteller etc. in ihrem Bemühen, erstklassige Produkte auf den Markt zu bringen in deren Wertschöpfungskette jeder gerecht entlohnt wird.

IMPRESSUM Herausgeber: Club der Confisereuren 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@clubderconfisereuren.de, www.clubderconfisereuren.de ♦ **Objektleitung:** Oliver Peik ♦ **Redaktion:** Anja Ashauer, Alfons Strohmaier ♦ **Bildnachweis:** Titel und Seite 20: Lindt & Sprüngli Farming Program Drying cocoa beans (PPR/Lindt & Sprüngli/Axel Fassio), Seite 6/7: Konditorei Barbara Kröner, Seite 8/9: Kokoa Kamili, Seite 14: Hanna Witte (Foto Claudia Brück) und Tobias Thiele (Foto Jakob Hömberg), Seite 24: Foto: GEPA – The Fair Trade Company/C. Nusch ♦ **Gestaltung & Realisation:** trumit Publishers GmbH, Putzbrunner Straße 38, 85521 Ottobrunn, Telefon +49 (0) 89 / 60 80 01 - 5 88 ♦ **Druck:** Aumüller Druck GmbH & Co. KG, Anton Müller, Weidener Straße 2, 93057 Regensburg, Telefon +49 (0) 9 41 / 6 95 40 - 27 Irrtum oder Druckfehler vorbehalten ♦ **Unterstützt durch:** SWEETS GLOBAL NETWORK e.V.



SELMI
PARTNER



ZIRBS
VERPACKUNGEN



Lanwehr
Confiserie - Manufaktur



CONFIS-EXPRESS
Das Beste für Pâtisseries und Confiserie



HACHEZ
A MATTER OF TASTE



SchokoBedarf
Professioneller Confiseriebedarf



BARRY CALLEBAUT





Der älteste Süßwarenladen der Stadt

Seit genau zehn Jahren führt Tamara Reich-Haas das SchokoOh in Erding. Ihre Schokoladen sprechen einen breiten Kundenstamm an, ihr Café ist eine Oase zum Verweilen, und ihr Wachwaren- und Devotionalien-Sortiment zieht Kunden aus dem ganzen Landkreis an.

Genau hier habe ich mich stehen sehen“, sagt Tamara Reich-Haas und umfasst mit einer ausholenden Bewegung das kleine Reich, das sie geschaffen hat. Übernommen hat sie einen Laden, in dem Schokoladen und „Christliches“, wie sie so schön sagt, die Hauptrolle spielten, doch die gelernte Krankenschwester hat das Café, das ursprünglich in ihrem Laden beheimatet war, wieder aufleben lassen. „Schon immer wollte ich ein eigenes Café“, verrät sie. Und wahrscheinlich ist genau dies ihr Geheimnis, warum die Gäste so gerne zu ihr kommen. Gemütlich sitzt es sich im Laden, das Highlight ist der Innenhof, wo bunte Tische und Stühle auf die Kunden warten. „Und die italienische Crew des nahegelegenen Flughafens hat meinen Laden als Espresso-Bar entdeckt. Das ist ein tolles Flair, wenn die

an der Theke stehen und Espresso trinken – und nebenbei lerne ich italienisch“, sagt Tamara, wie sie auch ihre Kunden nennen, mit einem Leuchten in den Augen.

Jeder findet das Passende, ältere Kunden genauso wie Trendsetter

Zu Cappuccino, Espresso & Co. bietet sie Tartufi und Schokoladenwürfel beispielsweise von Venchi an, sowie loses Gebäck, darunter Florentiner, Amaretti, Mandorle und Cookies. „Ich habe das Sortiment im Lauf der Jahre abgestimmt auf die Wünsche meiner Kunden etwas geändert, denn neben dem Geschmack spielt natürlich auch der Preis bei einigen eine Rolle. Bei mir soll jeder etwas Passendes finden.“ Manche Stammkunden kaufen seit jeher im Turmladen Schokoladen und Marzipan von Niederegger, Heilemann



Tamara Reich-Haas bietet in ihrem vielfältigen Sortiment immer wieder Neues an.

und Hachez, „doch für mich ist es wichtig, immer wieder neue Firmen auszuprobieren. Mein persönliches Anliegen ist es, den Kunden auch Bio-Schokoladen sowie solche, bei denen die Kakaobauern fair bezahlt werden, anzubieten“, sagt sie. Ganz neu habe sie die Tafeln von Chocolat Madagascar im Sortiment. Ein Trend sei eindeutig das Thema vegan, Schokoladen von Yann's und der Choqlate seien diesbezüglich sehr beliebt. Generell, über das gesamte Schokoladensortiment betrachtet, greifen die Kunden bei den Tafeln von Chocolat Stella und auch bei Meybona gerne zu.

Der Kundenmagnet im SchokoOh ist aber die Pralinentheke. Steigt man die kleine Treppe in den Laden hinab, steht sie unübersehbar auf der linken Seite. „Etwa 60 Sorten habe ich darin immer zur Auswahl, doch das Sortiment in der Theke wechselt beständig, insgesamt biete ich weit mehr als hundert Sorten an“, sagt Tamara. Klassiker wie Kir Royal, Champagnertrüffel und die Herrenpraline dürfen nie fehlen, doch in der Regel seien die Kunden experimentierfreudig, lassen sich beraten und auch umleiten, wenn ein gewünschter Artikel gerade nicht verfügbar ist. Doch auch hier ist der Kunde König: „Falls ein Kunde nur eine bestimmte Sorte möchte, rufe ich ihn an, wenn sie wieder verfügbar ist.“

Service und Sortiment waren wohl auch ein Grund, dass die Firmenchefin mit ihrem SchokoOh ganz gut durch die Corona-Zeit gekommen ist. „Unsere Stammkunden sind uns treu geblieben. Manche haben zusätzlich Präsente bestellt, beispielsweise für das Krankenhaus, damit wir die Krise gut überstehen. Und Kunden, die sonst nur auf einen Kaffee zu mir gekommen sind, haben jetzt zusätzlich Schokolade und Pralinen gekauft“, berichtet sie. So konnte sie ihren Umsatz stabil halten und ihre drei Teilzeitkräfte weiterhin beschäftigen. „Der Laden macht extrem viel Arbeit, und manchmal ist Diplomatie gefragt, natürlich, doch bereut habe ich meinen Entschluss, das SchokoOh zu eröffnen, noch nie. Wir haben nur nette Kunden, und gerade jetzt habe ich gemerkt, wie wichtig mir mein Café ist. Ich wollte nicht darauf verzichten. Ich bin gerne hier und freue mich über jeden, der in meinen Laden kommt.“ ♦

www.schokooh.de

Eis aus der Werkstatt

„Ehrlich, lecker“ lautet das Motto der Starnberger Eiswerkstatt, und die Eiscremes, Sorbets und Backwaren der Brüder Jan und Sven Thunig werden dieser Philosophie mehr als gerecht.



Geschmack hat bei Jan Thunig höchste Priorität.

Eiscreme und Sorbets aus natürlichen Zutaten, frisch gebackene Eiswaffeln, Kaffee von einer kleinen Münchner Rösterei – dies alles gibt's bei der Starnberger Eiswerkstatt in Starnberg und in ihrem Laden am Münchner Elisabethmarkt. Ehrlich, lecker – mit diesem Motto wirbt die 2016 gegründete Manufaktur und beschreibt damit umfassend ihre Philosophie. „Ehrlich heißt für mich, dass wir keine vorgefertigten Basis-Mischungen verwenden. Wir stellen unsere Eiscremes und Sorbets aus Milch, Sahne und Butter von der Molkerei Berchtesgadener Land, echter Madagascar-Vanille und anderen Gewürzen, Schokoladen von Felchlin, Nüssen, frischen oder gefrorenen Früchten sowie Honig und natürlich Zucker her. Lediglich Inulin zur Stabilisierung sowie als Verdickungsmittel Johannisbrotkern- oder Guarkernmehl geben wir zu“, berichtet Geschäftsführer Jan Thunig, der mit seinem Bruder Sven die Eiswerkstatt gegründet hat. Zusätzlich fertigen die Brüder, die 30 Mitarbeiter in der Herstellung und im Verkauf beschäftigen, Kuchen und Cookies in ihrer Manufaktur. Generell bevorzugen sie frische regionale und Bio-Produkte. Eine Win-Win-Situation sei die Zusammenarbeit mit dem Obsthändler nebenan. Kräuter kommen zum Beispiel nur frisch ins Eis und durchdringen dies mit ihrem Aroma. „Wir lassen unser Milcheis nach der Pasteurisierung mindestens über Nacht reifen“, verrät Thunig. Der Geschmack profitiere davon enorm.

Manchmal sei es fast ein Problem, dass für ihn der perfekte Geschmack oberste Priorität habe. „Die Konsistenz unseres Erdbeersorbets wäre noch besser, wenn ich weniger Erdbeeren dazugäbe, aber das will ich nicht“, sagt er und unterstreicht damit seine Philosophie. Genau so kompromisslos ist er auch bei seinen Eiswaffeln: „Industriell hergestellte Waffeln mochte ich noch nie. Für mich war klar, dass wir entweder unsere Waffeln selber backen oder das Eis nur im Becher anbieten.“ Heute stehen fünf Waffeleisen hinter der Theke, gebacken werden Butter-Zimt-Waffelschalen, sodass jede Portion wie ein Eisbecher anmutet – „es schmeckt nur viel besser, weil mehr Eis und weniger Sahne drin ist“,

sagt der Firmenchef lächelnd. Gefertigt wird in der Starnberger Eiswerkstatt mit einem 120-l- und zwei 60-l-Pasteurisierern. In 12-l-Chargen wird die Masse tiefgekühlt. Sven Thunig ist als Lebensmitteltechnologe perfekt für den Beruf ausgebildet. Jan ist Quereinsteiger und Eisliebhaber. Angefangen haben die Brüder mit einem mobilen Eiswagen, sie haben experimentiert und zahlreiche Kurse besucht. An der Cargipiani Gelato University hätten sie verinnerlicht, dass man praktisch aus allem Eis machen könne. So sei die Idee zu der Variante Apfel-Heu entstanden. Manche Ideen mussten die Brüder jedoch wieder verwerfen. „Das Frischkäse-Feige-Cognac-Eis haben die Kunden geliebt. Doch wir mussten es nach einigen Versuchen aus dem Sortiment nehmen, weil die Käsemasse bei der Pasteurisierung zu zäh war“, erinnert sich Thunig. Zudem weiß er heute, dass jede Eissorte „massentauglich“ sein muss. „Alle Eiscremes und Sorbets, die fest in unser Sortiment kommen, müssen so gut schmecken, dass man unbedingt eine zweite Kugel möchte“, betont er. Etwa 70 Sorten hat die Starnberger Eiswerkstatt im Portfolio. Zwölf davon sind ständig verfügbar, weitere sechs variieren. So überzeugt die vegane Sorte Rocky Road mit intensivem Schokoladengeschmack sowie Marshmallow- und Nussstückchen, die Wintersorten Lebkuchen und Zimtstern werden mit selbstgemachtem Gebäck hergestellt, und zur Wiesn gibt es das Eis Gebrannte Mandel. Ostern bieten die Brüder Eierliköreis an und im Sommer haben Sorbets sowie Joghurt- und Buttermilcheis Hochsaison. „Der säuerliche Geschmack wirkt erfrischend, zudem glauben viele Kunden, dass es leichter ist“, weiß Thunig. Alle Sorbets sind bei ihm Frucht-eis, darunter Cassis-Orange, Zitrone-Basilikum oder Banane-Schoko. „Für Kinder muss Eis rot sein, deshalb rangieren Himbeer- und Erdbeersorbet neben Schoko und Vanille ganz vorne im Ranking.“ Etwa 20 Eissorten bietet er auch in 500-ml-Eisbechern an, die Verfügbarkeit variiert. Die Becher könnten auch Fachhändler in ihren Läden unkompliziert verkaufen. ♦

www.starnberger-eiswerkstatt.de

Kompromissloser Fokus auf Geschmack und Qualität



Auf Augenhöhe miteinander arbeiten

Die Schokoladenmanufaktur Krönner ist eine Institution in Murnau, dort treffen sich nicht nur die Künstler des Blauen Landes. Das soziale Engagement von Chefin Barbara Krönner und ihr Augenmerk auf die Herkunft der Rohstoffe wird zunehmend zum Gesprächsthema.

Qualität ist ihr seit jeher sehr wichtig, doch „irgendwann habe ich angefangen, meine gesamte Firmenphilosophie umzuwälzen“, erklärt Barbara Krönner, Inhaberin der Konditorei und Schokoladenmanufaktur in Murnau. Zunehmend rückt der faire Umgang miteinander, insbesondere mit den Kakaobauern am Ursprung, in ihren Fokus. Inspiriert durch die Städtepartnerschaft zwischen Atwima in Ghana und Murnau reiste sie nach Afrika.

„Wir hatten 38.000 Euro für ghanaische Schulen gesammelt. Doch ich wollte in Ghana auch einen Kakaobauern besuchen. Da Felchlin Kakaobohnen von Yaya Glovers Bio-Kakao-Kooperative „Suhum Cacao“ verarbeitet und ich Kuvertüren von Felchlin beziehe, lag es nahe, Yaya Glover zu besuchen“, sagt sie und fährt mit einem Lächeln fort: „Ich habe nicht erwartet, dass wir uns so gut verstehen, wir sind wie Weiße und Schwarze Schokolade.“ Es dauerte nicht lange und die beiden dachten über gemeinsame Projekte nach. Das Ergebnis liegt nahe: Krönner bezieht fortan für ihre Vollmilchschokolade Kakaobohnen von der

Yaya Glover Ltd.

Sie betont: „Wichtig war nicht nur, dass wir mit Yaya Glover Kakaobohnen arbei-

ten, sondern auch, dass wir ihm ein Gesicht im ghanaischen Wirtschaftsministerium geben, was im Rahmen einer Delegationsreise nach Ghana mit dem bayerischen Wirtschaftsministerium gelungen ist. Aufgrund sehr hoher Zinsen ist es in Ghana sehr teuer, einen Kredit zu aufzunehmen. Dadurch fehlte Yaya oft genug Handelskapital, um die geernteten Bio-Kakaobohnen zu kaufen. Zum Glück stellt ihm ein Schweizer Investor seit geraumer Zeit regelmäßig Geld mit einer vernünftigen Verzinsung zur Verfügung. Damit kann er nun arbeiten“, erklärt Krönner. Doch es gibt noch viel zu tun, das Fundament für einen Kindergarten sei gelegt, und ein Frauenhaus sei geplant, um nur einige der anstehenden Projekte zu nennen.

