

Sommer 2025



Confiserie Welt

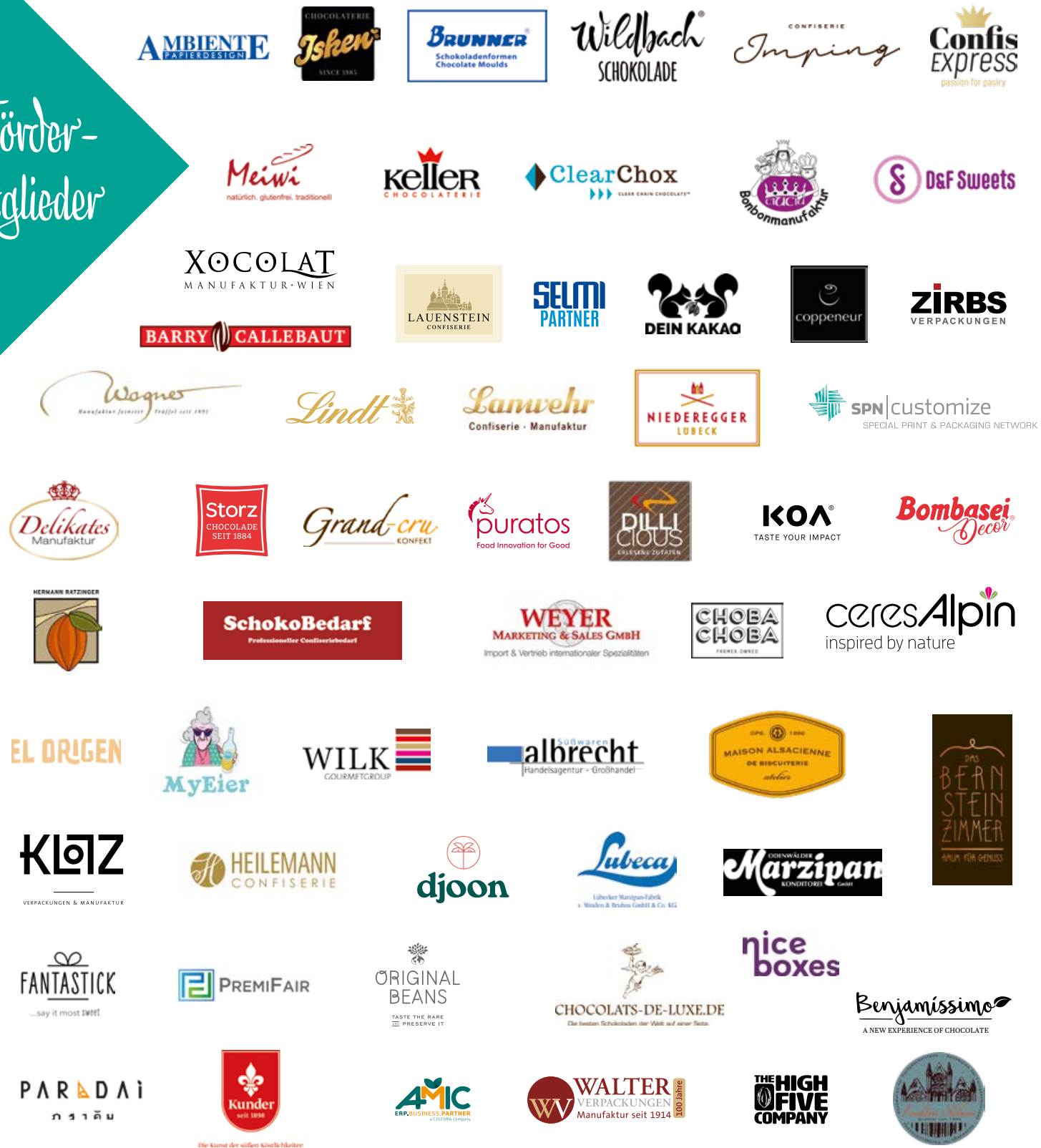
News vom Club der
Confisseries e. V.

Nüsse & Kerne

Wie unwiderstehlich
gut veredelte Nüsse
schmecken können,
zeigen die Confisseries
und Chocolatiers mit
ihrem vielfältigen
Portfolio

Natürlich
crunchy

Förder-
mitglieder



IMPRESSUM Herausgeber: Club der Confiseries e. V., Grillparzerstraße 38, 81675 München, Telefon +49 (0) 89 / 45 76 90 88 - 16, Fax +49 (0) 89 / 45 76 90 88 - 88, service@clubderconfiseries.de, www.clubderconfiseries.de ♦ **Objektleitung:** Oliver Peik ♦ **Redaktion:** Anja Ashauer (Redaktionsleitung), Alfons Strohmaier
Bildnachweis: Titel: Noalya; Seite 30: Penguin Random House Verlagsgruppe ♦ **Gestaltung & Realisation:** trunhit 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.

Termine

REISE ZUM URSPRUNG DES KAKAOS/MADAGASCAR
2.-10. Mai 2025

Reise mit Besuch der Chocolaterie Robert Antananarivo, der Mava Plantage und der Gran Cru de Sambirano Cacao Produktion.
service@clubderconfiseries.de

SUMMERTOUR DES CDC
17.-20. Juni 2025

CdC-Reise ins Piemont zu Selmi, Agrimontana, Benvenuto und Domori, deren Schokoladen zu den besten der Welt gehören.
service@clubderconfiseries.de

TRENDSET
12.-14. Juli 2025, München

Fachmesse für Genuss und Lebensart.
trendset.de

CDC-BREAKFAST
7. Juli 2025, Beilngries

Corinna Camacho Angeles stellt ihre Kakao-Bar Rose Kakao mit Gläserner Produktion vor – ein Konzept, dem Sommerloch erfolgreich zu begegnen.
service@clubderconfiseries.de

EUROBEAN
1. bis 3. August 2025

Industriemuseum Chemnitz
Das EuroBean-Festival bietet Einblicke in die Schokoladenproduktion, um den Wert von Schokolade zu vermitteln.
eurobean-festival.org/de

SCHOKOLADENDINNER & WORKSHOP
12.-13. Oktober 2025

Westerstede
Das Schokoladenhotel Voss und Original Beans laden zu einem genussvolles Event der Extraklasse ein.
service@clubderconfiseries.de



Anja Ashauer und Oliver Peik

CdC-Website mit wertvollen Einblicken

Seit acht Jahren betreuen wir nun schon den Club der Confiseries (CdC). Viermal im Jahr erscheint die Confiserie Welt, wir verschicken regelmäßig Emails zu relevanten Fachhandelsthemen, und jährlich laden wir zu unserer Sommertour ein. In diesem Jahr führt sie zu Selmi und Domori nach Turin, italienische Lebensart und gutes Essen inklusive. Rund 50 Mitglieder begleiten uns stets auf dieser Fachreise bei der außergewöhnliche Süßwaren und das Networking im Mittelpunkt stehen. Zum dritten Mal bietet der CdC für einen kleineren Teilnehmerkreis zudem eine Reise zum Ursprung des Kakaos an. In Kooperation mit Dillicious war der CdC bereits in Kolumbien, im Mai fährt er nach Madagaskar. Im vergangenen Jahr ging die Reise in das weltweit größte Kakaoanbaugebiet, die Elfenbeinküste. Hier stand dem CdC Puratos als Partner zur Seite und ermöglichte authentische, wertvolle Einblicke in das Leben der Kakao-dörfer. Zusätzlich zu diesen mehrtägigen Veranstaltungen lädt der CdC zu Workshops, Webinaren und dem

CdC-Breakfast zum regelmäßigen Austausch ein. Einen Rückblick auf alle diese Reisen und Veranstaltungen, eine Vorschau auf anstehende Events sowie Reportagen aus der Confiserie Welt bietet jetzt unsere neue, moderne Website. In Zusammenarbeit mit der Enzian GmbH & Co. KG und hier insbesondere der geschäftsführenden Gesellschafterin, Laura-Maria Castello, haben wir die Website an die aktuellen Nutzerbedürfnisse angepasst und für Mobilgeräte optimiert. Auch einen Filialfinder bietet sie. Nach intensiven Diskussionen hat der Vorstand beschlossen, dass sich unsere Website künftig auf das B2B-Geschäft fokussiert. Sie soll allen Chocolatiers, Confiseries, Fach- und Großhändler wertvolle Einblicke in die Arbeit des CdC geben anregen, sich zu engagieren, Mitglied zu werden und von den Vorteilen des CdC zu profitieren. Die Homepage macht Lust auf Confiserie. Klicken Sie rein und überzeugen sich selbst.
clubderconfiseries.de



Wo der Einkauf zum Erlebnis wird

Sortiments-Highlights, perfekter Service und eine ansprechende Präsentation machen aus Kunden Stammkunden, die bereit sind, für das besondere Erlebnis einen angemessenen Preis zu bezahlen.

Service, Erlebnis und Dienstleistung lautet die Prämisse, die sich wie ein roter Faden durch das Stammhaus von Feinkost Käfer an der Münchner Prinzregentenstraße zieht. „Wir heben uns ganz klar durch das Einkaufserlebnis, das wir unseren Kunden bieten, ab. Mit unserem Kundenservice und unserer aufwändigen Dekoration haben wir uns ein Alleinstellungsmerkmal geschaffen. Nur durch unser Sortiment können wir das nicht mehr. Viele unserer Top-Marken führen auch selbstständige Lebensmittel Einzel- und Fachhändler“, sagt Leonhard Geyer, Geschäftsführer der Käfer Zentraleinkauf und Logistik GmbH.

Das Einkaufserlebnis beginnt bereits vor dem Betreten des Flagship-Stores. Die opulent verzierte Fassade während der saisonalen Höhepunkte mitten in Münchens noblem Stadtteil Bogenhausen zieht alle Blicke auf sich. Der Wow-Effekt verstärkt sich in dem rund 1.400 Quadrat-

meter großen Confiserie-Abteilung. Verantwortlich für ihre Gestaltung ist Marcus Nehrenheim, Bereichsleiter Confiserie, Brot, SB und Boutique: „Ich liebe es, der Confiserie-Abteilung ein Gesicht zu geben. Insbesondere zur Weihnachts- und zur Osterzeit, aber auch zur Wiesn ist die Deko besonders opulent. Es ist ein Privileg, in einem Unternehmen zu arbeiten, in dem man diese Möglichkeiten hat.“ Während der Adventszeit verführt Käfer in der Confiserie mit mehr als 100 Artikeln unter der eigenen Marke, insgesamt umfasst das Ganzjahresressortiment 1.000 Artikel, ergänzt durch etwa 1.000 wechselnde saisonale Produkte. Zu Ostern und Weihnachten sind Blickfang und Dekoration die Schokoladen-Weihnachtsmänner und Osterhasen in buntem Stanniol in verschiedenen Größen und Formen auf Theke und Regal. „Zur Saison fokussieren wir uns auf die Theke, hier können wir das perfekte Einkaufserlebnis bieten“, sagt Geyer.

Zusätzlich zur Theke sind es in der Confiserie nicht zuletzt die außergewöhnlichen Regale von 1902, die Gerd Käfer in einem ehemaligen Hutgeschäft entdeckt hat und die für eine ganz besondere Atmosphäre

sorgen. Neu aufgebaut und in Pastellfarben gestrichen, bieten sie den perfekten Rahmen für das verführerische Sortiment an hochwertiger Confiserie und Chocolerie. Vis à vis davon befindet sich das Herzstück der Abteilung, die Kuchentheke mit einem großen Angebot an Torten und Tartes, Macarons und Petits Fours. „Unsere Pâtisserie ist frankophil, das kommt gut an. Wir experimentieren viel, probieren immer wieder Neues. Zugleich beobachten wir aktuell, dass die Klassiker ein Revival erleben“, berichtet Geyer.

Die Qualität muss absolut perfekt sein Bestverkaufter Artikel in der Theke sei die Himbeertarte: ein Mürbeteigboden mit Vanillecreme, dicht an dicht mit aromatischen, perfekten Himbeeren belegt. „Die Tarte ist relativ teuer, doch die Kunden lieben sie. Sie sind bereit, diesen Preis zu bezahlen, solange sie absolut perfekt ist.“ Die Kuchen aus der Pâtisserie kann der Kunde mitnehmen oder direkt im Haus im angrenzenden Bistro verzehren. Hingucker sind auch die kreativen, bunten Torten, auf Wunsch individuell beschriftet. Ergänzt wird das Angebot der Pâtisserie durch saisonale Spezialitäten wie Stollen



Präsentation und Auswahl des hochwertigen Sortiments erfüllen die Erwartungen an das Einkaufserlebnis, das bereits die Fassade von Feinkost-Käfer in der Prinzregentenstraße verspricht.

oder Lebkuchen. Auch der original Wiener Guglhupf, in einer ansprechenden Schachtel verpackt, komme sehr gut an.