Die Murnauerin wiederum hat eine Bean-to-Bar-Linie von Selmi-Partner in Neu-Ulm gekauft, um sie nach Ghana zu verschiffen und so mehr Wertschöpfung im Land zu generieren. „Wir planen, langfristig Kakaonibs und Kakaomasse aus Ghana zu beziehen, und diese hier zu Schokolade zu verarbeiten. Aufgrund der Kühlkette erscheint es mir nicht sinnvoll, die Schokolade in Ghana fertigen zu lassen. Zudem gibt es dort nicht ausreichend Milchpulver“, sagt Krönner. Wichtig findet sie, dass vor Ort Schokolade für den ghanaischen Markt gefertigt werden kann,



Barbara Krönner mit ihren beiden Söhnen Max (li.) und Mike

1960er-Jahren bei Sprüngli beschäftigt. Barbara, die als Kind Rum-Sahne-Trüffel von Hand mit Schokolade umhüllt hat, erwirtschaftet heute ein Drittel ihres Umsatzes mit Schokolade. Peu à peu gibt sie die Geschäftsführung ihres Unternehmens, in dem sie 58 Mitarbeiter beschäftigt, an ihre Söhne Michael und Maximilian ab. Damit übernimmt die 10. Generation der Lebzelter-Familie das Ruder. Die Schokoladenmanufaktur wird schon jetzt von „Mike & Max Chocolatiers“ betrieben. Sie kreieren fantastische Edelschokoladen, Pralinen und Trüffel, Hohlfiguren sowie Aufstriche. Seit drei Jahren fertigen sie ihre Vollmilchschokolade aus ghanaischem Bio-Kakao, den sie direkt von der Kooperative „Suhum Cacao“ beziehen.

www.barbara-kroenner.de; www.yayraglover.com

Schokoladenmanufaktur Barbara Krönner

Vor 21 Jahren hat Barbara Krönner ihre Konditorei in Murnau gegründet, 2015 stellte sie ihr eine Gläserne Schokoladenmanufaktur in Murnau sowie eine Filiale in Oberammergau zur Seite. Die Liebe zur Schokolade liegt in der Familie: Schon seit dem 19. Jahrhundert wird mit Schokolade gearbeitet, ihr Vater war in den

1960er-Jahren bei Sprüngli beschäftigt. Barbara, die als Kind Rum-Sahne-Trüffel von Hand mit Schokolade umhüllt hat, erwirtschaftet heute ein Drittel ihres Umsatzes mit Schokolade. Peu à peu gibt sie die Geschäftsführung ihres Unternehmens, in dem sie 58 Mitarbeiter beschäftigt, an ihre Söhne Michael und Maximilian ab. Damit übernimmt die 10. Generation der Lebzelter-Familie das Ruder. Die Schokoladenmanufaktur wird schon jetzt von „Mike & Max Chocolatiers“ betrieben. Sie kreieren fantastische Edelschokoladen, Pralinen und Trüffel, Hohlfiguren sowie Aufstriche. Seit drei Jahren fertigen sie ihre Vollmilchschokolade aus ghanaischem Bio-Kakao, den sie direkt von der Kooperative „Suhum Cacao“ beziehen.

um sie dann beispielsweise an Hotels zu verkaufen. Zudem werde die Bean-to-Bar-Strecke in ein Kompetenzcenter integriert, um die Bauern zu schulen. Wissen und ein erstklassiger Rohstoff helfe, ihre Existenzgrundlage zu sichern.

Glover selbst kommt aus Ghana, ist dort verwurzelt. In der Schweiz hat er studiert, viele Jahre gearbeitet und eine Familie gegründet. Seine Vision ist, den Kakao des gesamten Suhum-Krabo-Coaltar-Districts, 60 Kilometer nordwestlich der Hauptstadt Accra gelegen, als Bio- und Fairtrade-Kakao auf den Markt zu bringen. Das Kakaoanbaugebiet, in dem seine Kooperative liegt, umfasst rund 400 Quadratkilometer mit etwa 6.000 Kleinbauern, welche auf einer Fläche von rund 6.500 Hektar Kakao erzeugen. Da Glover das „Ghana Cocoa Board“ von seinem Projekt überzeugen konnte, ist er autorisiert, den Kakao aus dem Suhum District direkt zu verkaufen. Aus den Kakaobohnen und Bio-Milchpulver, das die Molkerei Berchtesgadener Land liefert, fertigt Felchlin Bio-Vollmilchkuvertüre (47 Prozent Kakao) für Krönner. Sie und ihre Söhne Mike und Max gaben der Schokolade den Namen Bio Muhum – stellvertretend für Murnau und Suhum Cacao – und verarbeiten sie sowohl in ihren Pralinen als auch zu Tafelschokolade.

„Eine dicke Umärmelung“, „Für frische Gedanken“ oder „Wunsch-Schokolade (reinbeißen und loswünschen)“ steht auf den Verpackungen, die von der Künstlerin Sonja Wimmer in aktuell 29 unterschiedlichen Motiven liebevoll illustriert werden. Erhältlich sind die Motto-Schokoladen als 40-g-Tafel und als 80-g-Schokoladenpost, die man direkt verschicken kann. Letztere ist zur Marke geworden und unentbehrlich im Sortiment. Der Kunde kann Motiv und Schokoladenvariante – Bio-Suhum 65 % und Vollmilch (Bio Muhum 47 %) – wählen.

Tafelschokoladen mit illustrierten Motiven nun auch für den Fachhandel

Insbesondere diese Tafelschokoladen bietet Krönner nun dem Fachhandel an. Als Vertriebspartner steht ihr Christian Albrecht (bestsweets.de) zur Seite. Auf der Innenseite der Verpackung stellt sie das Projekt Suhum Cacao vor. Denn je mehr Verbraucher sie erreiche, umso mehr Bauern könne Glover in sein Projekt integrieren. „Wir müssen uns für die Branche öffnen“, ist sie überzeugt. Doch auch unmittelbare Hilfe ist gefragt. Im Frühsommer brachte Krönner Kinder-Gummistiefel nach Ghana – sie schützen vor Schlangenbissen und sind vor Ort kaum erhältlich. Längst ist sie kein Gast mehr, arbeitet dort, stellt Fragen und bringt sich ein.

Zusätzlich zu den Tafeln werden in der Chocolaterie Bruchschokoladen, Pralinen und Trüffel, Hohlfiguren sowie Aufstriche gefertigt. „Insgesamt verarbeiten wir 8 Tonnen Schokolade im Jahr. Felchlin ist unser Hauptlieferant, doch auch von Valrhona beziehen wir einige Sorten. Insbesondere deren Fruchtkuvertüren sind genial“, berichtet Michael „Mike“ Krönner. Nicht selten vereint er in den rund 60 Pralinenarten Kuvertüren verschiedener Hersteller zu etwas Neuem. Oberste Priorität habe der Geschmack. Auch bei den üppig bestreuten Bruchschokoladen spiegelt sich die Philosophie wider. Dicht gedrängt liegen dort zum Beispiel Piemonteser Haselnüsse, die Krönner ebenfalls direkt einkauft. Die Hohlfiguren gießen sie von Hand, 3.000 Hasen in zwei Wochen seien keine große Sache.

Die Formen für die Tafelschokoladen entwirft Max teilweise selbst, die Motive fräst er als Vorlage in Holz. So auch für die Degustationsbox, die die Krönners für ein „Classic Schokoladen Tasting“ entwickelt haben. „Die Online-Kurse waren ein großer Wurf. Firmen bestellten die Boxen mit individualisierter Banderole“, sagt die Chefin. Zudem ist sie im Gespräch mit Plant for the Planet. Sie hat die Vision, in Ghana Criollo-Kakaobäume zu pflanzen. Auch plant sie in den Räumen über der Chocolaterie ein Kakaomuseum, und neue Produktionsräume werden gebaut, denn die Kapazitäten in Konditorei und Manufaktur seien ausgereizt. Die nächste Reise nach Ghana ist auch geplant, sagt Krönner, setzt sich hin und sagt: „Jetzt ist mir ganz schnell vor lauter Projekten.“ ♦

Eine Bean-to-Bar-Anlage für mehr Wertschöpfung vor Ort in Ghana



Die Kakaobohnen werden in einem dreistufigen Kaskadenkastensystem fermentiert.



Vor neun Jahren gründeten Simran Bindra und Brian LoBue Kokoa Kamili in Tansania



Einzigartiger Kakao durch Raffinesse und Wissenschaft

Kokoa Kamili kauft von rund 2.000 Bauern im Kilombero-Tal frische Kakaobohnen und fermentiert nach strengen Kriterien. Bean-to-Bar-Manufakturen auf der ganzen Welt würdigen die hohe Qualität des ausgesprochen fruchtig schmeckenden Kakao.

Mbingu“, Swahili für Himmel, heißt der Ort, in dem Kokoa Kamili beheimatet ist – und tatsächlich sucht die überwältigende Schönheit der tansanischen Natur ihresgleichen. Naturschätze alleine reichen allerdings nicht. Präzision heißt auf Swahili „Kamili“, und so haben Brian LoBue und Simran Bindra ihr Unternehmen Kokoa Kamili genannt: „Wir wollten hochwertige Kakaobohnen zu angemessenen Preisen verkaufen. Jahrelang zählte die Quantität, nicht die Qualität des Kakao. Es war wichtig, den Bauern unsere Idee von perfekt fermentiertem Kakao zu erklären, insbesondere die älteren, angesehenen Farmer von unserer Vision zu überzeugen. Damit einher ging unser Versprechen an die Bauern, stets in ihrem Sinne zu handeln.“

Kokoa Kamili setzt sich für Transparenz bei der Preisgestaltung und für Präzision beim Einkauf der Kakaobohnen ein – und gibt dieses Versprechen an seine Kunden, die Schokoladenhersteller, weiter. „Wir arbeiten akribisch und produzieren so den hochwertigsten Kakao in Tansania“, sagen sie stolz. Die Kunden von Kokoa Kamili bezahlen für 10 Tonnen Kakaobohnen 50.000 US-Dollar FOB. „Von Anfang an zahlen wir die höchsten Preise für tansanischen Kakao“, betont Simran.

„Da die Bauern uns ihre frischen Bohnen verkaufen, bekommen sie sofort nach der Ernte das Geld, und wir kontrollieren die gesamte Fermentation. Indem wir über dem Marktpreis liegende Kakaopreise zahlen, fördern wir das Wachstum des tansanischen Kakaosektors. Das ist gut für die Bauern und gut für die Schokolade.“ Nur wenn der Verarbeiter bereit sei, für die Qualität und den damit verbundenen Mehraufwand zu zahlen, setzten die Bauern auf Klasse anstelle von Masse.

Bio-Audit mit Bravour bestanden

Da sie nie Geld für chemische Pflanzenschutz- und Düngemittel hatten, betreiben die Bauern in der Morogoro Region seit Generationen biologischen Landbau. „2015 haben wir unser erstes Bio-Audit mit Bravour bestanden. Seitdem werden wir jedes Jahr auditiert. Wir sind stolz darauf, dass NOP (USDA), EU und JAS zertifizierter Bio-Kakao aus dem Kilombero-Tal erhältlich ist“, sagt Simran. „Tansanischer Kakao hat das Potenzial, unter den besten der Welt zu rangieren. Genetik und Beschaffenheit des Bodens bieten optimale Voraussetzungen.“ In dem ostafrikanischen Land blickt der Kakao auf eine fast 150-jährige Geschichte zurück. In den 1880er-Jahren kamen die ersten Setzlinge

nach Tansania, es folgten weitere, die Varietäten mischten sich. Was nun DNA-Analysen zum Vorschein brachten, fasziniert die Firmengründer: „Unsere Bohnen sind überwiegend Trinitario, und sie tragen ein wenig Nacional in sich. Wer mehr darüber wissen möchte, kann uns gerne fragen, wir haben jede Menge Unterlagen.“

Von den 350.000 Kakaosetzlingen, die die beiden seit 2015 gezüchtet haben, haben sie etwa ein Drittel als Zeichen der Wertschätzung an ihre Bauern und an lokale Schulen und Waisenhäuser verschenkt. Der verbleibende Rest wurde unter dem Selbstkostenpreis verkauft, für etwa 0,05 Dollar pro Stück. „Wir haben die Setzlinge auf Empfehlung der Dorfvorsteher in Rechnung gestellt, da wir damit sicherstellen würden, dass die Bauern nur soviel abnehmen, wie sie Zeit und Ressourcen für die Pflege haben“, erklärt Simran. Der Kakao von Kokoa Kamili besticht mit warmen Kakaoaromen, Noten von Beeren, Pflaumen, Äpfeln, roten und exotischen Früchten sowie Rosinen. Bean-to-Bar-Manufakturen weltweit verarbeiten ihn zu einzigartigen Schokoladen. „Spontan fallen mir Omnom Chocolate, Georgia Ramon, Fjak Chocolate, Original Beans, Patrice Chapon, Pott au Chocolat und Svenska Kakaobladget ein. Doch es

gibt noch viele andere“, sagt Simran zufrieden. Arbeiten auf Augenhöhe wollten Brian und Simran, als sie ihre Managerjobs an den Nagel hängten. Ihr Ziel war, die Bauern für guten Kakao direkt und fair zu bezahlen. „So können sie zum Beispiel ihre Häuser in Stand halten und ihre Kinder zur Schule schicken“, sagt Brian. Er kam als ehrenamtlicher Mitarbeiter des Friedenscorps nach Tansania und kehrte nach dem Abschluss seiner Masterarbeit zurück, um in der Entwicklungshilfe in landwirtschaftlichen Projekten zu arbeiten. 2012 kam Simran nach Tansania: „Ich hatte einige Monate an einem NGO-Projekt über den Kakaosektor in Tansania gearbeitet“, erinnert er sich. „Als ich Brian kennenlernte und wir unsere Arbeit mit Kokoa Kamili aufnahmen, hatten wir das Glück, dass einige großartige Menschen ihr Wissen über Kakao mit uns teilten. Die beste Art zu lernen war jedoch durch Versuch und Irrtum! Wir steckten tagelang bis zu den Ellbogen in

Kakaofermentationen, um unsere eigenen Protokolle zu erstellen.“

Heute fermentiert Kokoa Kamili den Kakao über sechs Tage in lokal konstruierten, mit Bananenblättern und Reisäcken ausgekleideten Kisten in einem dreistufigen Kaskadenkastensystem. Die Temperatur wird beständig überwacht, um einen gleichmäßigen, qualitativ hochwertigen Prozess sicherzustellen. Jede Tagespartie wird ausgewertet, nur Bohnen, die den hohen Standards entsprechen, gehen in den Export. Nach der Fermentation werden die Bohnen auf speziell angefertigten Tischen etwa fünf bis sieben Tage gleichmäßig in der Sonne getrocknet und von Hand sortiert. „Die meisten unserer Kunden sind High-End-Schokoladenhersteller und geben viel Zeit, Mühe und Geld für die Rezeptentwicklung aus. Wir wissen um den Wert der Konsistenz innerhalb einer Lieferung, der erste Sack in einem Container ist genau der gleiche wie der letzte. Bei Kokoa Kamili sind wir stolz

Kakao aus Tansania hat das Potenzial, unter den **besten der Welt** zu rangieren

auf das hohe Maß an Raffinesse und Wissenschaft in unserem Betrieb; wir sammeln unzählige Daten über jede Fermentation.“

Anfangs haben die beiden ihre Kakaobohnen in einer verlassenen Diskothek fermentiert. Gewohnt haben sie im Gästehaus der Mbingu Sisters, einem Kloster mit Schule und Waisenhaus, das Kakao anbaut. Als einer der größten Kakaobauern der Region beliefert es Kokoa Kamili quasi von der ersten Stunde an. Etwa 4.500 Kakaobauern sind bei Kokoa Kamili, registriert, von 2.500 kauft das Unternehmen jedes Jahr Kakao. Wenn es nach Simran und Brian geht, können es noch mehr werden, das wäre für sie der Himmel auf Erden. ♦

www.kokoakamili.com

Anzeige



NOALYA[®]
CIOCCOLATO COLTIVATO[®]

Feinste Füllungen - Nusspasten - Pralines

**EINE UNWIDERSTEHLICHE
ERFAHRUNG FÜR
SCHOKOLADEN-LIEBHABER**

www.noalya.com

Vertrieb in D/A/CH: DILLICIOUS
info@dillicious.eu / www.dillicious.eu / Tel: +49 (0) 228 - 92960166
Burbacher Straße 79 - 53129 Bonn



Bedürfnisse der Kunden erkennen und in Schokolade umsetzen

Als Sales Director Gourmet & Spezialitäten hat Nikolaus Kult die Manufakturen kennengelernt, seit Ende 2020 ist er einer der drei Geschäftsführer von Barry Callebaut Deutschland. Er sieht viele Vorteile in einer Symbiose von Industrie und Handwerk.

Herr Kult, Sie führen zusammen mit Wim Debedts und Darko Suman die Geschäfte der Barry Callebaut Deutschland GmbH. Wirkt sich Ihre Expertise im Gourmetbereich auf Ihre Entscheidungen aus?

Nikolaus Kult: Für mich hat sich im Wesentlichen nicht viel geändert. Wir bei Barry Callebaut halten nach wie vor an der Divisionsstrategie fest, was bedeutet, dass ich zusätzlich zu meiner Funktion als Geschäftsführer die Region Central Europe (Deutschland, Österreich, Ungarn, Slowakei, Tschechien) verantworten darf. Aber natürlich denkt jeder, dass seine Division die wichtigste ist, sodass der Gourmetbereich durchaus eine Herzensangelegenheit für mich ist.

Barry Callebaut beliefert als weltgrößter Schokoladenproduzent die Big Player am Markt. Welchen Stellenwert haben in Ihrem Unternehmen die kleineren Confisereien und Chocolatiers?

Barry Callebaut ist global aufgestellt. Wir wollen Herz und Motor der Schokobranche sein, um diese voranzubringen. Global ausgerichtete, langfristige Strategien spielen eine wesentliche Rolle, dabei geht es um Wachstum, Innovationen, aber auch Kostenführerschaft. Betrachtet man nur die Menge, ist natürlich die Industrie weit vorne. Auch spielt sie eine große Rolle, um die Produktion auszulasten. Hinsichtlich der Wertschöpfung macht jedoch Gourmet einen nicht unwesentlichen Anteil aus. Nicht zuletzt ermöglicht uns die Industrie-Division den Gourmetbereich kostenbewusst darzustellen. Die Symbiose macht es erfolgreich. Sie funktioniert über die Jahre immer besser, die einzelnen Divisionen entwickeln immer mehr Verständnis füreinander. Auch deshalb sind wir mehr und mehr happy über die Kooperation mit dem CdC.

Sie richten mit Cacao Barry die World Chocolate Masters aus. Ist die Arbeit mit den kreativen Chocolatiers Inspiration für die Chocolate Academy?

Aus Gourmet-Sicht ist die Chocolate Academy essenziell. Neben der Unterstützung unserer Kunden bei Anwendungen und dem gemeinsamen Erarbeiten von Produktkonzepten, leistet sie einen wichtigen Beitrag, um das Thema Schokolade emotional zu transportieren. Wir vergessen bei all der Businesshaftigkeit gerne, dass Schokolade Emotionen anspricht. Industrie und Manufaktur haben eine große Gemeinsamkeit: Beide müssen die Bedürfnisse des Konsumenten erkennen und darauf antworten. Aus diesem Grund arbeitet Barry Callebaut auch mit großen Marktforschungsunternehmen zusammen, die Trends aufspüren und in Schokolade umsetzen.

Fungieren die World Chocolate Masters als Botschafter für Barry Callebaut?

Die WCM sind ein nicht unerheblicher Aufwand, auch finanzieller Natur. Ich würde dies mit dem olympischen Wettbewerb vergleichen, sodass wir stolz darauf sind, sie auszurichten. Die WCM sind eine einzigartige Möglichkeit, die Weltspitze der Schokoladenhandwerker zusammenzubringen. Es ist unglaublich, was da geleistet wird – handwerklich, künstlerisch und auch technisch. Auch die Leidenschaft der Chocolatiers ist faszinierend, sie bereiten sich monatelang vor.

Viele Manufakturen achten verstärkt auf die Herkunft des Kakaos. Mit welchen Produkten erfüllen Sie deren Wünsche? Welche Herausforderungen gibt es?

Das Thema Nachhaltigkeit beschäftigt Barry Callebaut schon lange. Bereits 2015 ist die Cocoa Horizons Stiftung an

den Start gegangen. Insbesondere in Ghana, Elfenbeinküste, Ecuador, Indonesien und Kamerun verfolgt sie das Ziel, die Lebensgrundlagen der Kakaobauern zu verbessern und nachhaltige Landwirtschaft einhergehend mit einer verbesserten Produktivität zu fördern sowie die Natur und Kinder zu schützen. Andreas Jacobs hat damals schon gesagt: „Das ist das Feld, um das wir uns als weltgrößter Schokoladenproduzent kümmern müssen.“ Damit war er der Zeit voraus. Heute fragen unsere Kunden verstärkt danach. Zusätzlich gibt es die Forever-Chocolate-Initiative, die Nachhaltigkeitsstrategie bei Barry Callebaut, nach der wir bis 2025 CO₂-positiv sein werden. Es passiert jede Menge. Eine große Herausforderung ist die Rückverfolgbarkeit unseres Kakaos, weil wir ihn von vielen verschiedenen Plantagen beziehen. Wir müssen sicherstellen, dass die Kooperative 1:1 der Schokolade zurechenbar ist. Aktuell können wir das für alle Produkte der Marke Callebaut gewährleisten.

Sie bedienen auch den B2C-Markt. Rückt er in Ihren Fokus? Wo sehen Sie Trends?

Bei uns gibt es keine strategische Wende, ein paar Kunden unterstützen uns im B2C-Markt. Aktuell beschäftigen wir uns extrem mit dem Thema Vegan. Auch die Themen zuckerfrei und dairy free sind in der Mitte des Außer-Haus-Konsums angekommen. Es geht um den Umweltschutz und Nachhaltigkeit und damit auch um gesunde Ernährung, also weit über den Aspekt Tierwohl hinaus. Ich glaube, dass immer mehr Verbraucher offen für diese Themen sind, probieren und dann feststellen: „Wow, das Produkt ist sogar vegan.“ Sie sehen das als zusätzlichen Benefit. Im Herbst starten wir mit einer milchfreien Linie, die wir unter der Marke Callebaut NXT anbieten. barry-callebaut.com



500 Kinder von Cacao-Trace-Bauern bekamen Stipendien für ihre Ausbildung (links)

Eine von vier solarbetriebenen 5.000-l-Wasserpumpen in der Elfenbeinküste mit denen nur 2.000 Menschen versorgt werden

Eine nachhaltige Zukunft schaffen

Puratos richtet mit Cacao-Trace, seinem nachhaltigen Kakaobeschaffungsprogramm, den Fokus auf erstklassigen Geschmack und mehr Wertschöpfung für alle Beteiligten.

Neun Jahre ist es her, dass Puratos sein Cacao-Trace-Programm in Vietnam gestartet hat, seit 2017 gibt es Cacao-Trace in der Elfenbeinküste. „Zusammen mit unseren Kunden und deren Kunden, den Verbrauchern, belohnen wir unsere Cacao-Trace-Bauern mit einem Nachhaltigkeitszuschlag für die erstklassige Qualität der Kakaobohnen“, erklärt Sylvestre Awono, Cocoa Group Manager bei Puratos. Das Programm garantiert einen Premiumpreis und einen Bonus pro verkauftem Kilogramm Schokolade. Dies bedeutet für die Bauern in einigen Ländern ein zusätzliches Einkommen von drei bis vier Monatsgehältern.

Bau von Brunnenanlagen, Schulen, und Geburtenstationen

Aktuell erreicht der Schokoladenbonus mehr als 8.867 Farmer. 2020 wurden damit zahlreiche Projekte in der Elfenbeinküste realisiert: u. a. eine Mensa und Lehrmaterial für die Grundschule in Grand-Gréléon; drei Klassenzimmer, ein Büro, eine Bücherei, Lehrmaterial und acht Toiletten mit Klärgrube in der Schule von Zegreboué; Lehrmaterial für die Schulen von Abdoulayekro und Colonel sowie eine Geburtenstation in Gobroko. 500 Kinder von Cacao-Trace-Farmern bekamen Stipendien und vier große Wasserpumpen wurden dort gebaut. Auch in Daklak (Vietnam) gibt es einen neuen Schulraum. In Papua Neuguinea haben durch den Bau von 23 Brunnenanlagen 6.000 Menschen sauberes Wasser.

„Mit dieser Strategie schaffen wir eine wahrhaft nachhaltige Zukunft. Die traditionelle Arbeitsweise in der Schokoladenindustrie lässt hinsichtlich Nachhaltigkeit zu wünschen übrig. Für Kakao wird viel zu wenig gezahlt“, betont Awono. Dies zwingt manche Bauern dazu, den Kakaoanbau aufzugeben oder gar ganz mit der Landwirtschaft aufzuhören. „In den vergangenen Jahren lag der Fokus auf der

Erhöhung des Ertrags, was allerdings immer niedrigere Preise bedeutete“ sagt er.

Cacao-Trace fokussiert sich indes auf die Verbesserung des Kakaogeschmacks. Puratos schult die Bauern und unterstützt sie dabei, Kakaobohnen von höchster Qualität zu liefern. Ausgezeichnetes Fermentationsfachwissen in Kombination mit einem internationalen Netzwerk an Nacherntezentren sind Grundlage für die Produktion einer erstklassig schmeckenden Schokolade. Puratos ist überzeugt davon, dass die Qualitätsprämie und der Schokoladenbonus der Schlüssel sind, um die Probleme der Kakaokette effektiv anzugehen. Beide werden zusätzlich zum Ab-Hof-Preis gezahlt.

Die Qualitätsprämie bekommen die Bauern direkt nach der Anlieferung der nassen Kakaobohnen im Post-Harvest-Center, die Schokoladenprämie wird nach dem Verkauf der Schokolade gezahlt – bar oder im Rahmen von Gemeindeentwicklungsprojekten zur Verbesserung der Infrastruktur. „Mit dem Schokoladenbonus sammeln wir für jedes verkaufte Kilogramm Cacao-Trace-Schokolade 10 Cent und schicken sie zu 100 Prozent an die Kakaobauern zurück“, so Awono. www.puratos.com

Anzeige

Schokoladen Verpackungsmaschinen

BTB25 | 25 bars/min



Wie können Sie Ihre Verpackungsmaschinen für Schokoladenprodukte und Bonbons optimieren und gleichzeitig mehr Nutzen aus Ihren Marketingbemühungen ziehen? Wir können nicht nur den Verpackungsprozess, sondern auch die Verpackung selbst optimieren. 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.

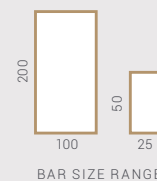
Niederlande | +31 (0)40 208 66 66 | www.lareka.nl

VERPACKUNGSLÖSUNGEN FÜR SCHOKOLADE

LAREKA

OPTIMIZE YOUR PACKAGING

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





Edle Jahrgangsschokoladen aus Chuncho-Kakao

Regenwaldschutz und Armutsbekämpfung mithilfe von Kakao. Perú Puro zeigt, wie Hilfe zur Selbsthilfe geht.

Nachhaltigkeit, direkter und fairer Handel sowie Regenwaldschutz – auf diesen Grundpfeilern steht Perú Puro. APECMU heißt die Kooperative im peruanischen Urubambatal, deren Gründung Dr. Frauke Fischer und Dr. Arno Wielgoss vorangetrieben und unterstützt haben. „Aktuell bilden 45 Bauern die Kooperative, anfallende Jobs wie das Abholen der frischen Bohnen bei den Bauern, das Fermentieren, das Trocknen und die Verwaltung teilen sie auf ihre Familien auf“, erklärt Wielgoss.

Die Bohnen kauft Perú Puro bei der Kooperative für einen Ab-Hof-Preis von 4.700 US-Dollar pro Tonne. Die Bauern erhalten das gesamte Geld und investieren einen Teil davon gemeinsam in notwendige Anschaffungen. „Perú Puro kümmert sich um den Transport, stellt die Säcke für die Kakaobohnen etc.“, so Geschäftsführer Wielgoss. Das Unternehmen gehört zu den wenigen, die ihre Kakaobohnen direkt ohne Zwischenhändler kaufen und selber exportieren. „Die Idee ist, dass sich die Kooperative Stück für Stück komplett alleine finanziert. Sie soll sich tragen, dahin muss der Weg gehen“, beschreibt er das gemeinsame Ziel. Aktuell unterstützt noch der von ihm ge-

gründete Verein „Frederic – Hilfe für Peru“ die Arbeit der Kooperative. Größere Anschaffungen oder die Biozertifizierung des Kakao hat der Verein übernommen. Das eigentliche Ziel des Vereins ist jedoch der Aufbau des Agroforstsystems im Urubambatal, die Förderung von Schulen, Frauenprojekten, Erwachsenenbildung sowie der Einsatz regenerativer Energien.

Gefertigt werden die Tafelschokoladen vom Schweizer Premiumhersteller Felchlin. Alle anderen Produkte stellt Perú Puro in Kooperation mit dem peruanischen Schokoladenhersteller Candela in Lima her, sodass möglichst viel Wertschöpfung im Land bleibt. Die Produktpalette reicht von gerösteten Kakaobohnen über Kakaonibs und Kakaoschalentee bis zu Kakao-butter und purer -masse, aus der sich eine vollmundige Trinkschokolade anrühren lässt. „Grundsätzlich verarbeiten wir in den Tafelschokoladen Kakaomasse aus unseren Chuncho-Bohnen“, sagt Wielgoss. Schokolade und Verpackung werden in einer Lebenshilfwerkstatt nahe des Firmensitzes zusammengeführt.

Edle Verpackungen unterstreichen die Wertigkeit

Im November 2020 hat Perú Puro die Tafelschokoladen, das Aushängeschild des Portfolios, in neuen, edlen Verpackungen, die von Gmund Papier gefertigt werden, lanciert. „Die Verpackung spiegelt sowohl die Wertigkeit als auch die Herkunft unserer Regenwald-Schokolade wider“, so Wielgoss. In den geprägten Etais befinden sich jeweils Flyer mit der Illustration eines im peruanischen Regenwald lebenden Tieres. Die Zeichnungen stammen aus der Feder eines in Cusco ansässigen Künstlers. Sie sind durch eine Stanzung in den Etais sichtbar. Die Tiere stehen als Paten für den Regenwald, den Perú Puro durch den Anbau im Agroforst-



Dr. Frauke Fischer und Dr. Arno Wielgoss, die Gründer von Perú Puro

system schützt: Auf der Chuncho Gold 52 % ist der blaue Morphofalter abgebildet, auf der 70prozentigen ein roter Ara, und die 85prozentige ziert ein Jaguar.