Bei den Kuvertüren setzt Käfer für die gesamte Unternehmensgruppe auf Original Beans. „Die Transparenz hinsichtlich des Kakaos, die Qualität und auch das Preis-Leistungs-Verhältnis sind super“, so Geyer. Die Zusammenarbeit sei sehr vertrauensvoll. „Dadurch, dass der Vertrag für die ganze Gruppe gilt, können wir wirklich etwas bewegen. Das Gleiche gilt auch für unseren Kaffee, er kommt von Alrighy.“ Zehn Mitarbeiter, davon drei bis vier Auszubildende arbeiten in der Pâtisserie, die ersten beginnen um 4 Uhr morgens, da die Kuchenspezialitäten komplett im Haus gefertigt werden. „Wir bilden nicht nur in der Pâtisserie aus“, so Geyer. Die Ausbildung sei anspruchsvoll, aber auch sehr vielseitig. Käfer biete viele Möglichkeiten. „Unsere Kunden sind zu Recht anspruchsvoll und zuweilen auch unkonventionell. Da muss der Mitarbeiter Lust drauf haben.“ Das sechs Personen starke Team in der Confiserie arbeitet hinter der Theke, pflegt die Regale, ist sehr aufmerksam. „Es ist mir sehr wichtig, dass die Abteilung und auch die Mitarbeiter immer wie aus dem Ei gepellt aussehen. Ich bin noch von der alten Schule, habe die Wertschätzung gegenüber den Produkten verinnerlicht“, sagt Nehrenheim. „An einem normalen Montagmorgen beschäftigen wir 60 bis 80 Menschen, um den reibungslosen Betrieb zu gewährleisten“, ergänzt Geyer.

Die Kunden vertrauen der Qualität, die Käfer bietet. Dies spiegelt der Erfolg der Eigenmarke wider. „Wir arbeiten vertrauensvoll mit verschiedenen Manu-

fakturen zusammen.“ Sehr beliebt sind das Feingebäck, die Baumkuchenspitzen und die Tafelschokoladen. Insbesondere zu Weihnachten profitiert Käfer von seiner starken Marke, „viele Verbraucher kaufen Käfer-Spezialitäten zum Verschenken“, so Geyer. Wichtig sei, dass das Preis-Leistungs-Verhältnis stimme, auch im Confiserie- und Feinkostsegment. Preislich gesehen sieht Käfer seine Eigenmarke als Einstieg in das Feinkost-Segment.

Der Schoko-Kaviar wird für Käfer in original Kaviardosen abgefüllt

Viel Platz räumt das Unternehmen zudem seinen Ankermarken ein, darunter Johan von Ilten, Summerbird und Charbonnel et Walker. In München führt diese Marken kaum jemand, das Alleinstellungsmerkmal ist einer der Erfolgsfaktoren. „Unsere Schoko-Kaviar lassen wir in Original Kaviardosen abfüllen. Er ist ein außergewöhnliches, exklusives Geschenk“, so Geyer. Auch die Tafelschokoladen der Restaurant-Ikone Tantris stehen im Regal. Wer das Besondere sucht, wird im Käfer-Stammhaus garantiert fündig. „Damit unsere Kunden die Marken kennenlernen, setzen wir auf Verkostungen. Insbesondere nach Corona hat sich gezeigt, wie essenziell Tastings sind“, sagt Geyer. „Es ist unsere Aufgabe, die Menschen dahinzubringen, die Produkte zu verkosten.“

Bei der Sortimentsauswahl spielen Optik und Qualität gleichermaßen eine bedeutende Rolle. Besondere Anforderungen an das Produkt wie bio oder vegan werden kaum nachgefragt. Es sind bekannte Marken wie Gmeiner, La Perla oder Schell, die in der Confiserie zum Zugreifen ani-

mieren. Auf der Hausmesse, die jüngst im März stattfand, wurde die Osterkollektion vorgestellt. Die Mitarbeiter können alles verkosten. „Es ist extrem wichtig, dass unsere Teams die Produkte kennen, nur so können sie gut beraten.“ Zudem finden dort Fortbildungen statt, beispielsweise zu Kakaopreisen und -verfügbarkeit.

Es gibt viele Gründe, warum die Menschen bei Käfer einkaufen. Mit Touristen erwirtschaftete man nur einen geringen Teil des Umsatzes. Viele seien Stammkunden, jung und alt. Die Kundenkarte und der Kauf auf Rechnung spiegeln den Servicegedanken und sind wichtiges Kundenbindungsinstrument. „Insbesondere an den Wochenenden kaufen junge Familien bei uns ein“, sagt Geyer. Auch auf Social Media ist Käfer aktiv. „Das Umfeld ist spannend. Wir experimentieren viel, haben einen Social-Media-Plan. Unsere Posts anlässlich der Wiesn werden am häufigsten angesehen, gefolgt vom ‚Winter-Wonderland‘ zur Weihnachtszeit. Gewinnspiele laufen gut. Wir haben mit großer Resonanz einen Tisch auf der Wiesn verlost.“

Im Jahr 2030 wird Käfer 100 Jahre alt. Bis dahin wird das gesamte Haus den Bedürfnissen der Zeit entsprechen. Die Umbauten finden bei laufendem Betrieb peu à peu statt, stets mit der obersten Prämisse, den Kunden ein perfektes Einkaufserlebnis zu bieten. Denn dafür kommen sie und sind bereit, einen angemessenen Preis zu bezahlen. Und nicht nur die Kunden schätzen das Besondere, das Käfer bietet. „Seit 22 Jahren arbeite ich hier, und ich liebe es jeden Tag, das Haus zu betreten“, sagt Nehrenheim. ♦ feinkost-kaefer.de

Zur Hauptsaison zieht eine aufwändige Dekoration die Kunden in ihren Bann



MANUFAKTUR

An die Großkunden verkauft Stefan Vogler seine Spezialitäten im Großgebäude. Die Endverbraucher bekommen sie in seinem Shop auch in Beuteln abgepackt.

Regional vom Ammersee für Kunden weltweit

Gebrannte Mandeln, Lebkuchenherzen, Popcorn & Co. Wer wissen möchte, wo die Süßwaren auf Jahrmarkt, Kirmes und Dom herkommen, sollte Stefan Vogler in seiner Manufaktur am Ammersee besuchen.

Gebraunte Mandeln und Nusskerne, Tüten, prall gefüllt mit Popcorn, schokolierete Apfelringe und Lebkuchenherzen – wer Stefan Vogler in seiner Manufaktur in Inning am Ammersee besucht, fühlt sich wie auf dem Jahrmarkt. In den Regalen liegt das bunte Sortiment, aus den acht Mandelmaschinen heraus duftet es verführerisch. „Mandeln, Zucker, Zimt. Meine klassischen gebrannten Mandeln enthalten genau drei Zutaten, sonst nichts, das ist mir wichtig. Alle meine Produkte sind aus hochwertigen Rohstoffen gefertigt. Ich halte die Zutatenlisten so kurz wie möglich“, umreißt Vogler seine Philosophie. Er ist Verfechter des Clean Label, darauf ist er stolz.

Voglers Produktion ist komplett glutenfrei. Für sein Popcorn kauft er französische Maiskörner, die poppen so schön groß auf.

Die Mandeln kommen aus Spanien. „Die Qualität ist top. Etwas ganz Besonderes ist die Sorte Languetas, sie ist top-top“, betont er. Das Besondere sei – zusätzlich zu dem tollen Geschmack und der länglichen Form – die Beschaffenheit des Mandelhäutchens. An ihm haftet der Zucker besonders gut. Gebrannt werden die Mandeln über Gas in acht Kupferkesseln à 4 Kilogramm. Das Mischungsverhältnis von Mandelkern zu Zucker ist genau festgelegt. Beim Erkennen des optimalen Röstgrads spielt die Erfahrung der Mitarbeiter eine bedeutende Rolle. Nach dem Abkühlen auf großen Blechen werden die Mandeln luftdicht verpackt. „Wir verkaufen die Ware in großen Gebinden. Die Topseller, gebrannte Mandeln und Erdnüsse, gibt es in Eimern à 10 Kilogramm. Unsere anderen Nusspezialitäten bieten wir in 5-kg-Eimern an. Ich verkaufe nur noch lose Ware, aus-

genommen einige regionale Produkte und mein Fabrikverkauf.“

Bis 800 Kilogramm gebrannte Mandeln verlassen täglich die Produktion

Hasel-, Macadamia-, Wal- und Paranüsse, Cashew-, Sonnenblumen- und Kürbiskerne röstet Vogler in seinen Kesseln – ebenso wie die Aussteller auf dem Volksfest. Er verkauft sie an den Fachhandel, an Event-Locations, an den Zirkus. „Gebrannte Mandeln in dieser Qualität und Produktionskapazität findet man in Deutschland kaum noch einmal“, sagt er stolz. Bis zu 800 Kilogramm gebrannte Mandeln verlassen täglich die Produktion. Acht Mitarbeiter arbeiten in der 400 Quadratmeter großen Fertigung, fünf davon an den Mandelmaschinen. Und wenn Popcorn auf dem Produktionsplan steht, produzieren sie dieses. Rund 200 Tonnen Rohstoffe

setzt die Manufaktur im Jahr um. Einen Großteil davon bezieht Vogler direkt vom Hersteller. So kann er auf Wünsche eingehen. „Insbesondere bei den Nüssen ist dies relevant. Manche Kunden wollen eine ganz spezielle Sortierung, eine spezielle Größe. Doch zugleich wissen unsere Kunden, dass wir mit Naturprodukten arbeiten. Nicht immer ist alles in jeder Größe und Qualität verfügbar.“ Zudem produziert Vogler Jahr für Jahr aus 30 bis 40 Tonnen Mais süßes und salziges Popcorn – ohne Palmöl. Sein Kundenkreis erstreckt sich bis nach Italien. Zwei große Kunden sind Circus Krone und Münchner Zuckerl.

Die Aussteller beziehen von Vogler die Rohstoffe, also Nüsse, Kerne und Zucker sowie zusätzlich Mandel- und Nusspezialitäten, die sie in kleineren Mengen verkaufen. Dies sind beispielsweise Himbeer-Balsamico-, Eierlikör-, Erdbeer-, Nutella- oder Raffaello-Mandeln. Einige der Spezialitäten sind schokoliert. Dafür durchlaufen sie eine Überzugsanlage, die der Unternehmer insbesondere zum Schokolieren seiner Apfelringe einsetzt. Diese gibt es in drei Sorten. „Apfelringe in Vollmilchschokolade sind ein weiterer Bestseller.“ Schokolierete Ingwerstäbchen, Aprikosen oder Amarenakirschen hat er ebenso im Portfolio. Auch Mandelmaschinen vertreibt er. „95 Prozent der Aussteller brennen an ihren Ständen. Duftende, warme gebrannte Nüsse ziehen die Kunden an.“

Am Herzen liegt Vogler die Herkunft des Kakao, aus dem die Schokoladen für seine Produkte gemacht sind. „Ich stehe voll hinter dem Cacao-Trace-Programm

von Puratos“, betont er. Um sich selbst ein Bild machen zu können, hat er 2024 an der Reise des Club der Confiseries nach Côte d’Ivoire teilgenommen, war in den Dörfern bei den Menschen und hat zusammen mit diesen Kakaofrüchte geerntet. „Es war eine absolut authentische Reise. Es war kein Sightseeing, keine Rundreise aus dem Katalog. Wir haben uns auf den Kakao, die Arbeit und das Leben der Bauern und ihrer Familien fokussiert“, sagt er. Cacao Trace unterstützt die Bauern, Kakaobohnen in Premium-Qualität zu produzieren, sodass diese einen besseren Preis dafür bekommen. Zudem erhalten sie zu-

Rohstoffe aus Direktbezug, Clean Label, Cacao-Trace-Schokolade

sätzlich 10 Cent pro Kilogramm verkaufte Kuvertüre, die in Projekte für die Dorfgemeinschaft fließen. Aus diesem Grund verarbeitet Vogler für seine eigenen Produkte ausschließlich Belcolade-Kuvertüre aus dem Cacao-Trace-Programm. „Etwa 50 Tonnen Cacao-Trace-Kuvertüre beziehe ich im Jahr. Dazu kommen weitere 25 Tonnen Kuvertüre anderer Hersteller, insbesondere Schokinat und Callebaut. Sie verkaufe ich als Großhändler weiter, verarbeite sie aber nicht in meiner Produktion. Der Kunde ist König“, sagt er und bietet für die Aussteller ein Rundum-Sorglos-Paket an. Dies reicht von den Rohstoffen über Holzspieße oder Cellophanbeutel und Clips bis hin zu Maschinen. Dazu verkauft er als Großhändler Lebkuchenherzen aus deutscher

Produktion in rund 100 verschiedenen Varianten. Ab einer Abnahme von 100 Stück ist eine individuelle Fertigung möglich. Auch Fruchtgummis, Schiebespielware und einiges mehr hat er im Portfolio. 600 Artikel sind Großhandel, etwa 300 Produkte kommen aus eigener Produktion. „Rund 65 Prozent meines Umsatzes erwirtschafte ich mit den Schaustellern. Mit manchen arbeite ich seit mehr als 30 Jahren zusammen“, verrät er. „Es ist eine Nische, meine langjährigen Kunden vertrauen mir.“