„Wir sind hochzufrieden, was die Verkäufe unserer Jahrgangsschokolade 2020 angeht“, freut sich Wielgoss. „Wir hatten von jeder Sorte knapp 15.000 Tafeln fertigen lassen und mussten nachproduzieren.“ Doch das Kontingent an Kakaobohnen ist limitiert, wenn die vereinbarten Abnahmemengen verarbeitet sind, bleibt dem Kunden nur noch die Möglichkeit vorzubestellen – und auf den nächsten Jahrgang zu warten. „Wir haben ein begrenztes Gut, wenn es weg ist, ist es weg. Die neue Ernte gibt's im nächsten Jahr, unsere Kunden akzeptieren das. Wir hatten etwa 300 Vorbestellungen für den Jahrgang 2020, die im Voraus bezahlt wurden. Für uns ist das von großer Bedeutung, da wir den Kakaobauern ihre Ernten vorfinanzieren“, erklärt Wielgoss. Etwa 6 bis 8 Tonnen reiner Chuncho-Kakao werden jährlich geerntet. „Vor drei Jahren haben wir 25 Hektar Chuncho aufgeforstet und rechnen damit, dass wir 2023 20 Tonnen Kakaobohnen mehr haben.“

Das Konzept der Jahrgangsschokoladen lädt zum Degustieren ein. Wielgoss erklärt: „Schokolade reift wie ein Wein, jeder Jahrgang schmeckt anders. Auch der Erntezeitpunkt beeinflusst den Geschmack. In diesem Jahr waren Blüte und somit auch Haupterntepeak zwei Monate früher als gewöhnlich. Wir sind gespannt, wie sich das auf das Aroma ausgewirkt hat.“

www.perupuro.de



GMUND PAPIER

Ressourcen schonen, ökologisch verpacken

Seit fast zwei Jahrhunderten, seit 1829, steht Gmund Papier für Papierkultur und einzigartige Naturpapiere. Am Entwicklungs- und Produktionsstandort in Gmund am Tegernsee wird eine nachhaltige Herstellung seit jeher großgeschrieben. So wurde der Wasserverbrauch bei der Papierherstellung in den vergangenen Jahrzehnten durch eine Ozonreinigungsanlage um 70 Prozent gesenkt und mithilfe von Wasserkraft, Sonnenenergie und Kraft-Wärme-Kopplung stammen bis zu 75 Prozent der Energie aus eigener Produktion.

Die neuesten Kollektionen Gmund Bio Cycle und Gmund Used untermauern dieses Bestreben einmal mehr. Die Papierexperten vom Tegernsee hatten bei den Entwicklungen das oberste Ziel, natürliche Ressourcen zu schonen und umweltbewusst zu handeln. Bei Gmund Bio Cycle werden bis zu 50 Prozent des Rohstoffs Holz durch schnell wachsende Fasern ersetzt sowie durch Frischfaserzellstoff, der im Hause Gmund immer FSC® zertifiziert ist, ergänzt. Gmund Used wird aus 100 Prozent Altpapier hergestellt.

Wer Gmund Bio Cycle Papier verwendet, bekommt einen echten Mehrwert an Design, Haptik, Story und Glaubwürdigkeit. Die Kollektion ist ideal für Unternehmen, die ihre grüne Firmenphilosophie per Verpackung, Broschüren oder Printkommunikation ausdrücken möchten. Neben Optik und Haptik zählt für die Kunden auch das gute Gefühl, bei der Papierauswahl auf die eigene Ökobilanz geachtet zu haben. Die Sorte „Chlorophyll – Blattgrün“ besteht zur Hälfte aus Grünschnitt von oberbayerischen Wiesen, bei „Wheat – Stroh“ ersetzen bis zu 50 Prozent Strohstoff aus Weizenstroh



den klassischen Holzrohstoff. Hochwertiger Hanfzellstoff aus europäischem Anbau kommt bei „Cannabis – Hanf“ zum Einsatz und bei „Rag – Baumwolle“ wird Baumwolle verarbeitet, die in der Modeindustrie ein Abfallprodukt ist.

Gmund Used besteht zu 80 Prozent aus im Deinking-Verfahren gebleichten, hochwertigen Recyclingzellstoff (DIP), der FSC®-zertifiziert ist und zu 20 Prozent aus in Gmund anfallendem Verpackungsmaterial, das sortenrein gesammelt wird. Gmund Used steht somit für optimale Qualität bei maximaler Faserverwertung – ein perfekter Kreislauf, der aus bereits verwendetem Papier ein hochwertiges Gmund Designpapier entstehen lässt. Die Kollektion überzeugt mit neuartigen, starken Farben. Durch die hohe Festigkeit eignet sie sich besonders gut für Verpackungsprojekte. Das Gmund Eco Zertifikats-Logo garantiert zudem, dass ressourcenschonend produziert wird. Zudem ist Gmund Papier der ideale Partner für die Produktion von maßgeschneiderten Verpackungen. Die „Retail-Service Division“ managt alle Details von der Idee bis zur fertigen Verpackung: Der perfekte Service aus einer Hand. ♦

www.gmund.com



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.



Claudia Brück, Vorständin bei TransFair und Jakob Hömberg, Key Account Manager Kakao/Zucker/Süßwaren im Interview mit der Confiserie-Welt

NACHGEFRAGT



Fairtrade ist keine Insel

90 Prozent der Verbraucher in Deutschland kennen das Fairtrade-Siegel. Doch was macht TransFair genau? Wir haben beim Vorstand und dem Kakaospezialisten nachgefragt.

Frau Brück, TransFair vertritt Fairtrade in Deutschland. Welchen Einfluss hat der Verein auf Entscheidungen von Fairtrade?

Claudia Brück: Die Erstellung von Programmen und Standards gestalten wir mit. Die Standards werden regelmäßig überprüft und überarbeitet, 2019 wurde eine Erhöhung des Kakao-Mindestpreises beschlossen. Damit einher ging ein Commitment der Schokoladenindustrie, die Bemühungen im Kakaosektor zu erhöhen. **Jakob Hömberg:** Wir arbeiten eng mit den Kollegen im Ursprung zusammen. Bei einer Preiserhöhung müssen die Kooperativen belegen, dass die Kosten gestiegen sind. Vor der Erhöhung 2019 wurde der Preis etwa acht Jahre nicht erhöht.

Was bringt es einem Bauern, seinen Kakao über Fairtrade zu verkaufen?

Claudia Brück: Jede Kooperative wird zugeschnitten auf die Anforderungen vor Ort geschult. Mit unserer Hilfe bietet die Kooperative Beratungen an, stellt gemeinschaftlich genutzte Geräte sowie Düngemittel zur Verfügung, ermöglicht den Bauern den Zugang zum Markt und sorgt dafür, dass ihr Kakao zum Hafen kommt. Sie ist sozusagen das Gerüst. Der Bauer erfasst zum Beispiel mit Hilfe von Fairtrade die Größe seines Feldes sowie Anzahl und Alter seiner Bäume. Erst dann geht es um den Kakao an sich. Auch Kinderschutzprogramme und Frauenförderung sind Teil unserer Arbeit.

Viele Bauern können noch nicht einmal die Hälfte ihrer Ernte zu Fairtrade-Bedingungen verkaufen. Warum?

Jakob Hömberg: Eine zertifizierte Kooperative muss zu 100 Prozent nach Fairtrade-Standards anbauen. Oft reicht je-

doch die Nachfrage nicht aus, um die gesamte Ernte aufzukaufen. Fairtrade ist keine Insel, die Kooperativen müssen sich in beiden „Welten“ bewegen können. Der Erfolg von Fairtrade lockt neue Kooperativen an, sodass wir aktuell nur diejenigen zertifizieren, die bereits bestehende Verträge aufweisen können.

Seit Einführung des Fairtrade-Kakao-programms stieg der Kakaoabsatz von 7.600 Tonnen (2014) auf 75.000 Tonnen 2019. Sehen Sie das Rohstoffmodell als Erfolg an, auch wenn dadurch Produkte das Fairtrade-Siegel tragen, die nicht „rundum fair“ sind?

Claudia Brück: Ein Fairtrade-Standard enthält 120 Kriterien, ich finde, es ist deutlich kommuniziert, wenn nur der Kakao in einem Produkt nach Fairtrade-Standards gehandelt wurde: Es steht „cocoa“ auf dem Siegel, und zudem unterscheidet es sich farblich vom klassischen Produktsiegel. Oft haben wir von Seiten der Schokoladenindustrie gehört: „Wir haben langjährige Verträge mit Zuckerrübenbauern, warum sollten wir Rohrzucker importieren?“ Das Rohstoffmodell für Kakao ermöglicht, Produkte mit regionalem Zucker und Fairtrade-Kakao aus dem globalen Süden herzustellen. Auch das ist richtig, gerade in Hinblick auf die Klimadebatte.

Wie begegnet Fairtrade ausbeuterischer Kinderarbeit im Kakaosektor?

Claudia Brück: Wir setzen auf ein zweistufiges Modell. Zum einen gibt es Auditoren, die unangekündigt in die Kooperativen gehen. Zusätzlich müssen Gemeinden, die stärker von Kinderarbeit betroffen sind, jemanden schulen, der darauf achtet. Wichtig ist, ein Bewusstsein bei den Bau-

ern zu schaffen. Zudem läuft ein Projekt, bei dem Kinder und Jugendliche befragt werden, wo und in welchen Situationen sie sich unwohl fühlen. Es ist wichtig, solche Themen anzusprechen, um gemeinsam Lösungen zu finden. Allerdings wird man Kinderarbeit nicht bewältigen können, ohne dass die Einkommen der Eltern steigen.

Wie bewerten Sie das Lieferkettengesetz?

Claudia Brück: Wir begrüßen das Gesetz, denken, dass es uns in die Hände spielen wird. Unsere Partner müssen bereits jetzt ihre Rohstoffquellen offenlegen. Wäre dies allgemein verpflichtend, hätten wir ein Level Playing Field bei dem niemand unter dem Radar agieren kann. Wir sehen aber auch Nachholbedarf: etwa beim Thema existenzsichernde Einkommen und Löhne.

Corona hat die Kakaoanbauländer hart getroffen. Wie hat Fairtrade geholfen?

Claudia Brück: Die Prämie, die eigentlich für Gemeinschaftsprojekte gedacht ist, darf in der Pandemie als Ausgleich für Einkommenseinbrüche ausgezahlt werden. 2020 wurden durch Fairtrade-Verkäufe in den deutschen Markt 38 Mio. Euro an Prämien erwirtschaftet. Auch in Mundschutz, Desinfektionsmittel, Aufklärungskampagnen und Trainings haben wir investiert.

Verschaffen Sie sich Eindrücke vor Ort?

Jakob Hömberg: Diese Arbeit leisten regionale Kräfte. Wir fahren ebenfalls in den Ursprung, vor allem um zu verstehen. Wer acht Stunden auf einer unbefestigten Straße zur Kooperative gefahren ist, für den hat das Thema Marktzugang eine andere Bedeutung. ♦

www.fairtrade-deutschland.de

SCHWERPUNKT

Zehn Prinzipien zum Standard machen

Der „Sourced as Original Beans“-Standard formuliert Richtlinien für die besten Craft Cacaos – mit hohen Ansprüchen an Qualität, Nachhaltigkeit und Regenwaldschutz.



Gemäß dem Motto „Taste the rare and preserve it“ spürt das Team von Original Beans in entlegenen Wäldern seltene Kakao-Bohnen auf. „Meine Familie hatte bereits vor 220 Jahren die Vision, dass ihre Nachkommen die Welt genauso erkunden und erleben können wie sie“, sagt Philipp Kauffmann, der Gründer von Original Beans. „Aus diesem Grund haben wir den ‚Sourced As Original Beans‘-Standard ins Leben gerufen.“ Er dient dazu, die Arbeit von Original Beans am Ursprung zu lenken, wirkt sich positiv auf den Erhalt gefährdeter Wälder, die Artenvielfalt sowie den CO₂-Ausstoß aus und unterstützt dörfliche und indigene Farmgemeinschaften. „Der Standard basiert auf zehn Prinzipien, die aufeinander aufbauen und ein ganzheitliches System bilden. Jedes Prinzip bekommt seinen Wert durch messbare Richtlinien und Anforderungen – und deren Kontrolle.“

Die zehn Prinzipien des Standards

- 1. Rare Cacaos** Mithilfe der Standards die ererbte seltene Vielfalt der Kakaosorten bewahren und fördern. Denn heimische und traditionelle Kakaosorten verschwinden durch die Verbreitung von industriellen Kakaohybriden.
- 2. Fair+** In den vergangenen 40 Jahren ist der Kakao-Weltmarktpreis tendenziell gesunken. Nach dem Standard gesourcte Cacaos werden in direktem Handel zu höheren Farmgate-Preisen verkauft – basierend auf gegenseitigem Vertrauen.
- 3. Award Winning** Preisgekrönte Exzellenz ist ein anderes Wort für Nachhal-

tigkeit. Die Cacaos von Original Beans streben nach Exzellenz im Craft-Cacao-Sektor.

4. Pure Mit mehr Respekt und Know-how für die Natur des Kakaoanbaus konzentrieren sich Anbau und Verarbeitung auf die reine Single-Origin-Bohne.

5. Preserve Den Erhalt der Regenwälder und die Artenvielfalt fördern: Die Kakaoindustrie hat durch den engen Bezug zu den Regenwäldern eine einzigartige Chance, diese zu schützen.

6. Climate+ Den Klimaschutz fördern und praktizieren.

7. Compostible Der ökologische Fußabdruck benennt die Umweltkosten des Konsums. Sourced As Original Beans Cacaos messen und minimieren ihn wo möglich.

8. Measurable Die Herkunft der Craft Cacaos veröffentlichen und ihre Wirkung messen. Transparenz und Rückverfolgbarkeit sind die Grundpfeiler dieser Cacaos.

9. Certified Sourced As Original Beans Cacaos praktizieren und fördern eine unabhängige Zertifizierung

10. Better together Verpflichtung zur ständigen Verbesserung und zum Austausch von Erfahrungen, um das Beste aus Craft Cacao herauszuholen. „Wir hoffen, dass sich unser ‚Sourced As Original Beans‘-Standard“ mehr und mehr in der Welt des Kakao ausbreitet. Da sich immer mehr Kakaoanbauer, -händler und -verarbeiter mit den Themen Qualität, Handel und Ursprung auseinandersetzen, möchten wir unsere über die Jahre gesammelten Erfahrungen und Richtlinien mit ihnen teilen“, so Kauffmann. ♦ originalbeans.com

Anzeige

ALLE REDEN VON NACHHALTIGKEIT. WIR LEBEN SIE!

Fördern Sie mit uns die **WERTSCHÖPFUNG AM URSPRUNG!**

Wir sorgen für **TRANSPARENZ**, damit Sie Ihren Kunden erklären können, woher die Zutaten kommen

Wir beschaffen **BESTE QUALITÄTEN**, die auch im Ursprung fair bezahlt werden

Wir lehnen Erzeugnisse aus Monokulturen ab und setzen auf Anbaumethoden, welche die **UMWELT UND RESOURCEN SCHONEN**

Damit aus Edelkakao Schokoladen werden, die den Namen auch verdienen **ECHE GENUSSMITTEL**

Wir arbeiten an unserer Vision für die an der Wertschöpfung Beteiligten: **ALLE SIND GEWINNER!**

UNS VERTRAUEN DIESE MARKEN:



Burbacher Straße 79 · 53129 Bonn
Telefon: 0228 - 92 96 01 66
info@dillicious.eu · www.dillicious.eu



Die Macht liegt beim Konsumenten

Der Dezember ist der Feiertagsmonat, eine Zeit, in der viel Schokolade gekauft und gegessen wird. Am 2. Dezember 2020 wurde das neue Kakao-Barometer vorgestellt, und es zeigt, dass sich seit 20 Jahren nichts verbessert hat.

Gastbeitrag von Norbert Mergen, Gründer und „Evangelist“ von ClearChox

Die Großindustrie bringt keine Veränderung. So viel ist jetzt klar. Viele Verbraucher denken, wenn auf einer Tafel Schokolade Fairtrade, Fairglobe oder was auch immer steht, ist das in Ordnung. Das ist es, was die Marken ihnen vorgeben wollen, doch das ist nicht der Fall.

„Nach 20 Jahren der Rhetorik sind die Herausforderungen vor Ort so groß wie eh und je. Armut ist für fast alle westafrikanischen Kakaobauernfamilien immer noch tägliche Realität, Kinderarbeit ist nach wie vor weit verbreitet, und immer noch werden uralte Wälder gerodet, um Platz für den Kakaoanbau zu schaffen.“ So steht es in der Einleitung des Kakao-Barometers 2020. Wenn es um Schokoladen-Großproduktion, Nachhaltigkeit und faires Einkommen geht, reden wir eigentlich über West-Afrika.

„Das Geschäftsmodell von Massenkakao ist Armut. Weil der Massenanbau von Kakao so schlecht bezahlt wird, ist er nur für die Allerärmsten attraktiv. Der möglichst billige Einkauf von Massenkakao führt zu einem Preisdruck auf die Kleinbauern – die keinen Einfluss auf die Preise haben und meist nicht organisiert sind. Währenddessen verdienen multinationale Schokoladenhersteller, Kakao-Verarbeiter, Händler und Einzelhändler an der Spitze der Pyramide jedes Jahr Milliarden von Dollar, um das Bedürfnis der Konsumenten nach einem Komfortprodukt zu befriedigen.“ Viele Schokoladenfirmen haben kein Problem damit, ihre Ideale zu propagieren. Viele gründen ihre Wohltätigkeits-Stiftung, mit eigenem Vorstand. Aber wenn es darauf ankommt, sind es nur schöne Worte und ein Schleier über der Realität.

Nachhaltigkeit ist ein Begriff, der so oft verwendet wird, dass er einer Erosion unterliegt. Wenn wir über nachhaltigen Kakao sprechen, kommen drei Aspekte

ins Spiel: Menschenrechte, Umwelt und Einkommen – genug, um davon zu leben: living income. Die afrikanischen Kakaobauern gehören zu den Ärmsten der Armen, die nur an einen Aufkäufer verkaufen können. Sie haben keine Rechte, geschweige denn die Arbeiter. Es gibt 1,5 Millionen Kinderarbeiter – manche nennen sie Kindersklaven. Kinderarbeiter sind keine Kinder, die aushelfen, so wie wir Kinder haben, die auf einem Bauernhof aushelfen. Nein, die Kinderarbeiter im Kakao verrichten oft gefährliche Arbeit und sind Pestiziden schutzlos ausgeliefert. Sie erhalten keine Ausbildung und schlechtes Essen.

Kontinuierliche Abholzung und Entwaldung haben zu einem großen Verlust an Biodiversität und natürlichem Lebens-

Drei essenzielle Aspekte: Menschenrechte, Umwelt und Einkommen

raum geführt. Der natürliche Waldbestand in Ghana und der Elfenbeinküste ist in den letzten dreißig Jahren um 70 Prozent zurückgegangen. Dies hat erhebliche Konsequenzen. Kunstdünger wird häufig und unsachgemäß verwendet, genau wie Pestizide. Die Neonicotinoide, die wir in Europa so entsetzlich finden, werden in Hülle und Fülle eingesetzt.

Das Living income ist der Startpunkt, nicht das Ziel. Die Vereinten Nationen haben den „Human Development Index“, in den Lebenserwartung, Bildung und Einkommen einfließen: 1 ist das Maximum. Deutschland hat 0,947, Elfenbeinküste 0,538, Liberia 0,48. Der Kakaopreis, der in den 1970er-Jahren einen Aufschwung erlebte, ist seitdem nur noch rückläufig. Um 1950 waren es 4 USD/kg, jetzt sind es etwa

2 USD/kg – und der Wert des Dollars beträgt heute nur 9 Prozent gemessen an 1950 ... Das lebensnotwendige Einkommen liegt bei knapp 5000 US-Dollar pro Jahr und Haushalt. In Ghana liegen 90,6 Prozent der Bevölkerung unter diesem Niveau, mit einem Schwerpunkt von etwa 2000 US-Dollar pro Haushalt und Jahr. Für einen durchschnittlichen Kakaobauern sollte der „farm gate price“ (Ab-Hof-Preis) dann 3,116 USD/kg betragen. Bis Ende 2020 wird er bei etwa 1,81 USD/kg liegen. Fairtrade hat seinen Referenzpreis für das Lebenseinkommen auf 2,10 USD + 0,24 USD Aufschlag (Ghana) gesenkt. Der Bauer erhält diese Prämie nicht, sie wird benutzt für Projekte der lokalen Gemeinschaft. Die Steigerung der Produktivität, für die sich Utz/Rainforest Alliance einsetzt, bedeutet, dass der Bauer zwar mehr ernten kann, aber der Preis pro Kilogramm sinkt. So verdient der Landwirt vielleicht ein bisschen mehr. Die Schokoladenindustrie profitiert von dem niedrigeren Preis pro Kilo. Eine Steigerung der Produktivität hat aber noch nie geholfen. Auch in Europa verschwinden die Kleinbauern.

Große Unternehmen ändern sich nicht. Die Macht liegt also beim Konsumenten. Die meiste Schokolade ist zu billig. Eine Verbesserung soll durch Rückverfolgbarkeit, Wiederaufforstung und Schutz der Natur und der Menschenrechte erreicht werden. Die Bauern sollten über den Einsatz von Düngemitteln, Bodenqualität und Pestiziden aufgeklärt werden. Die meisten Chemikalien werden importiert – das kostet den armen Bauern Geld. Biologischer Anbau ist eine naheliegende Wahl. Aber der Kakaopreis ist im Moment sehr niedrig. Bessere Schokolade ist teurer, aber auch viel exquisiter. In zweierlei Hinsicht: Im Geschmack und gut für den Bauer und die Umwelt. ♦

www.voicenetwerk.eu/cocoa-barometer

Den fairen Handel auf das nächste Level heben

Schokolade direkt am Ursprung fertigen und so die Wertschöpfung im Land lassen – mit dieser Vision vor Augen hat Hendrik Reimers sein Unternehmen fairafrik vor fünf Jahren gegründet. Seit einem knappen Jahr steht seine Schokoladenfabrik im Bezirk Suhum in Ghana. Dort, bei der fairafrik Ghana Ltd., einer 100-prozentigen Tochter, werden seit November 2020 Bio-Tafelschokoladen gefertigt. „Das eigentliche Geld wird bei der Verarbeitung der Rohstoffe verdient“, erklärt Reimers, der etwa 8 Mio. Euro in die Fabrik inklusive der ersten Produktion investiert hat. „Dadurch, dass die gesamte Produktion in das Land verlagert wird, aus dem der Rohstoff kommt, wird das lokale Einkommen pro Tonne Kakao vervierfacht: fairafrik unterstützt den Aufbau lokaler wirtschaftlicher Strukturen, schafft mittelständische Jobs in der Weiterverarbeitung und hebt so den fairen Handel aufs nächste Level.“ Nur so könne man die Lebensqualität der Menschen erhöhen. Viele Handelsbeziehungen beruhen auf postkolonialen Strukturen, er habe nicht den Eindruck, dass in den Industrienationen großes Interesse bestehe, daran etwas zu ändern.

Reimers hat seine Schokoladenfabrik in Amanase in Nachbarschaft zur Yayra Glover Ltd. gebaut. Yayra Glover wiederum hat es sich mit seiner Biokakao-Initiative in Suhum zur Aufgabe gemacht, die Lebensqualität der Kakaobauern zu verbessern. Er zahlt 600 US-Dollar Prämie pro Tonne Kakaobohnen, die in Weiterbildungsmaßnahmen und direkt an die Bauern fließen. 750 Tonnen Kakaobohnen bezieht Reimers von Glover und verarbeitet diese vor Ort. Lediglich das Herstellen der Kakaomasse hat er an einen nahegelegenen Betrieb vergeben, doch er plant, ab 2022 Bean-to-Bar zu fertigen.

Er sagt: „Mit der Bean-to-Bar-Fertigung können wir auch Kakao aus anderen Ländern Afrikas verarbeiten. Dann wird das fairafrik-Sortiment für den Fachhandel noch attraktiver.“ Zurzeit gibt es acht Schokoladensorten in Bioqualität.

Etwa 1 US-Dollar pro Tafel bleibt in Ghana. „Wir sind in den Weltläden und mit dem Online-Handel groß geworden. Heute führen uns auch die Bio-Supermärkte, und bei den Unverpackt-Läden sind wir stark. Sie beziehen die Tafeln im 20-kg-Karton.“

Möglichst viele Rohstoffe aus Ghana

„Durch die Kakaobohnenverarbeitung direkt bei uns können wir noch mehr Menschen im ländlichen Ghana beschäftigen und zudem in kleinen Batches rösten“, erläutert Reimers. Geld bekommt er von der Deutschen Investitions- und Entwicklungsgesellschaft (DEG), der GLS Bank und mehr als 1.000 Privatinvestoren. Auch gab es 15 Crowdfunding-Kampagnen, die letzte startete gerade. Die meisten laufen sehr kurz, bei der Vergabe von Wandelanleihen hat der Unternehmer innerhalb von vier Tagen 1 Mio. Euro bekommen. Nur so konnte er seine Vision in kurzer Zeit umsetzen. „Wir sind fünf Jahre alt, die Finanzierung für die nächsten 18 Monate ist gesichert“, zeigt er sich zuversichtlich.

Reimers hält 50 Prozent am Unternehmen, die Schweizer Firma Claro 3 Prozent und die Ludwig Weinrich GmbH & Co. KG hat 25 Prozent der Anteile erworben. Insgesamt sind 1.000 Aktionäre an der im April in eine AG umfirmierten Firma beteiligt. 70 der 90 Angestellten bei fairafrik arbeiten in Ghana. „Wir fertigen auf 1.250 Quadratmetern. Die maximale Produktionskapazität liegt bei 50 Millionen Tafeln pro Jahr, zurzeit fertigen wir rund 300.000 Tafeln im Monat“, berichtet der 38-Jährige. Die Anlage sei auf Wachstum ausgelegt. Seit diesem Sommer ist fairafrik FSSC-zertifiziert.

Langfristig möchte Reimers sämtliche Rohstoffe und Verpackungen aus Ghana



und Nachbarländern beziehen. Baobabpulver, Cashews, Mangos, Ananas und natürlich der Kakao sind bereits aus Ghana. Auch die Display- und Umkartons kommen von dort. Der Zucker stammt aus Mosambik, das Salz aus Südafrika. Das Milchpulver bezieht er aus Deutschland von den Schrozberger Milchbauern. „Da es in Ghana kaum Milch gibt, kaufe ich Milchpulver in Demeter-Qualität. Doch ich plane, Kokos- anstelle von Milchpulver in den Schokoladen zu verarbeiten.“ Bereits jetzt läuft ein Kokospalmen-Projekt zur Diversifizierung der Einkommen der Farmer. „Da es für Kokosnüsse einen lokalen Markt gibt, verhilfen wir den Kakaobauern so ganzjährig zu einem zusätzlichen Einkommen.“ Die Schokoladenverpackungen werden in Deutschland gefertigt, die Innenfolie kann auf dem Gartenkompost entsorgt werden, sie kommt aus England.

„Der Wandel kann nicht unbedingt auf der Kakaopflanzung stattfinden“, glaubt der Firmenchef. Transparenz sei ein wichtiger Schritt, um Aufmerksamkeit auf sich zu ziehen. „Wir haben ein Visitor-Konzept entwickelt, um Einblicke in eine Kakaoanbau-Community zu ermöglichen – einem Leben ohne gute Infrastruktur und oft ohne Strom. Es geht darum, die Herausforderungen des Alltags aufzuzeigen, zu vermitteln, warum es überhaupt zu Kinderarbeit kommt“, sagt Reimers. Auch zusätzliche Einnahmen könne man so in den Communities generieren. Ein ganz anderes Leben sieht der Besucher in der Schokoladenfabrik mit Gläserner Produktion. Einblicke gibt auch der Film Decolonize Chocolate, mittlerweile in zwei Teilen. „Ich möchte 10.000 Arbeitsplätze in Afrika schaffen, sie müssen nicht zwingend mit Kakao zu tun haben, aber mehr Wertschöpfung ins Land bringen. Unser größter Impact ist, dass wir zeigen: Dies ist ein lukrativer Markt, die Konsumenten wollen unsere Schokoladen“, betont er. ♦

www.fairafrik.com





Farmer-to-Bar-Schokolade aus Indonesien

Die Schokoladen von Krakakoa zeigen die Aromenvielfalt des Archipels – ganz anders als man es von den oft rauchig schmeckenden Kakaos aus Indonesien gewohnt ist.

Wer Kakao mit Indonesien in Verbindung bringt, blickt bei den meisten Konsumenten immer noch in fragende Gesichter. Dabei ist Indonesien weltweit der drittgrößte Kakaoproduzent nach der Elfenbeinküste und Ghana. Auch dort ist die Situation der Kleinbauern schwierig, da sie in den meist abgelegenen Regionen nur mit Zwischenhändlern arbeiten können und somit Dumpingpreisen ausgesetzt sind. Kakao aus Indonesien ist zudem eher dafür bekannt, rauchig zu schmecken, weil die Bohnen aufgrund des feucht-tropischen Klimas oftmals mithilfe von Feuer getrocknet werden.

Ganz anders verhält es sich bei den Schokoladen von Krakakoa. Hier werden die Bohnen in der Sonne getrocknet. In Verbindung mit Kakaopflege, Erntemethoden und der gezielten Fermentation beeinflusst dies das Geschmacksprofil enorm positiv. Der Großteil der Kakaobohnen von Krakakoa kommt aus dem Süden Sumatras, weitere aus Bali und Sulawesi. Die Single Origin Schokoladen werden puristisch ohne Emulgatoren hergestellt. Krakakoa zeigt die Aromenvielfalt des Archipels, zeigt Unterschiede auf.

Krakakoa ist ein soziales „Farmer-to-Bar“-Unternehmen, das mit vielen Kakaokleinbauern eng zusammenarbeitet. Dazu hat Sabrina Mustopo, Gründerin und CEO der Marke Krakakoa mithilfe von Schulungen zu nachhaltigen Anbautechniken und biologischer Bewirtschaftung die Erntequalität verbessert und die Produktivität erhöht. Gleichzeitig schafft Krakakoa als einziger Vermittler zwischen Landwirt und Verbraucher die Wertschöpfungskette im eigenen Land zu verbessern. Auf dieser Basis und der Gewissheit Prämienpreise langfristig zu erhalten, erlangen Bauern eine bessere Lebensgrundlage und können ihre Zeit, Energie und Ressourcen gezielt in ihre Plantage einsetzen. In der Regel ist diese lediglich zwei bis fünf Hektar groß und dient als Haupteinnahmequelle.

Firmengründerin Sabrina Mustopo (Mitte) umgeben von Farmerinnen



2013, zu Beginn ihrer Arbeit, musste Sabrina Mustopo Überzeugungskraft leisten, schließlich richteten die Kakaobauern seit Generationen den Kakaoanbau auf ihren Plantagen. In diesem männlich dominierten Bereich war eine junge Frau keine Selbstverständlichkeit und ist es immer noch nicht. Doch Sabrina weiß nicht nur zu überzeugen, sondern auch Vertrauen zu schaffen – dass sie gebürtige Indonesierin ist, war sicherlich von Vorteil. In ihrem früheren Leben war sie bei McKinsey/Singapur in der Unternehmensberatung im Bereich Landwirtschaft und nachhaltige Wirtschaftsentwicklung tätig. Als sie von den Problemen im Kakaosektor Indonesiens erfuhr, gründete sie Krakakoa und unterstützt insbesondere Arbeiterinnen mit stabilen Löhnen.