Aus einem Großhandel mit kleiner Produktion hat Vogler sein Unternehmen weiterentwickelt. 2008 hat er den Betrieb übernommen und nach seinen Vorstellungen aufgestellt. Anfang 2018 hat er eine neu gebaute Halle bezogen. Mit Corona kam ein Einbruch. „Damals habe ich mir ein eigenes, kräftiges Standbein aufgebaut.“ Die Produktion hat er erweitert, den Fuhrpark abgeschafft. „Das Grundgerüst, die Zusammenarbeit mit den Schaustellern, hat immer gestimmt.“ Und zuweilen hat ihm der Zufall unter die Arme gegriffen. „Meine Arbeit mit Flüchtlingen im Helferkreis war der Auslöser, dass ich Afrikaner angestellt habe.“ Bwessodjo Ouro-Adohi, den alle Desiré nennen, war sein erster afrikanischer Mitarbeiter. „Er arbeitet seit 30 Jahren mit mir zusammen, ohne ihn wäre der Betrieb nicht denkbar.“

Angefangen hat Desiré in der Produktion, heute hat er den gesamten Betrieb im Blick, ist Ansprechpartner, auch für Mussi und Jalfan, die seit fünf Jahren an den Mandelmaschinen arbeiten. „Die Arbeit im Stehen, das Brennen ist herausfordernd. Wenn alle Kessel laufen, wird es sehr warm. Nicht jeder kann oder möchte diese Arbeit machen“, so Vogler. Sein Ausfahrer aus der afrikanischen Community liefert regional aus. Ansonsten arbeitet Vogler mit Speditionen, insbesondere mit Hellmann. Im Büro bildet er mit seiner Prokuristin Annemarie Deibel ein Team. Transparenz schreiben sie groß. Ihr Qualitätsanspruch ist hoch. Vogler sagt mit einem Blick in seine 2.400 Quadratmeter große Halle: „Wir müssen nicht tricken, weil wir mit unseren Kunden nicht auf zwei Stellen hinterm Komma verhandeln müssen. Es macht total viel Spaß, mit einem hochwertigen Sortiment in dieser Bandbreite zu arbeiten.“

◆ stefan-vogler.com

Nusslust pur, spektakulär gut

Die aktivierten Nüsse werden auf großen Rosten verteilt, um dann im Ofen schonend zu trocknen.

Nüsse, Kerne und Salz, mehr nicht. Mithilfe von Quellwasser entsteht auf einem alten Gut aus nur zwei Zutaten ein Naturprodukt – bio, vegan und glutenfrei –, das seinesgleichen sucht. Die aktivierten Nüsse von 2DiE4 sind frei von Bitter- und Gerbstoffen, reich an Mineralien und super crunchy.

Es geht um Nährstoffe und ihre Bioverfügbarkeit, es geht um Achtsamkeit und – am allerwichtigsten – es geht um Geschmack und Genuss. Die aktivierten Nüsse der 2DiE4 Live Foods GmbH aus Mooseurach im Alpenvorland sind einfach nur Nüsse, und doch sind sie etwas ganz Besonderes. Dies wird beim Gespräch mit den Geschäftsführern Agni-Nora Thalgot und Filip Good schnell klar. „Betrachtet man aktuelle Food-Trends wie Fermentation, Slow Food, Clean Label, Transparenz, BFY-Snacking und Gut Health, dann sind wir da mittendrin. 2DiE4 ist die Schnittmenge von allen, steht für mehr als nur ein Nussprodukt. Es ist eine Philosophie, die Qualität, Innovation, Nachhaltigkeit und Verantwortung vereint“, so Good. Die beiden sind Ansprechpartner, pflegen die Beziehung zu allen Beteiligten an der Wertschöpfungskette und zu ihren Kunden. „Der direkte Draht zum Kunden ist uns sehr wichtig. Wir sind transparent, lieben unsere Produkte“, betont Agni.



Die Firmengründerin Agni-Nora Thalgot und der Sportler Filip Good spüren selbst, wie gut ihnen ihre Nüsse tun.

Die Transparenz fängt beim Rohstoff an. „Es ist absolut essenziell, dass unsere Nüsse aus einem biologisch bewirtschafteten und achtsamen Umfeld kommen.“ Zur Aktivierung müssen die Nüsse komplett roh sein, ansonsten lässt sich die Fermentation nicht starten. „Die meisten am Markt verfügbaren Nüsse sind nicht roh. Ursache ist häufig das Knacken der Schale. Ab einer gewissen Unternehmensgröße erfolgt dieser Prozess automatisch“, weiß Agni. Bei Mandeln beispielsweise hilft ein heißer Luftstrom, der bis zum Kern durchdringt, die Hülle zu entfernen, was dazu führt, dass die Mandel nicht mehr aktiviert werden kann (siehe Kasten).

Nicht nur aus diesem Grund arbeitet 2DiE4 mit kleinen landwirtschaftlichen Betrieben zusammen. Die meisten Bauern hat Agni besucht. „Wir beziehen die Nüsse aus der Region oder aus ihren traditionellen Anbaugebieten, da man sie dort nicht mit immensem Wasserverbrauch kultivieren muss“, sagt Good. Die Haselnüsse kommen aus dem Raum München, die Kürbiskerne aus dem Lechtal, die Walnüsse aus den bulgarischen Bergen und die Pistazien und Mandeln aus Spanien. Die Exoten bezieht 2DiE4 aus Südafrika und Bali. „Unsere Paranüsse wachsen wild in Bolivien“, so Agni. Der Einsatz chemischer Pflanzenschutz- oder Düngemittel ist bei den Bio-Nüssen ohnehin tabu. Sobald die wertvolle Lieferung in der Produktion eintrifft, wird sie gekühlt. Die Verarbeitung ist denkbar einfach – und doch unglaublich komplex. „Die Magie passiert in der Produk-

tion“, sagt Good. „Unser Team, Andrea, Lina, Renée und Tamara veredelt die Nüsse in zeitintensiver Handarbeit mit viel Liebe.“ Die rohen Nüsse werden in gesalzenem Wasser eingeweicht – jede Sorte braucht ihre eigene Zeit. „Das Wasser ist das A&O. Ein eigener Brunnen ist für unseren Betrieb unentbehrlich“, so Agni. Nicht zuletzt deshalb sei Gut Mooseurach der perfekte Standort.

Bio-Nüsse von kleinen Produzenten, Wasser aus dem eigenen Brunnen, Salz aus Kroatien und der Bretagne

Dem zweiten Rohstoff, Salz, kommt aus zweierlei Gründen enorme Bedeutung zu: Salz wirkt als Katalysator für die Fermentation, und Salz hebt den Geschmack der Nuss, geht mit dieser eine Symbiose ein. „Die Suche nach dem perfekten Salz war schwierig. Ich habe mindestens 50 verschiedene Salze ausprobiert, aus Deutschland, Frankreich, von Ibiza. Himalayasalz, Höhlensalz, Steinsalz – natürlich immer ohne Rieselhilfe“, sagt Agni, in deren Händen die Produktentwicklung liegt. Fündig wurde sie in Kroatien, in einer der ältesten Salinen Europas, und in der Bretagne.

Nach dem Einweichen werden die Nüsse in 60-kg-Chargen in speziellen Öfen für 30–40 Stunden bei weniger als 65 °C schonend getrocknet. Mithilfe der Trocknungskurve werden die Enzymaktivitäten optimiert, wodurch Proteine auf-

gespalten und für den Körper besser verfügbar werden. Deshalb sprechen die Geschäftsführer von einer zweistufigen Fermentation. Doch vor allem entfalten die Nüsse während des Aktivierens ihren reinen, intensiven, vollmundigen Nuss-Geschmack, entwickeln eine sanfte Süße und werden schön knackig. „Wir finden, der pure Nuss-Geschmack ist nach dem Aktivieren optimal, besser geht's nicht“, sagt Good. Auf das Rösten verzichtet 2DiE4 bewusst, denn die Hitze verändert nicht nur das pure Nuss-Aroma, sondern zerstört auch wertvolle Nährstoffe. „Es ist wie bei einem guten Gericht: Oft ist das Einfachste das Beste“, sagt Agni.

Aktuell werden in Mooseurach 5 Tonnen Nüsse und Kerne verarbeitet. „Die fünffache Menge ist möglich, unsere Produktion ist auf Wachstum ausgelegt“, betont Good. Gefertigt werden elf verschiedene Sorten: Walnüsse, Paranüsse, Mandeln, Haselnüsse, Kürbiskerne, Cashewkerne, Pekannüsse, Pistazien, Tamari-Mandeln, Cayenne-Tamari-Mandeln sowie ein Nuss-Mix. „Gerade fahre ich Versuche mit Macadamias“, verrät Agni. Wie bei jeder Sorte muss sie herausfinden, wieviel Salz die Nuss benötigt, wie lange sie eingeweicht werden und wie die Trocknungskurve verlaufen muss, damit sie perfekt wird. „Doch die größte Herausforderung ist, einen zuverlässigen Lieferanten und Geschäftspartner für rohe Macadamias in Bio-Qualität zu finden.“

Angefangen hat alles mit der Walnuss, das war in Australien. „Traditionelle Kochbücher von den Azteken in Peru haben uns auf die Idee gebracht“, sagt Agni. Vor mehr als 20 Jahren haben Freunde die 2DiE4 Live Foods Australia gegründet und das Original auf den Markt gebracht. 2010 wurde sie in das Geheimnis der Rezepte eingeweiht und inspiriert, ihre eigenen Nüsse in Europa zu aktivieren –

2DiE4 – Aktivierte Nüsse

Durch das Einweichen in Salzwasser setzt 2DiE4 bei Nüssen in Rohkostqualität einen Fermentationsprozess in Gang. Er ist vergleichbar dem Keimen von Samen, allerdings wird der Prozess bei den Nüssen gestoppt, bevor sie auskeimen. „Bei diesem speziellen Fermentationsprozess werden Antinährstoffe abgebaut, Mineralstoffe und Spurenelemente werden freigesetzt und Proteine sowie Kohlenhydrate werden durch Enzyme aufgespalten, was ihre Bioverfügbarkeit erhöht: Die Nüsse werden aktiviert“, so die Geschäftsführer. Zugleich entwickeln sie einen natürlichen Umami-Geschmack. Auf der Homepage von 2DiE4 erfährt man: **Aktivierte Nüsse enthalten bis zu 30 Prozent mehr bioverfügbare Mineralien als rohe Nüsse. Studien zeigen zudem, dass sie helfen, oxidativen Stress (im Körper) zu reduzieren und die Zellgesundheit zu fördern, dass sie leichter verdaulich sind und die Vielfalt des Darmmikrobioms fördern, was sich positiv auf das Immunsystem auswirkt.**



ebenfalls unter dem Namen 2DiE4. Mit einem Dörrapparat haben sie und ihr Mann, beide Foodies, experimentiert. „Er hat immer auf das Geschmackswunder gewartet“, erinnert sie sich. Ihr gesamtes Tun beruht auf den Fragen: Was ist möglich, und was ist nötig. Durch den Kontakt zu einem Klimaanlagen-Hersteller lernten sie alles über Luftströme und haben mit diesem Wissen spezielle Öfen zum Trocknen der Nüsse und Kerne bauen lassen. Knapp vier Jahre hat es gedauert, bis die aktivierte Walnuss perfekt war. Darauf aufbauend wuchs das Portfolio, erst die Pistazie, dann die Mandel, peu à peu die anderen Sorten. Der jüngste Spross im Sortiment ist der Cashewkern.

Wiederkaufsrate bei über 50 Prozent

Erste Erfolge stellten sich auf dem englischen Markt ein – Whole Foods und Planet Organic wurden zuverlässige Großkunden. In Deutschland haben Geschäfte wie Manufactum oder Feinkost Käfer und einige Bioläden 2DiE4 gelistet. „Im stationären Handel sind wir noch eher nischig unterwegs“, sagt Good. „Das Online-Geschäft ist für uns sehr wichtig.“ Die Wiederkaufsrate liegt bei über 50 Prozent. „Sobald der Verbraucher gecheckt hat, wie gut die Nüsse schmecken und dem Körper tun, kauft er sie immer wieder. Sie liegen voll im Trend zum Healthy Snacking. Viele Sportler sind Kunden und auch Kinder lieben unsere Nüsse.“ Positive Effekte habe man zudem bei Reizdarm-Patienten beobachten können. Doch in erster Linie geht es 2DiE4 seit jeher um den Geschmack. Die Reaktion von Freunden nach einer Verkostung: „Wow, these nuts are to die for“ – sie sind einfach unwiderstehlich –, wurde nicht nur zum Firmennamen, sondern zum Programm. Agni sagt: „Unsere aktivierten Nüsse sind etwas ganz Besonderes und zugleich völlig unscheinbar. So ist es bei vielen Dingen im Leben, die dich zufrieden machen. Die Zufriedenheit in meinem Leben soll auch durch meine Ernährung kommen.“ Good ergänzt: „Es ist im wahrsten Sinn des Wortes Slow Food, was wir machen. Wir geben unseren Nüssen und dem Geschmack Zeit, sich zu entwickeln. Wir wollen die Einfachheit beibehalten. Wir sind Puristen.“ ♦

2die4livefoods.com



NOALYA

Kunstvolle Dragees aus der Toskana

Aus Italien kommen köstliche Haselnüsse, Mandeln und Pistazien – nicht nur als wertvoller Rohstoff, sondern auch veredelt als Dragees von der toskanischen Manufaktur Noalya. „Der Röstprozess ist sehr wichtig“, sagt Massimiliano Tessieri, der in der Produktion zusammen mit seinem Vater Alessio Tessieri arbeitet. Die Nüsse und Kerne werden bei Noalya in Heißluft im Kessel geröstet und dann karamellisiert. Dies sei wesentlich für den Geschmack und die Konsistenz des Endprodukts. Danach erfolgt das Ummanteln mit Schokolade. „Wir ummanteln unsere Haselnüsse mit Milchschokolade, gefertigt mit Kakao von unserer Plantage in Venezuela.“ Die glänzenden, grünen Pistazien-Dragees sind Hingucker und kulinarisches Highlight. Sie werden mit dunkler Schokolade ummantelt, das Finish bildet mit natürlichem Grün gefärbte weiße Schokolade. Ein Kunstwerk



sind die Mandeln, überzogen mit drei Schokoladensorten in drei Arbeitsschritten. Die Kerne werden mit Milchschokolade umhüllt, darauf kommt eine Schicht dunkle Schokolade, den Abschluss bildet ein Mantel aus weißer Schokolade, der mit der darunterliegenden Schicht eine wunderschöne Marmorierung ergibt. Verfügbar sind die Dragees im 100-g-Glas und zum individuellen Abpacken im 1,5-kg-Gebinde. „Es ist sehr aufwendig, die Nüsse mit den verschiedenen Schokoladen zu ummanteln“, weiß Tessieri. Rund zwei Tage dauert die Produktion, da nach jedem Arbeitsschritt – Rösten, Karamellisieren, die einzelnen Schokoladenschichten – eine Ruhezeit zwingend erforderlich sei. Ein natürlicher Überzug schützt die Dragees vor Feuchtigkeit und verleiht ihnen einen schönen Glanz. Noalya wird in Deutschland von Oliver Dilli (Dillicious) vertrieben. noalya.com/dillicious.eu



LA MARA

Schoko-Bites im Glas

„Schoko-Bites“ heißen bei La Mara mit Schokolade ummantelte Nüsse und Kerne. Selbstredend sind sie vegan, wie alles bei der Regensburger Chocolaterie. So auch die Holy Hazelnut Schoko-Bites, geröstete Haselnüsse aus dem Piemont leicht karamellisiert und mit der edlen Mandelschokolade (Vollmilch) mit 47 Prozent Kakao von La Mara ummantelt. Grundlage der Mandelschokolade ist Single Origin Schokolade aus Peru. Bei La Mara fungiert die Mandel als Milch-

ersatz, damit stellt die Firma ihre vegane Vollmilchschokolade her. „Wir fertigen unsere eigenen veganen Alternativen zu Vollmilchschokolade und Fruchtschokolade“, erklären Tamara und Max Wittl, die Gründer von La Mara.

Bei Macadamia Fleur de Sel Schoko-Bites zeigt die Königin der Nüsse, was sie kann. Geröstete, leicht karamellierte Macadamianüsse werden mit Single Origin Zartbitterschokolade aus Ecuador (62 %) ummantelt. Für das perfekte Geschmackserlebnis darf ein Hauch Fleur de Sel nicht fehlen. Die Pimped Peanut Schoko-Bites sind karamellierte Erdnüsse in La Maras veganer Mandelschokolade, mit Fleur de Sel verfeinert.

Geröstete Mandeln ummantelt mit cremiger Himbeere sind die Raspberry Almond Schoko-Bites. La Mara umhüllt

die australischen Mandeln mit selbst gemachter Himbeer-Kakaobutterzubereitung. Die Farbe kommt ausschließlich von den gefriergetrockneten Himbeeren, Farbstoffe kommen bei der veganen Chocolaterie nicht ins Glas. „Unsere knackigen australischen Mandeln, umhüllt mit leckerer Himbeere, sind der perfekte Snack für zwischendurch“, sagt Tamara Wittl. Auf den Zusatz von Zucker verzichtet La Mara bei den Tonka Almond Schoko-Bites. Ummantelt sind die gerösteten, mit Tonkabohne verfeinerten Mandeln mit Zartbitterschokolade (65 %). Für alle, die sich nicht entscheiden können, gibt es die Nuts & Chill Schoko-Bites, eine bunte Mischung aller Schoko-Bites. Optimal geschützt bietet La Mara alle seine Schoko-Bites im 135-g-Glas an. la-mara.de



SCHELL SCHOKOLADEN

Nüsse, Schokolade, Früchte und Gewürze genussvoll kombiniert

Die schokolierten Nüsse und Dragees von Schell Schokoladen sind etwas Besonderes. Das kompromisslose Qualitätsdenken von Ebarhard Schell ist auch hier oberste Prämisse. Für ein unvergleichliches Geschmackserlebnis fertigt Schell mit seinem Team seine schokolierten Nüsse und Dragees mit handwerklicher Perfektion und den besten Zutaten – und das schmeckt man. Die Nüsse sind edle Nascherei für zwischendurch und auch ein Geschenk – die exquisite Qualität macht jedes Produkt zu einem unvergleichlichen Geschmackserlebnis.

Himbeermendeln – fruchtige Eleganz in Schokolade

Ein wahres Highlight im Sortiment sind die Himbeermendeln. Die Mandeln werden schonend geröstet, um ihr volles Aroma zu entfalten, bevor sie mit weißer Schokolade umhüllt werden. Den besonderen Akzent setzt eine Ummantelung aus gefriergetrocknetem Himbeerpulver und edlem indischen Pfeffer. Eine harmonische Balance zwischen Süß, Fruchtig und Würzig. Die preisgekrönten Zitronennüsschen von Schell Schokoladen vereinen das intensive Aroma von Piemonteser Haselnüssen mit cremiger weißer Schokolade. Abgerundet wird die Kreation durch eine feine Schicht aus Zitronen-

pulver, Zitronenmyrte und Fleur de Sel – ein ausbalanciertes Geschmackserlebnis aus süß, sauer und salzig. Längst kein Geheimtipp mehr für Liebhaber intensiver Schokoladenaromen sind die schokolierten Kakaobohnen. Die Bohnen behalten beim Rösten ihren natürlichen Charakter und werden mit feiner Schokolade umhüllt. Ein knuspriger Genuss mit herbem Kakaogeschmack. Feinste Espressobohnen, umhüllt mit Schokolade – das ist Schells Schoko Mocca. Hier trifft die intensive Röstnote der Kaffeebohne auf süße, cremige Schokolade, ein Genussmoment für Kaffeeliebhaber.

Perfekte Begleiter zu Wein, Kaffee oder Tee

Die feinen Dragees und schokolierten Nüsse von Schell Schokoladen sind pur ein Hochgenuss und ebenso ein idealer Begleiter zu edlen Getränken. Himbeermendeln und Zitronennüsschen harmonieren besonders gut mit einem gekühlten Roséwein oder Sekt, während Schoko Mocca und schokolierter Kaffeebohnen die perfekte Ergänzung zu Espresso oder Tee sind. Die schokolierten Kakaobohnen hingegen unterstreichen die Aromen eines gehaltvollen Rotweins perfekt. schell-schokoladen.de



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.



POTT AU CHOCOLAT

Energiegeladen und geschmackvoll

„Nüsse und Schokolade sind einzeln schon unglaublich lecker, in der Kombination jedoch ein fantastisches Geschmackserlebnis“, sagt Marie-Luise Langehenke, Geschäftsführerin von Pott au Chocolat. Wer wollte da widersprechen. Die Dortmunder Manufaktur verwandelt die besten Haselnüsse aus dem Piemont und Mandelkerne aus Südamerika mit einem Schokoladenmantel zu unfassbar geschmackvollen Snacks, vollgepackt mit Energie. Auch Kakaobohnen überzieht das Team mit Schokolade – obwohl sie streng genommen keine Nüsse sind, dürfen sie hier nicht fehlen, ist Langehenke überzeugt. Ebenso dürften ihre Mandelsplitter bei dem Schwerpunktthema Nüsse & Kerne auf keinen Fall unerwähnt bleiben – zählen sie doch schon seit Jahren zu den Bestsellern der Bean-to-Bar-Manufaktur.

„Unsere milden Kakaobohnen aus Kolumbien umhüllt von 75% dunkler Schokolade aus Tansania mit ihren vielen Fruchtakzenten sind einfach klasse. Sie haben im letzten Jahr als einziges Produkt bei den DACH International Chocolate Awards Gold gewonnen – leckeres Superfood mit ganz wenig Zucker.“ Dafür fertigt Pott au Chocolat aus den fruchtigen Kakaobohnen von Kokoa Kamili aus Tansania eine einzigartige Schokolade und überzieht mit dieser Businchario Kakaobohnen der Arhuaco. „Mit ihrer

reichen Aromenvielfalt, nachhaltigen Herkunft und dem positiven Effekt auf Körper und Geist sind unsere schokolierten Kakaobohnen der perfekte Genuss für bewusste Genießer“, zeigt sich Langehenke überzeugt.

Für eine perfekte Balance sind Schokolade und Nuss optimal aufeinander abgestimmt

„Unsere Mandelsplitter sind schon seit Jahren sehr beliebt, weil wir sie mit einem Püree aus glasierten Orangen aufpeppen – die Kombination aus Orangen und Mandeln funktioniert sowohl in dunkler als auch Milkschokolade hervorragend.“ Auch ganze karamellierte Mandeln, umhüllt von dunkler Bean-to-Bar-Schokolade, bietet Pott au Chocolat an. „Gebraute Mandeln passen vielleicht eher in die Weihnachtszeit, aber unsere Mandeln sind vegan und daher ein beliebtes Ganzjahresprodukt. Die Lebkuchenmandeln in Milkschokolade assoziiert der Verbraucher allerdings eher mit der kalten Jahreszeit, obwohl sie natürlich ganzjährig schmecken.“ Hier fiel die Wahl auf Milkschokolade, da die Lebkuchengewürze sich so am besten entfalten. Ein Saisonprodukt zu Ostern sind die mit weißer Schokolade dragierten Himbeer- und Zitronenmandeln. „Sie schmecken nach Frühling und Sommer und sehen zugleich frisch und bunt aus – ohne künstliche Farbstoffe. Das Rosa kommt ausschließlich von Pulver aus gefriergetrockneten Himbeeren.“

Schokolierete Haselnüsse runden das Portfolio perfekt ab. „Unsere Piemonteser Haselnüsse von einer kleinen Bauernkooperative sind einfach der Hammer. Anfangs haben wir zwei Varianten gefertigt, mit 39 % Milkschokolade und 70 % dunkler Schokolade aus Indonesien. Unsere ausgewogene Bean-to-Bar-Schokolade Sumba harmoniert perfekt mit dem feinen Nussaroma“, sagt Langehenke. Da die Gunst der Kunden aber mit Abstand auf der dunklen Variante liegt – vielleicht auch, weil diese vegan ist – hat sich Pott au Chocolat auf diese beschränkt. „Bei den Pralinen merken wir nicht generell einen Trend hin zu vegan, aber bei den Bean-to-Bar-Schokoladen-Liebhabern ist vegan die bevorzugte Variante“, verrät Langehenke.

pottauchocolat.de



BEATRIX WITTL – GENUSSKUNST

Kerne, Praliné, Kuvertüren perfekt aufeinander abgestimmt

Vier unterschiedliche Dragées, alle mit einer perfekt auf die jeweilige Nuss abgestimmten Schokolade umhüllt, fertigt das Familienunternehmen Konditorei Wittl/ Beatrix Wittl – Genusskunst in dem eigenen Betrieb. So entstehen ganz unterschiedliche Geschmacksrichtungen, bei denen jede einzelne mit einer besonderen, feinen Note überrascht.