Krakakoa machte sich bereits 2017 und 2018 international bemerkbar und erzielte insgesamt zweimal Silber und sechsmal Bronze für Single Origin Schokoladen sowie für veredelte Sorten mit Ingwer, Pfeffer und Kaffee. Mittlerweile hat sich das Krakakoa-Sortiment um Trinkschokoladen in Dosen à 200 Gramm erweitert. Auch gibt es eine Neuauflage der edlen Geschenkbox, die mit fünf verschiedenen Tafeln gefüllt ist. Hier handelt es sich um eine limitierte Auflage. Ein Teil des Gewinns fließt an die BOSF Stiftung, eine gemeinnützige Organisation, die sich auf Borneo für die Rehabilitation und Wiederauswilderung von Orang-Utans einsetzt (www.orangutan.or.id). Auf Borneo und Sumatra gingen durch Waldrodung für Palmöl-Plantagen, Holz und Edelmetalle bis 2015 etwa 50 Prozent des Lebensraums der Orang-Utans verloren. Die Unterstützung des Projekts unterstreicht den Nachhaltigkeitsauftrag von Krakakoa als Unternehmen und dass Krakakoa noch längst nicht am Ende ihrer sozialen und unglaublich köstlichen Schokoladenreise angekommen ist.

www.clearchoc.com

Pacari – beste Wahl und Premium-Schokoladen für jedermann

Jeder soll sich die preisgekrönten Schokoladen von Pacari leisten können, für jedes Ernährungsbedürfnis, jede Philosophie und jeden Geschmack soll etwas dabei sein: Mit der Vision, eine Schokolade für jedermann zu fertigen, haben Santiago Peralta und Carla Barbotó vor fast 20 Jahren die Marke Pacari gegründet. Seitdem setzen sie kontinuierlich neue Maßstäbe, was fairen Handel und ökologische Aspekte, aber auch was absolute Premiumqualität betrifft. Das ecuadorianische Unternehmen pflegt den direkten, solidarischen Kontakt zu über 4.000 Kleinbauern unter dem Motto „From Tree to Bar“ mit vertraglicher Preisbindung und übertrifft so als Mitglied der World Fair Trade Organization WFTO die Vorgaben eines Fair Trade-Labels um Längen. Sämtliche Kakaobohnen mit Ausnahme von Piura bezieht Pacari aus Ecuador. „Direct Trade“ nennen dies die Firmengründer, die sich zudem bei den Bauern unermüdlich für die Bio- und die sehr aufwendige Demeter-Zertifizierung einsetzen. Mithilfe des biodynamischen Anbaus ist ein profitables Wirtschaften möglich, ohne dass Boden oder Menschen ausgebeutet werden.

„Im deutschen Süßwaren-Fachhandel spielt die Zertifizierung allerdings kaum eine Rolle“, weiß Mònica Riera. Es sei sogar so, dass dieser die Tafeln ohne das orangefarbene Logo bevorzuge. Hinsichtlich der Qualität der Kakaobohnen gäbe es allerdings keine Unterschiede. Alle Pacari-Schokoladen erfüllen

die gleichen hohen Anforderungen. Zusätzlich zu dem Augenmerk auf biologische Qualität werden auch Familien und Schulen sowie die Arbeit des WWF im Land unterstützt. Besonders am Herzen liegen den Unternehmern die intensive Pflege der alten Kakaokulturen und der Erhalt des Arriba Nacional, der durch die Neuzüchtung CCN 51 stark unter Druck gerät. So oft es ihre Zeit erlaubt, sind Peralta und Barbotó auf den Farmen vor Ort, um die Arbeit der Kakaobauern wertzuschätzen und auch die Qualität der Schokoladen über die gesamte Wertschöpfungskette zu optimieren. In einer aktuellen Studie der Publikation „Ethical Consumer“ Ende 2020 wurde Pacari als beste Wahl für ethischen Schokoladenkonsum in Europa genannt. „Pacari möchte nicht nur das Bewusstsein der Verbraucher und der Industrie schärfen, sondern auch einen radikalen Wandel in der Art und Weise herbeiführen, wie Schokolade produziert und genossen wird“, ist das Credo des Firmengründers.

Tafeln von Pacari zählen zu den besten Schokoladen der Welt

Mehr als 300 internationale Auszeichnungen zeugen von der herausragenden Qualität der Schokoladen. In der Tat: Pacari zählt zu den Top-Chocolatiers weltweit. Überzeugte vor zehn Jahren vor allem die bis dahin ungekannte Raffinesse der Raw Chocolates die Jurys, holte das Unternehmen in diesem Jahr 16 Auszeich-



Mònica Riera Willius, das Gesicht von Pacari hierzulande, und Firmengründer Santiago Peralta sind starke Partner

nungen bei den International Chocolate Awards insbesondere mit der Linie „Single Region Fine Chocolate“ mit ausgewählten Bohnen aus den berühmten Anbaugebieten Ecuadors. Zu den Gold-Gewinnern zählt die Guayas 75%. Sie ist ab Winter in Deutschland erhältlich. Einen Award bekam auch die sehr beliebte Piura Quemazon 70%. Sie basiert auf einer peruanischen Albino-Kakaosorte, die ein auserlesenes Aroma entfaltet. Nicht minder raffiniert sind die mit Gewürzen und Früchten veredelten Tafeln mit 60% Kakao, darunter Anden Blaubeere, Cuzco Salz & Nibs oder Kardamom.

All dies macht die Pacari-Schokoladen einzigartig, ist Mònica Riera überzeugt. Sie verantwortet mit ihrer Firma Premifair GmbH die Vermarktung von Pacari in Deutschland und Österreich. „Ob die Raw Chocolates, ob biozertifiziert oder die vielen Awards – Pacari lässt sich nicht in eine Schublade stecken“, betont die engagierte Quereinsteigerin. „Viele Fachhändler kennen Pacari bereits und freuen sich, dass sie mit mir einen zuverlässigen Lieferanten und Ansprechpartner zur Seite haben.“

www.pacarischokolade.de

Weltweit größter Dosen-Onlineshop!

Metal lasts forever!

SOFORT LIEFERBAR



ADV PAX Lutec

ADV PAX Lutec GmbH
Paul-Lechler-Straße 5
D-72581 Dettingen/Erms
Telefon +49 (0)7123 | 38007-0
Telefax +49 (0)7123 | 38007-50
E-Mail: info@adv-pax.de

Produktion
www.adv-pax.de
Sofortlieferprogramm
www.adv-dosenshop.com



Bean-to-Bar stellt Transparenz der Lieferkette sicher

Lindt & Sprüngli übernimmt Verantwortung über jeden Schritt im Produktionsprozess. Mit dem eigenen Farming Program ist ein wichtiges Nachhaltigkeits-Etappenziel erreicht: 100 Prozent der Kakaobohnen sind bis zu den Bauern rückverfolgbar und extern verifiziert.

Nachhaltig beschaffte und qualitativ hochwertige Kakaobohnen sind das Herz der Lindt & Sprüngli-Schokoladen. Mit der Erntesaison 2020 sind 100 Prozent der Kakaobohnen bis zu den Bauern rückverfolgbar, und das Programm ist durch eine unabhängige Drittpartei verifiziert. Rückverfolgbarkeit ist die Voraussetzung, um Anbau- und Lebensbedingungen der Bauern in der eigenen Lieferkette gezielt zu verbessern. Lindt & Sprüngli hat dafür bereits 2008 ein eigenes Nachhaltigkeitsprogramm für Kakaobohnen entwickelt, das Lindt & Sprüngli Farming Program. Die Initiative wurde in Ghana gestartet und ist mittlerweile in allen fünf Ländern, aus denen der Schokoladenhersteller Kakaobohnen bezieht, etabliert. Das Programm fördert den ökologischen und sozial verantwortungsvollen Anbau von Kakaobohnen und unterstützt Bauern, ihre Familien sowie ihre Gemein-

den bedarfsgerecht. Lokale Partner setzen das Programm vor Ort um.

Transparenz von der Bohne bis zur Tafel

Der Ansatz Bean-to-Bar stellt die Transparenz der Lieferkette sicher. Als einer der wenigen Schokoladenhersteller übernimmt Lindt & Sprüngli Verantwortung über jeden Schritt im Produktionsprozess. Dies beginnt beim Einkauf der Bohnen aus dem eigenen Farming Program, geht über die Herstellung der Kaka- und Schokoladenmassen in den eigenen Produktionsstätten bis zum Endprodukt.

Entscheidend für die Rückverfolgbarkeit ist das System der Kennzeichnung. Sobald die Bohnen in Transportsäcke verpackt und vom Bauern verkauft werden, erhalten sie eine eindeutige Kennzeichnung, beispielsweise in Form eines Barcodes. So können die Bohnen dem Farming Program und den daran teilnehmenden Bauern zugeordnet werden. Danach werden die für Lindt & Sprüngli bestimmten Bohnen auf dem Weg in die Fabriken separat und physisch getrennt transportiert. Damit erfüllt das Modell den höchsten Grad der Rückverfolgbarkeit, sogenannte „Identity Preserved“. Die Kakaobohnen in den Schokoladen von Lindt & Sprüngli stammen somit aus dem Lindt & Sprüngli Farming Program.

Von unabhängiger Drittpartei verifiziert

Seit 2015 überprüft die Non-Profit Organisation Earthworm Foundation unabhängig die Aktivitäten, Prozesse und Wirksamkeit des Farming Program mindestens einmal jährlich vor Ort und unter-

stützt Lindt & Sprüngli und die lokalen Implementierungspartner bei der Erarbeitung von Maßnahmenplänen für weitere Verbesserungen.

Für Dieter Weisskopf, CEO der Lindt & Sprüngli Gruppe, ist klar: „Die Herausforderungen in den Anbauländern für Lindt & Sprüngli wie auch für die gesamte Schokoladenindustrie bei der Beschaffung von Kakao sind sehr komplex. Es ist für uns daher äußerst wichtig, mit dem eigenen Farming Program zielgerichtet auf die Themen einzugehen, um direkt nachhaltige Verbesserungen zu erzielen. Das Erreichen des Etappenziels von 100 Prozent rückverfolgbaren und verifizierten Kakaobohnen ist ein wichtiger Meilenstein für uns. Wir werden unseren Weg mit viel Energie weiterverfolgen und das Programm laufend ausdehnen und verbessern. Es ist klar – es gibt noch viel zu tun.“ Lindt & Sprüngli arbeitet weiter an nachhaltigen Beschaffungsstrategien für andere Kakaoprodukte wie Kakaobutter, sodass bis 2025 all diese über Nachhaltigkeitsprogramme bezogen werden.

Das Lindt & Sprüngli Farming Program hat zum Ziel, die Anbaupraktiken und die Lebensgrundlagen der Kakaobauern, ihrer Familien und ihrer Gemeinden langfristig zu verbessern. Konkrete Maßnahmen sind Schulungen in guten landwirtschaftlichen, ökologischen und sozialen Praktiken, Möglichkeiten für Einkommensdiversifizierung schaffen, Sensibilisierung zum Thema Kinderarbeit und die Schulbildung von Kindern fördern, natürliche Ökosysteme schützen sowie Infrastruktur ausbauen. Es umfasst vier Elemente:

- Rückverfolgbarkeit und Organisation der Bauern,
- Vermittlung von Fachwissen und Kompetenzen,
- Unterstützung von Bauern und Gemeinschaften,
- Verifizierung und kontinuierlicher Fortschritt (über internes Kontrollsystem und externe Evaluation).

Finanziert wird das Lindt & Sprüngli Farming Program über eine Preisprämie pro Tonne Kakao und zusätzliche Beiträge der gemeinnützigen Lindt Cocoa Foundation. 2020 flossen so rund 12 Mio. US-Dollar in das Programm. ◆

www.farming-program.com/de



In Ghana startete das Farming Program, hier Kakaobäuerinnen und -bauern beim Öffnen der Früchte

LÜBECKER MARZIPAN-FABRIK V. MINDEN & BRUHNS

„Nachhaltigkeit bei Lubeca – wir handeln“

Das Thema Nachhaltigkeit ist ein wichtiger Bestandteil der Unternehmenspolitik der Lübecker Marzipan-Fabrik v. Minden & Bruhns, niedergelegt in der „Corporate Social Responsibility“. Entsprechende Verhaltensregeln verlangt Lubeca auch von den Lieferanten. Im Bereich der Schokoladenkuvertüren spielt die Nachhaltigkeit eine besondere Rolle. Für die südamerikanischen Edelkakaosorten bezieht Lubeca die Kakaobohnen direkt aus Peru (Bio), Venezuela, Trinidad, Ecuador und dem Amazonasgebiet von einzelnen Kooperativen. Aufgrund der direkten Kontakte zu den Kooperativen kann das Unternehmen auch den Forderungen nachkommen, dass es dort keine missbräuchliche Kinderarbeit, keine Diskriminierung von Frauen oder Fremdarbeitern, kein unzulässiges Abholzen von Urwäldern sowie geregelte Arbeitsbedingungen gibt. Selbstverständlich lassen sich auch südamerikanische Kakaobohnen zusätzlich als UTZ- und Rainforest Alliance- bzw. Fairtrade-zertifizierte Ware beziehen. Bei den afrikanischen Ursprüngen der Kakaobohnen bietet Lubeca zur Sicherstellung der Nachhaltigkeit auch die Möglichkeit UTZ- und Rainforest Alliance- bzw. Fairtrade-zertifizierten Kakao zu verwenden.



Für die Schokoladenkuvertüren bezieht Lubeca auch Bio-Edelkakaos aus Peru

Gesellschaftliches Engagement und das Gemeinwesen im Fokus

Auch das gesellschaftliche Engagement und das Gemeinwesen sind Lubeca wichtig und bilden einen Teil der Bemühungen um Nachhaltigkeit. Die Lübecker Marzipan-Fabrik gehört bereits seit 1960 zu 100 Prozent der Friedrich Bluhme & Else Jebsen-Stiftung. Zweck der Stiftung ist es, mit den Erträgen des Unternehmens mildtätige, gemeinnützige, kirchliche und kulturelle Anliegen in der

Region Lübeck zu fördern. Stiftungen nehmen seit jeher eine bedeutende Rolle bei der Suche nach nachhaltigen Lösungen für gesellschaftliche Herausforderungen ein. Lubeca hat damit einen direkten und spürbar positiven Einfluss in der Region und kann aktiv und unbürokratisch Gutes tun. „Wir freuen uns, unseren Beitrag leisten zu können“, so die Geschäftsführer Andreas Bäder und Balthas Klein. ◆

www.lubeca-marzipan.de

GMUND



Professionelle Verpackungen aus Gmund Papier!

Steigern Sie Ihre Absätze mit einer maßgeschneiderten und originellen Verpackung für Ihr Produkt. Wir managen für Sie unter höchsten Qualitätsansprüchen alle Details von der Idee bis zur fertigen Verpackung.

Tel +49 8022 7500 79

E-Mail retail@gmund.com



Musterbeispiel für gelebte Nachhaltigkeit

Die Chocolaterie Robert belässt mit der Herstellung ihrer Schokoladen unter der Marke Chocolat Madagascar einen großen Teil der Wertschöpfung im Land und achtet sehr auf Nachhaltigkeit.