„Alle unseren schokolierten Nüsse sind hausdragiert“, betont Beatrix Wittl, die nach dem Abschluss der Meisterschule für das Konditorhandwerk Ende 2020 bereit war, den elterlichen Betrieb zu leiten. Aktuell läuft der Übernahmeprozess. 2022 ist



der Marketingspezialist Thomas Wittl in das Unternehmen eingetreten, seitdem arbeiten die beiden am Ausbau der Marke „Beatrix Wittl – Genusskunst“. Als Beatrix Wittl 2019 einige Zeit in Frankreich verbrachte, führte sie ihr Wissensdurst in renommierte Pâtisseries des Landes, wo sie ihre Leidenschaft für die Haute Pâtisserie entdeckte. Diese eröffnete ihr neue Geschmackswelten, die sie in die Entwicklung ihrer Dragées einfließen ließ. Aus fünf unterschiedlichen Produkten besteht die Dragée-Range. Zum Überziehen verwendet Wittl stets Kuvertüren von Valrhona. Bei der Sorte Erdnuss Fleur de Sel sind karamellierte Erdnüsse mit Erdnusspraliné und feinsten Jivara-Vollmilchkuvertüre umhüllt. Weiche Schale, harter



Kern heißt es bei den veganen Dragées Cacao-Noir: leicht karamellierte Piemont-Haselnüsse werden mit einer 66-prozentigen Grand Cru Kuvertüre ummantelt und mit Edelkacao bestäubt. Dulcey sind karamellierte Mandeln mit Mandelpraliné, Fleur de Sel und Dulcey-Kuvertüre, und die Sorte Himbeer-Piemont sind karamellierte Piemont-Haselnüsse mit Haselnusspraliné und der veganen Kuvertüre Inspiration Himbeere. Wer die Abwechslung mag, für den ist Melange, eine Mischung aus den vier verschiedenen Dragées, die perfekte Wahl. Angeboten werden die Dragées im 130-g-Glas.

beatrix-wittl.de

CONFISERIE GMEINER

Knusprig-süße Genüsse

„Vor dem Schokolieren karamellisieren wir alle unsere Nüsse und Mandeln“, verrät Volker Gmeiner, Inhaber des gleichnamigen Kaffeehaus- und Confiserie-Unternehmens. Durch das Karamellisieren im Kupferkessel werden die Kerne zugleich schonend geröstet. Dies macht sie schön knusprig, und zudem entwickeln sie ein ganz besonderes Aroma. „Mit unseren Genüssen erleben Sie den perfekten süßen und knusprigen Genuss“, betont er. In einem sorgfältigen dreitägigen Prozess werden nur die besten Piemonteser Haselnüsse zuerst geröstet und karamellisiert und anschließend für ein rundes, einzigartiges Geschmackserlebnis mit feiner Gianduja dragiert. Zum Abschluss werden die Nüsse mit Kakao bestäubt und im typischen Gmeiner-Design in der 125-g-Schachtel oder in der 200-g-Runddose angeboten.

Ein Sommerprodukt sind die Zitronenmandeln, eine köstliche Kombination aus feinsten spanischen Marconamandeln

und bester Schokolade. Nach dem schonenden Rösten und Karamellisieren werden die Mandeln mit Zitrone und Schokolade verfeinert. Optisch perfekt werden die Zitronenmandeln durch Staubzucker. Um eine hohe Qualität und einen einzigartigen Geschmack zu gewährleisten, wählt Gmeiner die Mandeln sorgfältig aus und verarbeitet sie von Hand. Zum Winter fertigt der Chocolatier Weihnachtsmandeln im Nougatmantel. Dafür werden die gerösteten, karamellisierten Marconamandeln mit feiner Gianduja, die mit weihnachtlichen Gewürzen verfeinert wurde, umhüllt. Perfekt werden Geschmack und Optik durch das Bestauben mit Kakao. Mit ihren einzigartigen, ansprechenden Verpackungen rücken Volker und Christine Gmeiner ihre Produkte ins Rampenlicht. Für den Herbst kündigen sie einen Verpackungsrelaunch an, man darf gespannt sein, was sie sich haben einfallen lassen.

chocolatier.de





SUMMERBIRD

Haselnüsse und Mandeln, raffiniert veredelt



Seit einigen Jahren erobert eine dänische Marke deutsche Herzen. In Assens auf der Insel Fünen fertigt Summerbird süße Spezialitäten in Bio-Qualität, die Schokoladen werden dort Bean-to-Bar selber hergestellt. Dies schmeckt man auch bei den Dragees, die Summerbird in acht verschiedenen Sorten produziert. Verarbeitet werden spanische Mandeln und italienische Haselnüsse. Der mehrstufige Herstellungsprozess ist aufwendig, bei allen Sorten werden die Haselnüsse und Mandeln zuerst leicht geröstet und dann dragiert.

Die Nougat-Mandeln, ein Summerbird-Klassiker, bei dem Handwerkskunst und Traditionen eine zentrale Rolle spielen, sind mit je einer dünnen Schicht aus Nougat und Vollmilchschokolade dragiert, während Praliné Cocoa von einer dicken Schicht Nougat umhüllt und mit Kakaopulver bestäubte Mandeln sind. Für die Sorte Amber Dragée, die mit ihrem unverfälschten und zugleich raffinierten Geschmack begeistert, dragiert Summerbird Haselnüsse mit einer dünnen Schicht Praliné und Krokantgranulat und ummantelt diese dick mit karamelliger Amber Schokolade. Einen wunderbar fruchtigen und leicht säuerlichen Geschmack entfalten Noisette Dragée und Raspberry

Red, sobald man sie in den Mund nimmt. Erstere sind Haselnüsse, dünn mit Praliné und großzügig mit Amber Noir-Schokolade umhüllt und mit aromatischem Brombeerpulver veredelt. Raspberry Red sind Amber Classic-Mandeln, abgerundet mit fruchtigen, fein zermahlener sonnengereifter Himbeeren.

Für das Liquorice Dragée, eine kontrastreiche, unwiderstehliche Spezialität für Lakritzliebhaber, dragiert Summerbird Mandeln mit einer dünnen Schicht Amber Schokolade und veredelt sie mit Lakritz. Die Sorte Coffee Lovers sind Haselnüsse, mit einer dünnen Schicht aus Praliné, Kaffee und der preisgekrönten Amber Classic-Schokolade dragiert und mit Kakaopulver und Puderzucker verfeinert. Mit der Sorte Guayas, Mandeln voller Charakter, Tiefe und Finesse, unterstreicht Summerbird seine Liebe zu Kakao und Schokolade. Sortenreine Guayas-Schokolade verleiht den Nougat-Mandeln ihren Namen, die mit einer dünnen Schicht Nougat, dunkler Schokolade Guayas 71 %, Meersalz und gerösteten, zerstoßenen Kakaobohnen dragiert werden. Summerbird wird in Deutschland exklusiv durch Wilk Gourmetgroup vertrieben.

wilk-gourmetgroup.de

WILDBACH

Von Kernen und Bohnen berauscht

Wildbach steht für höchste Qualität, fair gehandelte Zutaten und ehrlichen Genuss. Seit August letzten Jahres bereichern dragierte Köstlichkeiten das Sortiment, „Sie haben sich schnell zu Bestsellern entwickelt,“ bestätigt die stellvertretende Geschäftsführerin von Wildbach, Maike Mölleman.

Sie heißen Ge’Nuss, Mandelrausch, Kaffeepause und Nur für Schokoliker – die neuen Wildbach-Dragees, hergestellt aus fair bezahltem Kakao aus Kolumbien.

Beim Mandelrausch sorgen geschälte Mandeln, umhüllt von edler Zartbitterschokolade, für fein-nussigen Genuss. Wenn knackig auf cremig trifft, entsteht der Ge’Nuss: geschälte Haselnüsse, perfekt umhüllt von zarter Vollmilchschokolade. Ein knuspriges Erlebnis bietet die Kaffeepause – geröstete Kaffeebohnen, dragiert mit weißer, Vollmilch- oder Zartbitterschokolade, die für einen aromatischen Energieschub sorgen. Für echte Kakao- und Schokoladenliebhaber gibt

es Nur für Schokoliker: karamellisierte Kakaonibs, umhüllt von feinsten Vollmilchschokolade – selbstverständlich aus fair gehandelten Zutaten.

Bei der Verpackung hat sich Wildbach für wiederverwendbare Gläser entschieden und trägt so seinem nachhaltigen Ansatz Rechnung. Mit den dragierten Spezialitäten bringt Wildbach den Genuss auf ein neues Niveau – und bleibt dabei seinen Werten treu.

wildbach.de



CONFISERIE DE MÉDICIS

Innovationen aus dem Jardin Cacao

Seit dem Jahr 1952 stellt die Confiserie de Médicis edle und authentische Dragees sowie mit Schokolade umhüllte Mandeln her. Ursprünglich von Pierre Charnay in einer kleinen Werkstatt in Saint-Maur-des-Fossés gegründet, verlagerte das Unternehmen seine Produktion 1968 nach Ferrières-en-Gâtinais, um der steigenden Nachfrage gerecht zu werden. Mario Charnay, der älteste Sohn der Familie, baute dort die Fertigung weiter aus und entwickelte das exklusive Médicis-Sorti-

ment mit neuen Gourmet-Spezialitäten. Heute führen die Kinder und Enkel des Gründers die Tradition fort und erweitern das Sortiment kontinuierlich um exquisite Gaumenfreuden – insbesondere mit der innovativen Produktlinie Jardin Cacao®.

Diese Kollektion vereint erlesene Zutaten wie geröstete Mandeln und Haselnüsse, Salzkaramell, fruchtige Gelees oder Maronencreme – meisterhaft umhüllt von feinsten Schokolade. Ob die zartschmelzende Nougatcreme von Quiriga oder die

charakterstarke dunkle Schokolade der Olives des Garrigues, ob klassische Praliné-Schokoladen-Dragees oder kreative Neuheiten wie das Duo Caramel – jede Kreation besticht durch höchste Qualität und Raffinesse.

Nüsse, Karamell, Maronencreme oder Gelee, von Schokolade umhüllt

Die Auswahl der Rohstoffe erfolgt mit großer Sorgfalt: Nur Mandeln aus den besten Anbaugebieten wie Lerida oder Avola werden maschinell und von Hand aussortiert, sodass ausschließlich einwandfreie und den hohen Qualitätsstandards entsprechende Mandeln verarbeitet werden. Der verwendete Kakao ist Rainforest Alliance zertifiziert. Als mit dem Label Entreprise du Patrimoine Vivant ausgezeichnete Manufaktur beherrscht die Confiserie de Médicis das Handwerk der Veredelung in Perfektion. Der kompromisslose Anspruch an Qualität und Innovation hat Médicis international zu einer renommierten Marke gemacht. Confiserie de Médicis wird in Deutschland exklusiv durch Süßwaren Albrecht vertrieben.

suesswaren-grosshaendler.de



CONFISERIE FELICITAS

Handwerklich schokolierete Nüsse und Früchte

Seit 1992 wird im idyllischen Hornow die belgisch-brandenburgische Schokoladentradition mit Leidenschaft und Hingabe gepflegt. Die Confiserie Felicitas fertigt in ihrer Manufaktur handgemachte Leckereien aus feinsten belgischer Schokolade und legt dabei besonderen Wert auf Nachhaltigkeit und regionale Zutaten. Neben einer großen Auswahl an schokoliereten Nüssen bietet sie eine Vielfalt an getrockneten Früchten, die mit der gleichen Sorgfalt veredelt werden. Die schokoliereten Nüsse und Früchte gibt es in verschiedenen Geschmacksrichtungen:

zart schmelzende Vollmilchschokolade, die dunkle Raffinesse von Zartbitter, die verführerische Kombination aus Salz und Karamell sowie die fruchtig-exotische

Ruby-Schokolade. Jede Variante wird sorgfältig von Hand verarbeitet, um den perfekten Genuss zu gewährleisten.

„Mit einem klaren Fokus auf handwerkliche Fertigung und umweltbewusste Produktion bietet die Confiserie Felicitas nicht nur ein außergewöhnliches Geschmackserlebnis, sondern auch die Sicherheit, dass jedes Produkt mit Respekt für die Natur und die Umwelt hergestellt wird. Unsere schokoliereten Nüsse und Früchte sind die perfekte Wahl für Genießer und ein edles Geschenk für besondere Anlässe“, sagt Geschäftsführerin Goedele Matthyssen.

felicitas-schokolade.de





Die CdC-Gemeinschaft

In Halle 10.1 auf der Internationalen Süßwarenmesse in Köln hat der CdC-Gemeinschaftsstand in diesem Jahr eine neue Heimat gefunden. Insgesamt 27 CdC-Mitglieder präsentierten dort ihre Spezialitäten-Vielfalt für den Fachhandel, darunter Pralinen, Tafelschokoladen, zum Teil Bean-to-Bar gefertigt, Feingebäck, Trinkschokoladen, Dekore, Produkte aus Kakaofruchtfleisch, Verpackungen, ein Innovation-Lab und Software-Lösungen.

Der Begriff CdC-Gemeinschaft gewinnt für die Manufakturen und Großhändler zunehmend an Bedeutung, denn der Austausch untereinander wird immer offener und vertrauensvoller. Gemeinschaftlich für den Fachhandel, so könnte man die Philosophie der Aussteller am CdC-Gemeinschaftsstand beschreiben. Der offensichtlichste Vorteil: Durch die Präsentation der Innovationen, neuen Verpackungen und Produktklassiker in einem Bereich auf der weltgrößten Süßwarenmesse haben die Fachhändler kurze Wege und können sich schnell einen Überblick über das für sie relevante Sortiment verschaffen. Dass das Konzept aufgeht, zeigt die positive Resonanz der Aussteller, die sich insbesondere mit der Qualität der Gespräche zufrieden zeigten.

Farben stehen im Mittelpunkt der Schoko-Laden Werkstatt in Bernau am Chiemsee. Für das Färben der Kuvertüren, aus denen die Schokofiguren hergestellt sind, verwenden Erika und Stefanie Kania nahezu ausnahmslos Obst- und Gemüsefarben.



Kaffee und Wein gehören zu einer Lounge dazu. Thorsten Kiss sorgte für das Wohlfühl-Feeling mit einer Auswahl aus dem Schlumberger-Sortiment.