Die Fachwelt und zahlreiche Genießer kennen die vielfach preisgekrönten Edelschokoladen der Marke Chocolat Madagascar längst. Die Zahl der Liebhaber, die die Schokoladen der Chocolaterie Robert aus Madagaskar entdecken, wächst beständig. Der Betrieb gilt als Musterbeispiel für gelebte Nachhaltigkeit. Was macht die Schokoladen so nachhaltig und fair? „Hauptsächlich ist es die Wertschöpfung im Ursprung“, erläutert Oliver Dilli, der mit seinem Unternehmen Dillicious die Tafelschokoladen und Kuvertüren sowie weitere Halbfertigerzeugnisse aus Madagaskar direkt importiert und im deutschsprachigen Raum an Chocolatiers und den Fachhandel vertreibt. „Allein durch den Export von landwirtschaftlichen Rohstoffen kann kein Land nachhaltigen Wohlstand erlangen. Belässt man hingegen einen nennenswerten Teil der Wertschöpfung im Land des Kakao, ergeben sich völlig andere, positive Effekte für die Bevölkerung und die Infrastruktur vor Ort“, erklärt er.

Nicolas Randrianarimalala, zuständig für den Export bei Chocolat Madagascar, ergänzt: „Für den Export von Kakaobohnen benötigt man neben den Kakaobauern lediglich einen Weg zum Hafen. Dagegen bilden sich bei einem höheren Anteil an der Wertschöpfung neue und nach-

haltige Strukturen im ganzen Land. Es entstehen Produktionsanlagen, qualifizierte Fachkräfte werden eingestellt und gefördert. Weitere Strukturen bilden sich um den Produktionsprozess herum, beispielsweise kommen bei den ‚wahren Origins‘ auch der verwendete Zucker, Cashewnüsse etc. aus der Umgebung.“ „Nicht zu unterschätzen ist zudem die Steigerung des Selbstwertgefühls der Bevölkerung, wenn vor Ort so etwas Feines wie diese Schokolade entsteht“, fügt Dilli hinzu, der sich auf den Plantagen und von der Produktion während eines mehrwöchigen Aufenthalts auf Madagaskar ein fundiertes Bild gemacht hat.

Transparente Wertschöpfungskette: „from seed to tree to chocolate“

Sehr fortschrittlich gibt sich Chocolat Madagascar auch hinsichtlich der Nachhaltigkeit. Kakaoschalen und -abfälle, die knapp 20 Prozent Gewichtsanteil an den Kakaobohnen ausmachen, werden durch die Verarbeitung vor Ort nicht mit verschifft. Aus ihnen werden Briketts gepresst, die wiederum zur Energieversorgung bei der Schokoladenproduktion verwendet werden. Die leeren Kakaofrüchte werden an Zebus, so heißen die lokalen Rinder, verfüttert. Manche Kakaobauern decken ihren Energiebedarf bereits mit Solarzellen. Das Agroforstsystem ermöglicht den Kakaobauern zudem weitere Einkommensquellen durch das Ernten von Früchten und Gewürzen, wie zum Beispiel Rosa Pfeffer.

„From seed to tree to chocolate“ lautet die Devise des Schokoladenherstellers. Vom Samen bzw. Einpflanzen des Setzlings auf der Plantage bis hin zur fertigen Schokolade ist der Weg des



Stolz zeigt der madagassische Kakaobauer Jaozandry die Früchte seiner Arbeit

Kakao in der Wertschöpfungskette nachvollziehbar und transparent: Die Kakaobohnen werden nach der Ernte in den Mischwäldern vom Sambiranotal im Nordwesten des Landes sowie neuerdings auch von Plantagen an der Ostküste in die 1.300 Meter hoch gelegene Hauptstadt Antananarivo gebracht, wo sie umgehend zu Kuvertüren, Kakao butter, Kakaopulver und Tafelschokoladen verarbeitet werden. Auf chemische Prozesse wie Alkalisierung wird bewusst verzichtet, wodurch die Flavonole und Antioxidantien weitestgehend erhalten bleiben. Zudem kommen die meisten Schokoladen ohne Lecithine aus. Auf dem Seeweg gelangen die Produkte nach Europa. Das Sortiment umfasst sowohl konventionelle als auch biozertifizierte Schokoladen. Dilli ist überzeugt: „Neben den klassischen Bean-to-Bar-Herstellern, die ihre Kakaobohnen generell aus eher nachhaltigeren Quellen beziehen, spielt Chocolat Madagascar sicherlich eine außergewöhnliche Rolle im Segment der Edelschokoladen.“

Madagaskar, die viertgrößte Insel der Welt, liegt im Südosten Afrikas im Indischen Ozean und ist etwa anderthalbmal so groß wie Deutschland. Mit einem Pro-Kopf-Einkommen von nur gut einem Prozent des deutschen gehört es zu den ärmsten Ländern überhaupt. „Die Chocolaterie Robert ist einer der ganz wenigen Lichtblicke, die ich auf meiner Reise durch Madagaskar in wirtschaftlicher Hinsicht erleben konnte“, sagt Dilli. „Dass man sich dort so tiefgreifende Gedanken zur Nachhaltigkeit und Erhaltung der Umwelt macht, stimmt mich froh, aber auch nachdenklich, wenn ich auf manche der mächtigen Industrienationen blicke.“

chocolatmadagascar.com/dillicious.eu



KLOTZ VERPACKUNGEN

Mit Gras nachhaltig verpacken

Es ist offensichtlich: Ein Umdenken findet statt. „Das Bewusstsein hinsichtlich des Verpackungsmaterials ist längst erwacht“, weiß Sebastian Echnner, Geschäftsführer von Klotz Verpackungen in Memmingen. „Der Trend geht bei uns stark zu nachhaltigen, plastikfreien und bestenfalls kompostierbaren Verpackungen.“ Das Weglassen des Sichtfensters sei dabei nicht immer ausreichend, gehe vielen Kunden nicht weit genug. Auch das Grundmaterial soll möglichst nachhaltig sein. „Deshalb suche ich zunehmend nach Verpackungsmaterialien aus Recyclingpapier und bin so auf Graspapier gestoßen. Hier wird Zellstoff teilweise durch Gras ersetzt“, sagt er. Der große Vorteil: Verarbeitung und Bedruckung sind wie bei herkömmlichen Papieren möglich, sodass es sich gut – ohne Faserrupfen – zu Verpackungen verarbeiten lässt. Sowohl der Offset als auch Digitaldruck sind mit diesem Material problemlos möglich. „Das Papier ist lebensmittelecht und somit für den direkten Kontakt mit trockenen, nicht fettenden Lebensmitteln geeignet“, sagt Echnner. „Da es ungebleicht ist, unterliegt die Farbe dem Grasanteil im Papier und hängt auch vom Erntezeitpunkt ab. Die Schwankungen reichen von einem sehr hellen bis zu einem satteren Beige.“ Der Vorteil von Gras: Es weist bei der Herstellung eine bessere Ökobilanz als Holz auf. Zudem kann Gras nahezu überall angebaut werden und wächst schneller als Holz. Neben Altpapier besteht das Graspapier zu mindestens 30 Prozent aus sonnengetrocknetem Gras von Ausgleichsflächen sowie Brachland. Echnner betont: „Graspapier ist grundsätzlich kompostierbar, da es sich jedoch um einen Wertstoff handelt, sollte es möglichst (oft) recycelt werden.“

www.klotz-verpackungen.de

MAX FELCHLIN AG

Salama Mateza – gesundes Mateza

Höchste Ansprüche hat die Max Felchlin AG, Schweizer Herstellerin von Premiumkuvertüren, an die sensorische Qualität ihrer Produkte und an die Zusammenarbeit mit den Kakaolieferanten und -produzenten. Zu vielen Kakaobauern pflegt Felchlin den direkten Kontakt und ermöglicht so bessere Lebens- und Arbeitsbedingungen. Neben einer guten Vergütung der Kakaobohnen gibt es zahlreiche weitere Möglichkeiten, die Bauern direkt vor Ort zu unterstützen. Ein Beispiel ist das in Madagaskar von der Max Felchlin AG, mTOMADY und der Sambirano SA, ins Leben gerufene Projekt „Salama Mateza“ – gesundes Mateza. Es schafft für die Kakaobauern Zugang zur Gesundheitsversorgung, indem es den 860 Kleinbauern und deren Familien – insgesamt etwa 5.000 Personen – in der Region des Sambiranotals den Zugang zu einer Krankenversicherung ermöglicht und finanziert. Aufgrund seines Pilotcharakters erhält das Projekt eine zusätzliche Anschubfinanzierung durch den Fonds für innovative Kleinprojekte der Schweizer Plattform für Nachhaltigen Kakao, der vom Staatssekretariat für Wirtschaft (SECO) unterstützt wird.

Das Projekt „Salama Mateza“

Ziel des Projekts ist, den Zugang zu qualitativ hochwertigen und für die Kakaobauern erschwinglichen Gesundheitsdiensten und lebenswichtigen Medikamenten zu verbessern. Dies geschieht über eine mobile Gesundheitsversorgung, die zugleich die finanzielle Eingliederung ins Gesundheitswesen ermöglicht und genutzt werden kann, um die Begünstigten schnell zu erreichen. Die finanzielle Umsetzung des Projekts wird durch die Kooperation mit interessierten Kunden ermöglicht. Die Mittel fließen über den Felchlin Cacao Fonds in die Krankenversicherungsprämien, sie dürfen nur für diesen Zweck verwendet werden. Dank der mobilen Technologie sind die Leistungen zu 100 Prozent transparent und nachvollziehbar. Langfristiges Ziel ist, dass sich „Salama Mateza“ selber trägt.

Madagaskar ist ein Hotspot der Artenvielfalt und Produzent von Edelschokoladen. 80 Prozent der Bevölkerung leben auf dem Land, 77 Prozent davon leben unterhalb der nationalen Armutsgrenze von 1 US-Dollar pro Tag (www.worldbank.org/en/country/madagascar/overview). Die Mehrheit der Kleinbauern hat keinen Zugang zu umfassender Gesundheitsversorgung, notwendige Gesundheitskosten sind hoch und stürzen viele der Kleinbauern in extreme Armut. Bei Krankheit wird den Bauern oft eine Behandlung verweigert; findet eine Behandlung statt, ist diese extrem teuer. Aus diesen Gründen suchen viele gar nicht erst medizinische Hilfe.

Seit 2005 arbeiten Felchlin und Sambirano, der Partner vor Ort, mit Kleinbauern in der Region des Sambiranotals zusammen, mit dem Ziel, qualitativ hochwertigen Kakao von dort zu beziehen. Mit den Bohnen fertigt Felchlin viele Grand Cru Kuvertüren wie Grand Cru Madagascar 64%, Grand Cru Sambirano 68% und Heumilch Opus Lait 38%.

www.felchlin.com





GEPA

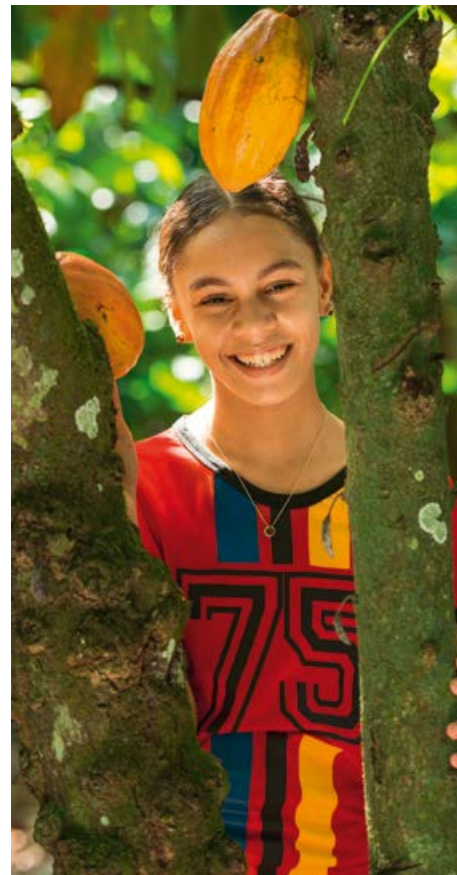
Neuer „Kakao-Plus-Preis“

Die Fairhandelsorganisation Gepa mbH, Wuppertal, hat ihren Mindestpreis für Bio-Rohkakao auf 3.500 US-Dollar pro Tonne erhöht, „damit Kinder statt Konzerne profitieren“, wie es in der Pressemitteilung heißt. Darin sind 240 US-Dollar Fairtrade-Prämie und 300 US-Dollar Bio-Prämie enthalten. Durchschnittlich zahlt die Gepa laut Angaben ihren Partnergenossenschaften in Afrika und Lateinamerika rund 3.700 US-Dollar inklusive Prämien. Damit liege der Preis 25,9 Prozent über dem Fairtrade-Mindestpreis inklusive Prämien und 56,1 Prozent über dem durchschnittlichen Kakao-Weltmarktpreis von 2020, heißt es weiter. Wie Gepa berichtet, werden aktuell laut NORC-Studie der Universität Chicago 1,5 Millionen Kinder in Westafrika im Kakao-Anbau ausgebeutet. Gepa setzt dagegen auf besseres Einkommen der Familien und damit auch auf mehr Bildungschancen für die Kinder. Der neue „Kakao-Plus-Preis“, wie ihn Gepa nennt,

als garantierte Absicherung nach unten leiste einen wichtigen Beitrag in der Debatte um existenzsichernde Einkommen, die im Kontext von ausbeuterischer Kinderarbeit im Kakao-Sektor dringend sei, betont das Handelsunternehmen. Die Gepa arbeitet bei diesem Thema eng mit der World Fair Trade Organization zusammen. „Angespornt durch den CSR-Preis der Bundesregierung, wollen wir gerade den Konzernen zeigen, dass faire Preise, Sorgfalt und Verantwortung in transparenten Lieferketten keine unerfüllbaren Visionen sind. Wir brauchen dafür kein Gesetz, die Konzerne schon“, betont Gepa-Geschäftsführer Peter Schaumberger.

www.gepa.de/faireschokowelten

Dass es anders geht, zeigt die Gepa anhand eines Beispiels aus der Dominikanischen Republik: Dort kauft sie von ihrer Partnergenossenschaft COOPROAGRO Kakao zu fairen Preisen und ohne ausbeuterische Kinderarbeit ein.



VALRHONA

Leitfaden für „gutes“ Wirtschaften

Der Einsatz für eine nachhaltige und faire Kakaoindustrie und eine umweltbewusste Gastronomie sind seit vielen Jahren zentrale Ziele des französischen Schokoladenherstellers Valrhona. Auch in dem von der Corona-Pandemie gezeichneten Jahr 2020 hat die Firma ihre Mission nicht aus den Augen verloren und sich der

schwierigen Situation angepasst. In ihrem Nachhaltigkeitsbericht 2020 stellt Valrhona die Maßnahmen und Fortschritte vor. Zudem kann dort jeder Interessierte nachlesen, wie der Schokoladenhersteller seine Kunden in der Weiterverarbeitung in den schweren Tagen der Schließung unterstützte und man sich gemeinsam den pandemiebedingten Vorgaben anpasste. Für Valrhona war 2020 ein Jahr der Höhen und Tiefen. Im Januar war das Unternehmen stolz darauf, B Corp zertifiziert zu werden und sich damit der Gemeinschaft der engagiertes-

ten Unternehmen der Welt anzuschließen. Einige Monate später hat sich die Tätigkeit jedoch deutlich verlangsamt, während überall auf der Welt nationale Eindämmungsmaßnahmen eingeführt wurden. Am Jahresende liefen die Geschäfte wieder an, und Valrhona erreichte 2020 das Ziel, CO₂-neutral zu werden. Seit jeher steht Valrhona seinen Kunden aus Chocolaterie, Confiserie und der süßen Gastronomie als kompetenter Partner und Berater zur Seite. Besonders in Sachen Nachhaltigkeit steht die Branche vor besonderen Herausforderungen. Bisher gab es jedoch weder ein kohärentes Rahmenwerk dafür, was in der Branche „gut“ bedeutet, noch maßgeschneiderte Tipps und Ratschläge, die den Pâtisseries und Handwerkern des guten Geschmacks dabei helfen, die „negativen“ Auswirkungen ihrer Tätigkeit zu mindern. Gemeinsam mit Food Made Good, dem offiziellen Nachhaltigkeitspartner von Valrhona, will das Unternehmen dies ändern. Wie dies konkret aussieht und welche Tipps Valrhona der süßen Gastronomie gibt, kann man ebenfalls in dem Leitfaden nachlesen.

www.valrhona.com

Neue Kreationen

SCHOKOLADERIE JUILLET DE PRIE

Trophäenbrettchen und Marzipantafeln



Trophäenbrettchen aus Vollmilch- und Edelbitterschokolade sowie Marzipan-Märchen-Tafeln bietet die Schokoladerie Juillet de Prie GmbH. Die Brettchen sind ein tolles Geschenk für passionierte Jäger oder Angler, aber auch für den leidenschaftlichen Koch gibt es die passende Variante. Dafür hat die Manufaktur Schokoladenköpfe auf Schokoladenplatten montiert. „Nahezu alles, was einen Kopf hat, können wir auf die feinen Schokoladenplatten montieren“, sagt Seniorchef Ulli Deprie mit einem Augenzwinkern.

Bei den Marzipantafeln (85 g) verbergen sich Marzipanmischungen unter Zartbitterschokolade. So enthält „Die kleine Meerjungfrau“ Edelmarzipan mit Erdbeere und Lemongras, „Die Schneekönigin“ Edelmarzipan und Kokosflocken und „Ali Baba“ Pistazienmarzipan.

www.schokoladerie.com

GOLDBERGERFOODS

Schokolade für Körper und Geist

Grundlage der veganen Goldberger Schokoladen sind Kakaobohnen aus Kolumbien, die Firmengründer Johannes Schäfer direkt ohne Zwischenhändler bezieht: „Unsere anderen Zutaten beziehen wir größtenteils in Bio-Qualität. Die Nüsse, Früchte und Gewürze sind echte Lebensmittel mit Vitaminen, Fettsäuren und sekundären Pflanzenstoffen. Wir produzieren ohne Aromen“, sagt er. Die Süße komme von Erythrit und Stevia. „Unsere geheimen Zutaten sind allerdings Pilze aus der Traditionellen Chinesischen Medizin und Wurzeln aus der Ayurvedischen Medizin. Unsere zertifizierten Extrakte werden in der Regel in der Mykotherapie eingesetzt. Man sagt diesen in der östlichen Medizin nach, gut für Körper und Geist zu sein. Unsere schokoladigen Kreationen beinhalten die unterschiedlichsten Vitalpilze & Wurzeln, sodass wir ein breites Spektrum an Bedürfnissen bedienen können“, erklärt Schäfer. Und da er auch auf die Umwelt achte, sei die Verpackung biologisch abbaubar.

www.goldbergerfoods.de



LÄDERACH

Eleganter Auftritt



Mit seinen neuen Tafelschokoladen hat Läderach einen Hingucker kreiert: Die 65 Gramm schweren Tafeln fallen mit ihrer schmalen Form mit Rillen ins Auge. Umhüllt werden sie von Hand mit feinem Papier. Erhältlich sind sie in den drei hellen Sorten Milchschokolade, Weiße und Caramel Blond Schokolade sowie in den Grand Cru-Sorten Madagascar 64%, Ecuador 70% und Trinidad 80% in den Läderach Chocolaterien und im Online-Shop.

www.laderach.com

Termine

SUMMERTOUR DES CDC

17. bis 19. August 2021

Hamburg und Lübeck

Die Reise führt zum Lübecker Marzipanspezialisten Niederegger, nach Hamburg ins Chocoversum von Hachez und ins Kakaolager am Hafen.

service@clubderconfiserien.de

GENUSSGIPFEL

30. August 2021

Halle/Tor 2, Köln

Spezialitätenmesse

www.genussgipfel.eu

TAG DER SCHOKOLADE

8. Oktober 2021

Ein Film auf den sozialen Medien unter dem Motto „Esst mehr gute Schokolade“ lädt zum Genießen ein

www.clubderconfiserien.de

INTERNATIONALER SÜSSWAREN-KONGRESS

17. bis 19. Nov. 2021, Berlin

Kongress mit Verleihung der Trophäe SÜSSER STERN

www.sg-network.org/suesserstern

ISM

30. Jan. bis 2. Feb. 2022, Köln

Fachhandelssymposium am Samstag vor der Messe, erstmalig CdC-Gemeinschaftsstand auf der ISM

service@clubderconfiserien.de

WCM – VORENTSCHEID CENTRAL EUROPE

9./10. Feb. 2022, Köln

Bewerbungsfrist ist der 15.11.2021

www.worldchocolatemasters.com

GÄSTEREISE KOLUMBIEN

28. April bis 9. (23. Mai) 2022

Entdeckungstour zur Kultur des Kakaos mit Eberhard Schell

schell-schokoladen.de/gaestereise

CACAO BARRY

World Chocolate Master gesucht



Zum 8. Mal richtet Cacao Barry die World Chocolate Masters (WCM) aus, nun steht mit dem 9./10. Februar 2022 der Termin für den Vorentscheid Central Europe des größten Schokoladenwettbewerbs fest, Anmeldungen sind bis 15. November möglich. Dieses Mal fordern die WCM die Schokoladenkünstler auf, die Ver-

gangenheit zu überdenken und eine strahlende Zukunft zu schaffen, die von Design, Wissenschaft und Technologie inspiriert ist. „Denken Sie wie ein Designer, handeln Sie wie ein Unternehmer und kreieren Sie wie ein Meister, indem Sie Cacao Barrys Input von Wissenschaftlern und Ernährungswissenschaftlern nutzen“, fordert der Veranstalter auf. Insgesamt fünf Aufgaben gilt es zu lösen: #YOU – präsentieren Sie sich und die eigene Vision. Es gilt, ein Moodboard zu kreieren, das zeigt, welche kreativen Entscheidungen getroffen wurden, und Geschichte, Motivation und Vision des Themas zu erklären.

#DESIGN – erstellen Sie Ihr eigenes 3D-Kunstwerk. Ein essbares, kleines, faszinierendes Schokoladendesign auf der Basis eines #TMRW-Buchstaben anfertigen und dabei mindestens sechs verschiedene Techniken zeigen. #GESCHMACK – erfinden Sie die frische Patisserie von morgen. Eine 50–75 Gramm schwere Boutique-Schokoladen-Patisserie frisch herstellen. Sie soll mindestens drei verschiedene Texturen enthalten, aus drei Hauptzutaten bestehen und explizit nach Schokolade schmecken. #SNACK – einen vollständig pflanzlichen Schokoladensnack als Einzelportion servieren. Er soll einen dominierenden Schokoladengeschmack ausweisen und Clean Label sein. #BONBON – ein geformtes Schokoladenbonbon herstellen. Maximal 12 Gramm soll das Bonbon aus Cacao Barry-Kuvertüre(n) wiegen und ein frisches, sensationelles Erlebnis bieten, das den #TMRW widerspiegelt. Auch E-Nummern-frei, weniger süß, fettarm und leicht sowie aus zwei verschiedenen Texturen soll es sein.

www.worldchocolatemasters.com/apply

TAG DER SCHOKOLADE DES CLUB DES CONFISERIEN

Esst mehr gute Schokolade!

Emotional aufgeladen und digitalisiert werden soll der Tag der Schokolade 2021. Zur Umsetzung unseres Plans brauchen wir Sie, unsere Mitglieder. Machen Sie mit und erzählen Sie uns, was für Sie gute Schokolade ausmacht.

Zum Auftakt der Schokoladensaison, die im Oktober startet, veranstaltet der Club der Confiseries (CdC) traditionell am zweiten Freitag im Oktober den Tag der Schokolade. Auch 2021 wird am 8. Oktober die Schokolade gefeiert, doch anders, als Sie es gewohnt sind. Da wir den Tag der Schokolade neu gestalten, emotional aufladen und digitalisieren möchten, wird als Hauptinstrument – neben Postkarten für Ihre Geschäfte – ein Imagevideo erstellt. Das Video entsteht, indem wir Statements von unseren Mitgliedern, also von Ihnen, den Fachhändlern, zusammenfügen. Zum Einsatz kommen soll das Video auf unseren und Ihren sozialen Medien.

Zögern Sie nicht, greifen Sie zu Ihrem Smartphone und lassen sich filmen oder filmen Sie Ihre Mitarbeiter während die-

se erklären, was sie unter guter Schokolade verstehen. Die Location kann in oder vor Ihrem Geschäft, vor der Theke, in der Produktion, im Lager oder vor Ihrem eingelebten Logo sein. Hauptsache der kurze Film ist inspirierend, spannend, witzig oder ungewöhnlich.

Ein kleiner Fragenkatalog als Leitfaden für Ihr Video

Falls Sie Lust haben mitzumachen, aber nicht so richtig wissen, was Sie sagen sollen, haben wir Ihnen einen kleinen Fragenkatalog zusammengestellt. Doch das sind nur Anhaltspunkte, Ihrer Phantasie sind keine Grenzen gesetzt. Mögliche Fragen, auf die Sie in dem Film eingehen, können sein: Was ist für dich gute Schokolade? Wo schmeckt gute Scho-

kolade am besten? An was erinnert dich gute Schokolade? Welches Geräusch verbindet dich mit guter Schokolade? Warum ist Schokolade deine Leidenschaft? Was sagt die Wahl der Schokolade über den Charakter eines Menschen aus? In welcher Form genießt du gute Schokolade am liebsten - als Tafel, als Praline, als Begleiter zum Wein ...? Welche exotische Schokolade findest du ganz besonders gut?

Schicken Sie uns Ihr Video bis Donnerstag, 5. August. Wichtig ist: Sind Sie so, wie Sie sind – das Video lebt von Authentizität. Wenn Sie noch Fragen haben, können Sie sich gerne an Laura Castello, die auch den Imagefilm erstellen wird (kastello@enzian-web.de) oder an Oliver Peik (o.peik@sg-network.org) wenden.

Die Ideenschmiede

D&F Drouven hat zusammen mit dem CdC und SWEETS GLOBAL NETWORK einen Workshop mit vielfältigen, interessanten Einblicken in die Süßwarenherstellung organisiert.



Manuel Stumpf im Seminarraum und bei der Schokoladenherstellung

„Wir bieten Services für die Süßwaren- und Schokoladenhersteller“, stellte CEO Manuel Stumpf, die D&F Drouven GmbH bescheiden vor. Dabei ist es beachtlich, was der Meister der Süßwarentechnik mit seinen neun Mitarbeitern leistet: Produktentwicklung, Beratung, technischer Support, Seminare, Webinare und Trainings bieten sie vor Ort in Aachen und bei den Unternehmen an. In nahezu sämtlichen Bereichen der Süßen Branche kennt sich das Team aus: Schokoladen- und Riegelherstellung, Dragieren, One-Shot, Weichkaramellen-Fertigung sowie das Herstellen von Mogulartikeln wie Weingummi, Pastillen oder Schaumzuckerwaren.

Während des als hybride Veranstaltung konzipierten Events, an dem insgesamt rund 50 Profis aus Süßwarenindustrie, Confiserie und Chocolaterie teilnahmen, vermittelten neben Manuel Stumpf Spezialisten von Olam Cocoa, Winkler und Dünnebier Süßwarenmaschinen sowie Lareka den theoretischen Background und Maria Dubitsky beleuchtete rechtliche Aspekte bevor die Teilnehmer Einblicke in die Praxis bekamen. ♦

www.df-drouven.de

SÜSSER STERN für den Fachhandel

Vom 17. bis 19. November 2021 veranstaltet SWEETS GLOBAL NETWORK wieder den Internationalen Süßwaren-Kongress mit der Verleihung des Branchenpreises SÜSSER STERN. Bereits zum elften Mal wird der Preis im Rahmen des Kongresses in Berlin verliehen. Die SÜSSER STERN-Gewinner werden zum gesamten Kongress inklusive Übernachtungen im The Ritz-Carlton Hotel eingeladen. Die Gewinner in der Kategorie Süßwarenfachgeschäfte (Inhabergeführt) können sich zudem über eine kostenfreie einjährige Mitgliedschaft im CdC freuen. Erstmals zeichnet der CdC zudem auf dem Kongress die „Confiserie-Mitarbeiterin des Jahres“ aus.

www.sg-network.org/suesserstern



Meldungen vom CdC

Auf der Mitgliederversammlung des Club der Confiseries (CdC) am 15. Juli 2021, die aufgrund von Corona im hybriden Format stattfand, wurde der Vorstand einstimmig wiedergewählt. Thomas Luger von der Confiserie Burg Lauenstein bleibt Vorstandsvorsitzender, Ute Dondorf (Chocoladefabriken Lindt & Sprüngli) steht weiterhin als stv. Vorsitzende zur Verfügung. Auch die drei weiteren Vorstandsmitglieder Natscha Kespy (Winterfeldt Schokoladen, Berlin), Peter-Alexander Pelz (Esther Confiserie, Kulmbach) und Isabel Seeber (Candiserie, Dachau) unterstützen den Club der Confiseries in ihrer Funktion weitere zwei Jahre bis zur nächsten Mitgliederversammlung.

Exklusives Seminar der Chocolate Academy von Barry Callebaut

Da aufgrund der Corona-Pandemie eine Austragung in der ursprünglich geplanten Location Chocolate Academy von Barry Callebaut leider nicht möglich war, fand die Mitgliederversammlung im Hybridformat statt. Für die Vor-Ort-Teilnahme waren ausschließlich die bestehenden Vorstände und Beiräte zugelassen. Im Anschluss hat Antonia Majunke, Head of Chocolate Academy in Köln, ein exklusives einstündiges Webinar für CdC-Mitglieder angeboten. Die Berichterstattung folgt in der Winter-Ausgabe der Confiserie-Welt. ♦

service@clubderconfiseries.de

Branchenpreis
SÜSSER STERN
wird wieder verliehen.
Bewerben Sie sich!



PREMIUM- SCHOKOLADEN AUS ALLERBESTEN KAKAOS



Nachhaltigkeit auf höchstem Niveau.
Baum-zur-Tafel Schokolade aus Tamil Nadu,
Südost-Indien.

Der Edelkakaο wächst in einer Permakultur
Plantage der Familie Kumar, am Rande eines
Naturschutzgebiets. Er gehört zu den aroma-
tischsten Kakaos der Welt (2017 Gewinner
des Cocoa of Excellence Awards). Soklet
bietet dunkle Schokoladen, aber auch Sorten
mit typisch indischen Zutaten, wie Safran,
Hibiskus, Bhut Jolokia Chili und Kokosnuss.

So gute Schokoladen wollen Sie doch auch, oder?

**ClearChox**
CLEAR CHAIN CHOCOLATE™



clearchox.com/de/gute-schokolade/