Gliss Caffee bestückte die Kaffeebar mit Röstkaffees und Wasser von Staatlich Fachingen. Claudia Gliss (li.) und Anja Scheiber waren das perfekte Barista-Team.



Club der Confiserien
Genuss vereint



Perfekt inszeniert: Oliver Coppeneur hat auf der ISM neue Ideen für die Pralinenpräsentation in der Theke vorgestellt.

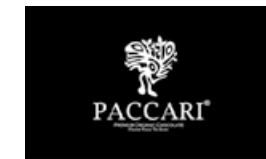


Die Macarons von Maison Alsacienne de Biscuiterie sind ein Hingucker. Kaum jemand kann hier widerstehen.

Sponsoren:



MitAussteller:



Vielen Dank ...

... an unsere Sponsoren & MitAussteller





Fit bleiben für die Zukunft

Wohin geht es zukünftig? Welche Strategien sind erfolversprechend? Vier erfolgreich in der Confiserie- und Schokoladenwelt tätige Referenten haben auf dem CdC-Fachhandelsforum ihre Unternehmenskonzepte vorgestellt und skizziert, wie die weitere Entwicklung ihrer Unternehmen aussieht.

Der Fachhandel und sein hochwertiges Sortiment sind beliebt. Doch Erfolg ist kein Selbstläufer, die Hersteller von Confiserie- und Schokoladenprodukten sind gefordert, die Kunden mit ihren Produkten zu begeistern. Mit vier hochkarätigen Referenten hat das CdC-Fachhandelsforum einen großen Bogen gespannt, vom erfolgreichen Confiserie- und Kaffeehausunternehmen Gmeiner, das seit 125 Jahren besteht, über die Confiserie Burg Lauenstein und das vor fünf Jahren gegründete Start-up Kakao Mischa bis hin zu Kuvertüre-, Tafelschokolade- und Kakaobohnenanbieter Original Beans. Sie alle eint, dass sie es mithilfe von konsequenter Markenpolitik geschafft haben, die Verbraucher an sich zu binden. So verkauft etwa Mischa Levit, der sich seit fünf Jahren „Kakao Mischa“ nennt und eine beständig wachsende Community begeistert, 20 Tonnen Zeremonienkacao im Jahr – 100-prozentige Kakao-masse, zu Talern oder Herzen gegossen.



Kakao Mischa ist mit dem Verkauf von Zeremonien-Kakao ausgesprochen erfolgreich.



Podiumsdiskussion im Anschluss an die Vorträge: (v. li.) Volker Gmeiner, Mischa Levit, Thomas Luger, Patrick von Vacano sowie Moderatorin Anja Ashauer.

Das Besondere daran ist nicht nur der Geschmack, sondern auch die Wertschätzung des Produkts. Kakao Mischa spricht nicht von der Wertschöpfungs-, sondern von der Wertschätzungskette, was bedeutet, dass jeder Akteur von der Pflanzung des Kakaobaums bis hin zum Konsumenten wertgeschätzt wird. Ausdruck findet dies durch eine faire, gute Bezahlung, angefangen beim Kakaobauern, und eine schonende Behandlung des Kakaos.

Den Wert des Produkts erhöhen, anstatt Kosten einzusparen

Trotz der wachsenden Herausforderungen lassen sich Lösungen finden. „Wir sollten den Wert des Produkts erhöhen, anstatt Kosten einzusparen“, zeigte sich Levit überzeugt. „Wir können spannende, authentische Geschichten erzählen. Es ist wichtig, die Balance zwischen Tradition und Innovation zu finden. Wir bei Kakao Mischa tun genau dies mit zeremoniellem Kakao.“ Er maximiert den gefühlten Wert des Produkts, hebt dessen Einzigartigkeit hervor, versteht die Zielgruppe und lehnt den Preiskampf ab. „Man muss auf sein Herz hören und sich seine eigene Welt erschaffen.“

„Macht genau das, was ihr liebt, das, woran euer Herz hängt“, ist auch die Devise von Volker Gmeiner, der das gleichnamige Familienunternehmen zusammen mit seiner Frau Christine in vierter Generation führt. Er garantiert traditionelle Handarbeit, täglich frische Produkte aus den besten Rohstoffen, soweit möglich von lokalen Produzenten, sowie den Verzicht auf Konservierungsstoffe und künstliche Aromen. Bei der Gestaltung des Sortiments müsse man die Perspektive der Kunden einnehmen. So sei der typische Gmeiner-Look entstanden.

Die Kunden sollen sich so kurz wie möglich mit dem Preis beschäftigen

Gmeiner verfolgt eine stringente Preispolitik: „Wir möchten, dass die Kunden sich so kurz wie möglich mit dem Preis beschäftigen. Qualität darf ruhig auch etwas kosten.“ Zunehmend setzt er auf die Zusammenarbeit mit Fachhändlern. Gmeiner hat zudem peu à peu neue Läden unter seinem Namen eröffnet. Heute entfallen 36 Prozent des Umsatzes auf Wiederverkäufer, knapp 7 Prozent trägt der Online-Handel bei. Ziel hinter allem ist nicht zuletzt der Fortbestand der Firma.



Thomas Luger möchte die jüngere Zielgruppe mit der neuen Bean-to-Bar-Linie von Confiserie Burg Lauenstein ansprechen.

„Wir versuchen, unser Unternehmen so zu drehen, dass es für unsere Töchter interessant ist, es weiterzuführen.“ 2024 habe er das Stammhaus geschlossen, ein richtiger Schritt, wie er heute weiß. „Machen Sie, was Sie lieben. Was nichts bringt, muss einfach weg“, so sein Rat.

Schokoladenläden im Wandel, die Bedeutung von Qualität nimmt zu

„Endlich haben wir Kakaopreise, von denen der Bauer leben kann“, betonte Patrick von Vacano von Original Beans. Er sieht die Schokoladenläden im Wandel, denn die Bedeutung von Qualität nimmt zu. „Seid innovativ, ihr müsst als Unternehmen eigenständig werden“, lautete sein Appell an die Confiserien. Doch ebenso wichtig wie das Produkt sei die



Patrick von Vacano von Original Beans fordert Fachhandel und Confiserien zu Kreativität und bedingungsloser Qualität auf.

Sichtbarkeit nach außen. „An der Digitalisierung kommen wir nicht vorbei. Das ist Werbung umsonst. Viele Akteure auf Social Media haben uns gezeigt, wie Marketing geht.“ Unabdingbar sei der Unterbau, die Qualität der Ware. „Hebt euch mit hochwertigen, innovativen, frischen Pralinen mit kurzem MHD von der industriellen Ware ab. Die Kunden werden nicht enttäuscht sein, wenn ihr weiter konsequent eure Marke mit strikter Qualitätsphilosophie nach vorne bringt.“

Renommierte Confiserie startet mit eigener Bean-to-Bar-Produktion

„Wie schaffen wir es, die jüngere Zielgruppe auf uns aufmerksam zu machen und an uns zu binden?“ Auf diese Frage antwortet Confiserie Burg Lauenstein



Volker Gmeiner setzt auf Handarbeit, frische Produkte, hohe Rohstoffqualität und eine ansprechende Optik der Produkte.

mit einer eigenen Bean-to-Bar-Produktion. „Eine unserer letzten echte Innovationen war die Teeschokolade“, sagte Geschäftsführer Thomas Luger auf dem CdC-Fachhandelsforum. Und in diesem Jahr folgt JaKao by Lauenstein, die Bean-to-Bar-Marke der Manufaktur. Damit schlägt Confiserie Burg Lauenstein in der Firmengeschichte auf. Dort liegen auch mit der Herstellung von Pralinen die Wurzeln des Unternehmens. Gestartet als Pralinenmanufaktur, erfolgte 2007 die Sortimentserweiterung mit Tafelschokoladen. Heute erwirtschaftet die erfolgreiche Confiserie 30 Prozent ihres Umsatzes mit dem Fachhandel und in Kaufhäusern sowie 21 Prozent in B2C. clubderconfiserien.de



Treffen und Networking im Vorfeld des Fachhandelsforums (Mitte). Natascha Kespy von Winterfeldt Schokoladen (Bild li.) wendet sich mit einer Frage an die Referenten. Ulrich Zuenelli (2. v. re.), Executive Chairman bei dem Südtiroler Unternehmen A. Locker SPA, verfolgt gespannt den Vorträgen der Referenten. Neben ihm Thomas Luger (re.) Geschäftsführer Confiserie Burg Lauenstein, und Joachim Eckert, Vorstandsvorsitzender von SWEETS GLOBAL NETWORK.





1 Hermann Ratzinger im Gespräch mit Andreas Mohrs und Maïke Möllemann (v. li.). Am Stand von Wildbach war auch Ambiente Papierdesign, Produzent von Gießformen über Blister bis hin zu Polsterkissen, vertreten. Mohrs resümiert: „Die ISM 2025 war für uns ein absolutes Highlight! Wir haben unsere Bean-to-Bar-Schokoladen mit selbst gepresster Kakaobutter präsentiert, darunter super leckere vegane Sorten. Der inspirierende Austausch mit Branchen-Kolleginnen und Kollegen hat uns begeistert und wertvolle Impulse gegeben. Die ISM bot den perfekten Rahmen, um Wissen zu teilen, neue Ideen zu entwickeln und Gleichgesinnte zu treffen. Ein großes Danke an die Organisatoren für die großartige Plattform – wir freuen uns schon auf das nächste Jahr!

2 Sabrina Schanz und Leon Baeck haben mit guter Laune und viel Fachwissen die Kuvertüren und Tafelschokoladen von Original Beans präsentiert.

3 Im Mittelpunkt des Messeauftritts von Goedel Matthyssen und Peter Bienstmann stand die schokoladige Entdeckungsreise rund um den Globus, die es auch in einer veganen Variante gibt.

4 Samuel Bourin, Vertriebsleiter bei Choba Choba, im Gespräch mit Marie-Luise Langehenke von Pott au Chocolat.

5 Theresa Pletzer, Brunner Schokoladenformen (li.), und Stefanie Kania, Schokoladen-Werkstatt, haben die Marke Brunner artisan sowie das bunte Sortiment der Werkstatt in Bernau vorgestellt.

6 „ISM-Sonntag und Montag waren wirklich gut, und auch Dienstag waren noch interessante Kunden da. Die Stärke der CdC-Gemeinschaft hat dafür gesorgt, dass die Kunden dorthin gekommen sind, wo wir ausstellen. Positiv ist auch, dass wir uns in der Gemeinschaft in den aktuell nicht leichten Zeiten offen austauschen

können“, sagt Lukas Große-Bölting, Vertriebsleiter bei der Pralinen-Manufactur Große-Bölting.

7 Zwei der vier Kakaofreunde, Nicolas Gritto und Oliver Dilli, haben ihre zu 100% pure und zuckerfreie Trinkschokolade und die neuen Home Baking Kuvertüren vorgestellt.

8 „Wir sind Ihr Innovationslabor, die deutsche Charlies Schokoladenfabrik. Keine Idee ist so verrückt, dass wir sie nicht verwirklichen können“, sagt Pascal Ries, Administration und Sales der D&F Sweets GmbH. „Wir sind Mogul- und Dragee-Experte, fertigen Proteinriegel, Candies und Schokoladen, auch Bean-to-Bar“, sagt Managing Director Dr. Anne Sauer.

9 Mitglieder des CdC-Vorstands und Beirats: (v. li.) Andreas Lanwehr, Corinna Wartenberg, Natascha Kespy, Marc Verständig und Thomas Luger.



1 Timur Urucoglu stellt den Messebesuchern das Leistungsspektrum der Amic GmbH vor, die ERP-Lösungen für Mittelstand, Handel und Produktion entwickelt.

2 Viola Pfersich im Gespräch mit Oliver (li.) und Etienne Coppeneur. Confis-Express ist Vertriebspartner für die von Coppeneur entwickelte Spezialität Vegilate.

3 Tobias Ueberschaer, Geschäftsführer von Dein Kakao, bietet Kakaos mit Health Benefit an: „Ich fand die ISM spannend, allerdings haben mich einige Fachhändler und Confiseure überrascht. Ich hatte den Eindruck, dass manche von ihnen gar nicht wirklich neugierig auf das waren, was wir machen. Da hätte ich mir mehr Offenheit gewünscht.“

4 „Es ist immer wieder schön, bekannte Gesichter zu sehen und sich auszutauschen. Und wir freuen uns auch über neue Kontakte und den Start neuer Projekte und

Ideen, die im Zuge der ISM zustande gekommen sind“, sagt Mónica Riera Willius (re.), die mit ihrem Unternehmen Premierfair von Anfang an mit am CdC-Gemeinschaftsstand ausstellt. Besucherin am Stand war Kerstin Schaffer von Camondas.

5 Johann Lafer stellte am Stand der SPN Customize GmbH aus Bad Münders seine saisonalen Baumkuchen vor und präsentierte zudem die Geschenkbox „K's soul food kitchen inspired by Lafer – Piece of Cake“, gefüllt mit beliebten Kuchenorten in Drageeform, darunter Käsekuchen, Nougat-Mandel-, Schwarzwälder Kirsch-, Nuss-Sahne- und Eierlikör-Torte. Die runde Schachtel mit Sichtfenstern und „Tortenecken“ passt perfekt zu dem süßen Inhalt.

6 Auf großes Interesse stieß Esther Wacker von der Harry Lassche GmbH mit ihrem knusprigen Feingebäck, das der Familienbetrieb in vielen verschiedenen Sorten, zum Teil schokolliert, anbietet.

7 Seit 2015 begeistert Zuckerbäcker Florian Belgard mit seinen Live-Shows auf der ISM. „Ich sehe mich als Repräsentant der ISM. Mein Auto ist eines der meistfotografierten Objekte hier, ich werde von jedem gesehen. Ich nutze die ISM zur Kontaktpflege, habe aber auch direkt vor Ort Verträge abgeschlossen.“

8 Man sieht es: Sebastian Echnner, Inhaber von Klotz Verpackungen, liebt den Werkstoff Papier, aus dem er hochwertige, kreative Verpackungen fertigt.

9 Der Rohstoff für die Koa Switzerland AG ist Kakaofruchtfleisch. Michel Wasikowski, Noémie Viné und Jacob Hesse (re.) präsentierten das Portfolio.

10 Snacks aus Kochbanane und Maniok konnte man am Stand von el origen verkosten. Die Zwillinge Victoria (li.) und Veronica Apóstol nehmen Geschäftsführer Michael Holtz in ihre Mitte.



SCHELL SCHOKOLADEN

„Gefühlt die beste ISM“

Zahlreiche Messebesucher, darunter Josef Zotter, haben Annette und Eberhard Schell an ihrem ISM-Stand besucht. Ihr Resümee: „Der neue Platz des CdC-Gemeinschaftsstands in Halle 10.1 ist gelungen. Wir haben zum dritten Mal im Rahmen der CdC-Gemeinschaft ausgestellt, und gefühlt war dies für mich die beste ISM. Wir hatten viele und auch sehr gute Kontakte. Was wirklich an Aufträgen dabei herauskommt, wird sich natürlich erst in den nächsten Wochen zeigen.“

Dem Hype um die Dubai-Schokolade und Pistazien als begehrter Rohstoff konnte sich auch Eberhard Schell nicht entziehen. „Anfangs wollten wir diesen Trend ignorieren. Wir hatten einige Dubai-Schokoladen verkostet und konnten uns nicht vorstellen, so etwas unter unserem Namen anzubieten“, sagte der Chocolatier auf der ISM. Doch B2B-Kunden hätten so stark gedrängt, dass ihm letztendlich nichts anderes übrig geblieben sei, als die Nachfrage zu bedienen. „Wir haben iranische Pistazien geröstet und zu Mus vermahlen. Das Kadayif haben wir im Ofen geröstet und karamellisiert.“ Aus diesen beiden Hauptzutaten hat er die Füllung für seine 120-g-Schokoladentafeln Dubai Style gefertigt, die er schminkt und mit Goldpulver verziert. „Innerhalb von fünf Wochen haben wir 450 Kilogramm Pistazien verarbeitet. Es war ein Wahnsinns-Hype. Doch ab dem Punkt, als die Schokoladen im breiten Markt waren, flaute er ab. Das war mir klar“, so Schell. Allerdings waren zu diesem Zeitpunkt seine Tafeln bereits etabliert, hatten Fans,

sodass er sie auch weiterhin fertigt. Zugleich produziert Schell einen Dubai-Aufstrich, und zu Ostern das Dub-Ei. Selbstredend entwickelte er zudem eine Dubai-Torte, pro Wochenende hat er während des Hypes bis zu 15 Stück davon verkauft.

Dass Eberhard Schell in der Branche kein Unbekannter und gut vernetzt ist, zeigt sich immer wieder. Anlässlich des 100. Geburtstags von Maria Schell kommt eine von ihm entwickelte Praline auf den Markt. „Ihre Tochter Marie Theres Relin ist auf mich zugekommen, ob ich zu Ehren ihrer Mutter eine Praline kreieren könne“, erzählte Schell. Herausgekommen ist eine runde Trüffelpraline mit Mandeln und Nougat und mit Cassispulver ummantelt. Angeboten werde die Praline auf Veranstaltungen während des Jubiläumsjahrs, beispielsweise im deutschen Filmmuseum.

Für seine Affinität zu Wein ist Schell bekannt. Nun liefert er Kakaoschalen und Nibs nach Dresden zu Camondas, die die Idee hatten, ein Bier, das diese beiden Zutaten enthält, brauen zu lassen.

schell-schokoladen.de



Eberhard Schell zeigte sich zufrieden mit dem neuen Standort auf der ISM.



Das DreiMeister-Messteam: Fabian Steiner (Prokurist; li.), Firmenchef Markus Luckey und Inhouse Business Analyst Marie Luckey.

DREI MEISTER SPEZIALITÄTEN

Geschenkhänger für jeden Anlass

Gut frequentiert ist der Stammpfad von DreiMeister Spezialitäten in Halle 10.2, und so zeigt sich der Firmenchef Markus Luckey auch zufrieden mit der Resonanz auf der ISM. Vorgestellt hat er einige Neuheiten, darunter zwei neue Sorten seiner 25 Gramm schweren Nougat-Happen. Mit Vollmilchschokolade umhüllt sind die Blutorange-Happen, Zartbitterschokolade umgibt die neuen Pistazien-Happen.

Im Segment der Pralinen hat die Manufaktur aus Werl vier neue Varianten vorgestellt: Fizzy Wine, Wild Berry, Pistazie

und Orange-Spritz. „Sie sind angelehnt an beliebte Cocktails wie Hugo, Lillet und Aperol Spritz“, verrät Marie Luckey. Beliebter und bekannter Bestseller sind die Golddublonen von DreiMeister. Aus Vollmilchschokolade gefertigt, gibt es nun auch kleine 8-g-Taler mit Botschaft. Die Vollmilchtaler gibt es mit Motiv bedruckt in der Schmucktüte, in der Giebelschachtel und auch in der TalerBox. Zudem sind sie als Geschenkhänger erhältlich. Beliebte Botschaften sind Happy Easter, Love oder Frohes Fest.

dreimeister.de



Firmenchef Jörg Wagner, André Fritzsche (Vertriebsleiter West/Südwest), Hartmuth Steenken (Handelsagentur) und Christian Wagner am Messestand (v. li.).

WAGNER PRALINEN

Sommerfeeling mit Fruchtgelee

Für das perfekte Sommerfeeling hat Wagner Pralinen vegane Fruchtgelee-Carrés in den Sorten Apfel, Orange, Kirsche und Zitrone entwickelt. „Im Sommer sind die veganen Carrés eine tolle Alternative zur Schokolade. Wir kochen sie traditionell im Kupferkessel“, sagt Vertriebsleiter Christian Wagner. „Viele kennen Gelees aus Frankreich. Unsere Fruchtgelee-Carrés sind fruchtiger, säurebetonter. Klasse sind sie auch gekühlt zu einem Prosecco.“

Seit einigen Monaten präsentiert Wagner die gefüllten und klassischen Manufaktur-Schokoladen in neuen Verpackungen. Sie unterscheiden sich anhand ihrer pastelligen Farben auf den ersten Blick voneinander. Zudem ermöglicht ein farbiger Kreis auf der Vorderseite auf den ersten Blick das Erkennen der jeweiligen Sorte – Zartbitter, Vollmilch oder Weiß –, samt Kakaanteil. In einem kurzen Text wird die Tafel beschrieben, eine Zeichnung skizziert die namengebenden Zutaten, zum Beispiel Salz, Himbeere, Karamell oder Kaffee. Verfügbar



sind die 80-g-Tafeln in 15 Sorten. Zur schnellen Wiedererkennung sind sie nummeriert. Die bestreuten Manufakturtafeln gibt es in der Kissenpackung mit Sichtfenster. Mit Blick auf den

Dubai-Hype sagt der Vertriebsleiter: „Wir bieten eine 140-g-Variante mit Pistazien und Kadayif an. Hier hat der Trend den Höhepunkt überschritten, jedoch habe ich das Gefühl, dass er sich gerade über die Grenzen Europas hinweg ausbreitet.“

Generell gehe der Trend verstärkt zu alkoholfreien Pralinen und Ostereiern. Sowohl die Pralinen-schalen als auch die Ostereier-Hohlkörper produziert Wagner selbst. „Da wir viel in Handarbeit fertigen, verfügen wir über eine große Flexibilität. Für sichtbare Qualität und Handarbeit ist der Kunde bereit, einen entsprechenden Preis zu bezahlen. Man muss den Manufakturcharakter wieder mehr in den Vordergrund stellen. Ein gutes Beispiel ist unsere Erdbeer-Prosecco-Praline, fünf Menschen dekorieren sie.“

Das Resümee von Firmenchef Jörg Wagner zur ISM: „Der Sonntag war der meistbesuchte Tag. Halle 10.1 als Standort für den CdC-Gemeinschaftsstand ist deutlich besser als Halle 5.2 in den Jahren davor. Die Nähe zu Halle 10.2 macht durchaus Sinn. Dennoch stelle ich mir die Frage, ob wir als Hersteller von Genussprodukten in einer Halle, die von Maschinen- und Ingredients-Anbietern dominiert ist, am besten aufgehoben sind. Ich glaube, die Frequenz der Zufallsbesucher in den oberen Hallen ist besser.“ wagner-pralinen.de

CHObA CHObA

Gute Kontakte

„Für uns war die Präsenz am CdC-Stand super“, sagt Samuel Bourin, Vertriebsleiter bei Choba Choba. „Sonntag und Dienstag waren sehr, sehr gut. Das Interesse an unseren Schokoladen war groß. Wir haben zum zweiten Mal auf der ISM mit dem CdC ausgestellt. Unterstrichen wurde die gute Stimmung vom guten Kontakt und Austausch mit den Mitausstellern.“ Verkosten ließ Choba Choba unter anderem die Nativo Cuvée. Sie begeisterte mit ihren feinen Aromen. Neu ist auch die Huayabamba-Range, „hier liegt der Fokus auf die Verarbeitungs- und Fließigenschaften der Kuvertüre“, so Bourin. Für Baristas und Coffee-Shops gibt es jetzt die Chocolate Flakes Elmer Dark 64% im 5-kg-Karton.

Die reinen Tafelschokoladen tragen jetzt auch die Namen der Kakaobauern Pasiona, Elmer und Oswaldo. Zudem hat Choba Choba das Sortiment um drei Tafeln erweitert, die mit zusätzlichen Zutaten verfeinert wurden: „Rosario“ Dark Sea Salt (71%), „Lindley“ Raspberry & Quinoa (64%) und „Felix“ Milk Caramel Sea Salt (41%). Die 10-g-Schokoladentafelchen können ab einer Abnahme von 6.000 Stück personalisiert werden. Die Sorten gibt es analog zu den Tafeln, die Fertigung individueller Tafelchen mit anderen Zutaten ist möglich. Im Vertrieb arbeitet Choba Choba mit der Wilk Gourmetgroup (Retail-Produkte), mit Hermann Ratzinger (Kuvertüren) und mit Bos Food (Gastronomie) zusammen. chobachoba.com



Marketing-Manager Salome Kohli und Vertriebsleiter Samuel Bourin fühlen sich wohl in der CdC-Gemeinschaft.



CONFISERIE BURG LAUENSTEIN

Herzklopfen und neue Turnowsky-Serie

Mit einem großen Stand präsentierte sich Confiserie Burg Lauenstein innerhalb der CdC-Gemeinschaft. „Die Besucherfrequenz an unserem Stand war super. Wir sind wider Erwarten mit der Positionierung in Halle 10.1 sehr zufrieden. Es gibt Synergien zu den Rohstoffherstellern und -verarbeitern und uns als Confiserie-Produzent. Wir denken, durch die Pro-Sweets Cologne in der gleichen Halle war das Publikum noch internationaler“, sagte Geschäftsführer Thomas Luger.

Als eines der Highlights auf der ISM stellte Confiserie Burg Lauenstein eine neue, eigene Serie mit Turnowsky als Lizenzmarke vor. „Die Designs sind mit ihrem aufwändigen Reliefdruck ein Hingucker“, sagt Geschäftsführer Maximilian Kaub, der diese Zusammenarbeit initiiert hat. Befüllt mit hochwertiger Lauenstein Confiserie bietet die Serie perfekte Geschenke, die Gaumen und Auge erfreuen. Sie umfasst von Tafeln bis hin zu kleinen Pralinenverpackungen eine Vielzahl verschiedener Artikel.

Ins Auge fällt die neue Schmuckpackung Blütenpracht, und die Lauensteiner Oster- und Weihnachtsrange erscheint nach einem Verpackungsrelaunch in neuem Kleid. Stilvoll und hochwertig sind die Verpackungen mit Kakaoblütenprägung. „Dort, wo eine Prägung nicht möglich ist, arbeiten wir mit Lack, um einen ähnlichen Effekt zu erzielen“, erklärte Luger.



Fünf vom Lauensteiner Messteam: (v. li.) Thomas Borau, Rebecca Franz-Beetz, Valentina Conrad, Alexander Becker und Thomas Luger.

Das Confiserie-Sortiment bereichern Erdbeer-Quark- und Pistazie-Ostereier sowie eine Zimt-Pflaume-Praline. Unter dem Thema Herzklopfen bietet Burg Lauenstein eine Serie von handdekorierten Pralinen in verschiedenen Schachteln an, davon viele mit pastelligem Rosa wie eine Herzverpackung, gefüllt mit alkoholfreien (Herz-)Pralinen. Mit sechs Sorten Herz-Pralinen und-Trüffeln gefüllt ist die Pralinenstange sowie eine Herzklopfen-Schachtel (225 g). In der Serie gibt es zudem zwei Schachteln (4er und 9er) in klassischem Lauensteiner Rot sowie das Lauensteiner Erdbeer-Cornflakes-Herz mit wechselnder Schleife: Aromatische Erdbeerstückchen gehen mit knusprigen Cornflakes und weißer Schokolade eine köstliche Liaison ein.

Perfekt für Nussliebhaber ist der Nuss-an-Nuss-Hase. In dem 95 Gramm schweren Osterhasen liegen geröstete, karamellierte Haselnüsse eng beieinander, eingebettet in Edel-Vollmilch-Schokolade. lauensteiner.de

MAISON ALSACIENNE DE BISCUITERIE

Macaron-Vielfalt und neue Feingebäck-Spezialitäten

„Wie jedes Jahr sind unsere Macarons der Hingucker am Messestand. Bei Verkostungen greifen die Kunden zuerst zu den Macarons“, sagte Pierre Muller,



Pierre Muller (re.) mit Julien Goetz, der die B2B-Kunden in Frankreich betreut.

Sohn des Firmenchefs von Maison Alsacienne de Biscuiterie und zuständig für die Produktentwicklung, auf der ISM. „Wir liefern die Macarons tiefgekühlt an unsere Partner, darunter auch zahlreiche Feinkostläden und Fachhändler.“

14 verschiedene Macarons bietet Maison Alsacienne de Biscuiterie an, darunter klassische Sorten wie Schokolade, Pistazie, Himbeere und Heidelbeere und ebenso spezielle Winter- und Sommer-sorten wie Schokolade-Passionsfrucht. Letztere sind fruchtiger, blumiger im Geschmack. „Auf der ISM stellen wir in diesem Jahr unsere neuen Sablé Rubis vor. Sie sind etwas dunkler gebacken, so dass die Karamellnote etwas intensiver ist. Gekrönt wird jedes einzelne von einer kandierten Kirsche“, erklärt Muller. Auch

die Sablé Marguerite mit Himbeer- oder Aprikosenkonfitüre im Zentrum bereichern das Portfolio. Der Elsässer Gebäckspezialist bietet sie im 120-g-Beutel sortenrein oder gemischt und auch lose an. Ebenfalls neu sind die saftig-weichen Délice Coquelicot mit Mohn. Bereits zum zweiten Mal stellt Maison Alsacienne de Biscuiterie am CdC-Gemeinschaftsstand aus und zeigt sich zufrieden: „Der ISM 2025 war für uns gut. Es waren zahlreiche deutsche Kunden da, aber auch Kunden aus Europa und weltweit haben sich über unser Sortiment informiert. Noch immer sind unsere Macarons das Highlight bei den Kunden. Sie sind ein Anziehungspunkt an unserem Stand“, so Muller.

maison-alsacienne-biscuiterie.com

ZIRBS VERPACKUNGEN

BPA-freie Formen und Adventskalender

„Wir bieten dem Kunden Schokoladen- und Pralinenformen mit der passenden Verpackung. Der Kunde muss die Schokolade, die Maschinen und das Know-How zur Herstellung seiner Produkte zur Verfügung stellen. Der Rest kann von uns kommen“, sagte Martin Zirbs von Zirbs Verpackungen auf der ISM. Kommt der Confiseur mit einer Idee zu Zirbs, entwickelt dieser mit seinem Team ein Rundum-Sorglos-Paket für das süße Produkt.



Martin Zirbs bietet Confiseuren ein Rundum-Sorglos-Paket.

Individuelle und auch personalisierte Standard-Verpackungen

„Wir haben Standard-Verpackungen im Baukasten-System, die leicht personalisiert werden können, aber auch die Fertigung ganz individueller Verpackungen ist bei uns möglich.“ Adventskalender personalisiert Zirbs im Digitaldruck ab 50 Stück. Quer- und Hochformat sind möglich. Ab einem Produktionslos von 1.000 Stück werde gedruckt, dies zu erreichen sei kein Problem. „Aktuell arbeiten wir daran, bald auch Konfektionierer zu sein“, sagt Zirbs. Dann könne er Adventskalender auf Wunsch individuell mit Pralinen der jeweiligen Confiserie bestücken und versenden.

„Unsere BPA-freien Formen kommen ebenfalls sehr gut an“, sprach Zirbs ein weiteres Thema an. Bereits seit zwei Jahrzehnten produziert die Firma Schokoladenformen im Thermoformverfahren. Anfangs wurden vor allem Schokoladenformen aus PET-Dünnschichten für Anwendungen wie One-Shot-Pralinen, Bruch- oder Tafelschokolade gefertigt.

„PET überzeugt durch seine mechanischen Eigenschaften und Recyclingfähigkeit“, weiß Zirbs. Zudem kann PET als Bio-PET aus nachwachsenden Rohstoffen hergestellt werden. Im Jahr 2023 übernahm Zirbs die Schokoladenformenproduktion der Firma Ruth, was den Ausbau der Produktion langlebiger Schokoladenformen aus PET-Plattenmaterial ermöglichte. Mit Blick auf die steigende Nachfrage nach BPA-freien Alternativen arbeitet Zirbs intensiv an der Weiterentwicklung dieser Formen, um sie den Bedürfnissen mittelständischer Unternehmen anzupassen. Insbesondere seit der Ruf nach Bisphenol-A-freien Schokoladenformen laut geworden ist, rücken alternative Materialien, die in direktem Kontakt mit Lebensmitteln stehen und sowohl sicher als auch nachhaltig sind, vermehrt in den Fokus. BPA wurde aufgrund seiner potenziellen gesundheitlichen Risiken in vielen europäischen Ländern als Weichmacher für Lebensmittelverpackungen verboten.

zirbs-verpackungen.de

BOMBASEI DECOR

Färbende Lebensmittel und Abziehfolien

„Ich bin froh und dankbar, Teil der CdC-Community zu sein. Trotz anfänglicher Skepsis gegenüber dem neuen Standort in Halle 10.1 bin ich hochzufrieden über den neuen Standort – sowohl qualitativ als auch quantitativ. Es haben sich tolle Gespräche ergeben, mit Kontakten, die ich so noch nicht hatte“, sagte Klaus Ahlborn, Vertriebsleiter bei Bombasei Decor. „Mit unseren B Colors kann man alles färben. Sie sind fett- und wasserlöslich“, erläuterte Geschäftsführerin Stefanie Ebe. Insgesamt elf verschiedene Farben sind verfügbar, von leuchtendem Zitronengelb über Beerenrot bis hin zu Spirulina Blau. „Blau ist eindeutig die beliebteste Farbe“, weiß Ebe, die bei

ihren Farben auf Färbende Lebensmittel zurückgreift. Sie erklärte: „Färbende Lebensmittel sind Lebensmittelzutaten, die aus farbintensivem Obst, Gemüse und essbaren Pflanzen hergestellt werden. Bunte Lebensmittel können unter Verwendung dieser Produkte komplett frei von Farb- und Konservierungsstoffen (100 % Clean Label) hergestellt werden. Färbende Lebensmittel müssen nicht als Farbstoff oder mit einer E-Nummer deklariert werden.“ Zum Verzieren von Bruchschokoladen bietet Bombasei Folien mit Mustern aus Kakaobutter an. Die Schokolade wird auf die Folie gegossen, die später einfach wieder abgezogen wird.



Geschäftsführerin Stefanie Ebe mit ihrem Vertriebsleiter Klaus Ahlborn auf der ISM am CdC-Gemeinschaftsstand.

bombasei-decor.de



MAYER SCHOKOLADEN

Gefüllte Single-Origin-Schokoladen

Newcomer im Portfolio von Martin Mayer sind seine neuen Tafelschokoladen Gin und Whisky. „Die Idee hinter dieser Kollektion ist die Symbiose von besonderer Single Origin Schokolade und herausragenden Destillaten, die in Bezug zu meiner Manufaktur stehen“, sagt er. Gemäß seinem Motto, möglichst regionale Zutaten zu verwenden, greift er auch hier auf Hersteller in der Nachbarschaft zurück. Der Gin Simmwald wird von seinem Nachbarn destilliert. Seine Schokolade Alto Beni 75% passt mit ihrer kräftigen Schokoladennote ideal zu den feinen botanischen Noten des Gins. Für seine Whisky-Schokolade hat er mit Whisky Schosser einen hochkarätigen



Partner an Bord geholt: „Martin Schosser ist einer der anerkanntesten Brenner Österreichs.“ Für die Schokolade fiel die Wahl auf einen außergewöhnlichen Single Dinkeln Korn Whisky. „Dazu braucht es eine exklusive Schokolade, die 90 % Las Peñas, eine reine Arriba Nacional aus Ecuador, 120 Stunden auf Stein vermahlen. Besonders mild und rein lässt sie das Bouquet des Whiskys erstrahlen“, schwärmt Mayer. Im Fokus auf der ISM standen auch seine Ostereier, alkoholfreie Schoko-Wachteleier in den Sorten Maracuja und Karamell. Mayer bietet sie in der 6er- oder 12er-Schachtel an. Mit Blick auf die auf der ISM vertretene Süßwaren-industrie sagte er: „Ein wesentlicher Unterschied zwischen Industrie und Handwerk ist die Nähe zum Produkt. Bei der Industrie erfolgt die Qualitätssicherung beim fertigen Produkt, am Ende der Herstellung. Wir kleinen, handwerklich arbeitenden Betriebe sichern die Qualität unserer Produkte in nahezu jedem Arbeitsschritt. Wir fühlen, sehen, schmecken und riechen – Letzteres ist enorm wichtig – während der gesamten Produktionszeit.“

mayerschokoladen.at



Martin Mayer präsentiert mit seinem Sohn Maximilian am CdC-Gemeinschaftsstand seine Spezialitäten.

WEYER MARKETING & SALES

Raw Bites – 100 Prozent natürlich

Mit ihrer Marke Nelle Ulla hat sich Laura Sebre bereits einen Namen gemacht. Mit ihrem neuesten Produkt, den Raw Bites, die sie in Riga unter der Marke Semilla Berry fertigt, betritt sie neues Terrain und unterstreicht zugleich ihre Liebe zu Früchten und Beeren. „Die Raw Bites aus Datteln, Beeren und Früchten sind zu 100 Prozent natürlich. Die Süße kommt ausschließlich aus den Datteln“, betont sie. So besteht die Sorte Black Currant zu 78,5 Prozent aus getrockneten Beeren und Früchten und zu 21,5 % aus Samen. Die Raw Bites sind vegan, laktose- und glutenfrei und ohne Konservierungsstoffe hergestellt. Verfügbar ist Semilla Berry im

Standbodenbeutel in zehn Varianten wie Apple & Quince, Plum & Chilli oder Strawberry & Hemp. Vertriebspartner ist die Weyer Marketing & Sales GmbH in Hürth. Das Import- und Distributionsunternehmen hat zahlreiche bekannte Marken im Portfolio. Auf der ISM 2025 haben Jürgen und Mira Weyer erstmals eine Pralinenkollektion unter ihrer Marke „Premium Chocolates by Weyer“ vorgestellt. „Wir haben diesen Schritt gewagt, als unsere Kinder ins Unternehmen eingestiegen sind. Nun lohnt es sich, den Betrieb weiter zu stärken und auszubauen“, sagte Mira Weyer. Die Pralinen werden in Belgien von Caluwé Artisan Chocolatier



Frauenpower am Weyer-Stand: (v. li.) Anita Vitola, Laura Sebre und Mira Weyer.

gefertigt. Zum Start bietet Weyer drei Sortierungen in der 345-g-Packung an: Dunkel, Mix Assortment ohne Alkohol und Liquor Assortment.

weyer-marketing.de

NOALYA

Drei Schokoladen aus Mexiko, drei Geschmackserlebnisse

Drei neue Single-Origin-Tafelschokoladen stellte die italienische Bean-to-Bar-Manufaktur Noalya auf der diesjährigen ISM vor, alle erzeugt mit Kakao aus Mexiko und jede absolut einzigartig im Geschmack.



Monica Fronzoni und Massimiliano Tessieri präsentierten auf der ISM die umfassende Schokoladenrange von Noalya.

„Die Schokoladen sind das Ergebnis einer Reise von Alessio Tessieri durch Mexiko. wo er einige Criollo-Plantagen für sich entdeckt hat“, erklärte seine Mitarbeiterin Monica Fronzoni auf der ISM in Köln.

Auf allen drei Plantagen wachsen Criollo-Kakaobohnen, jedoch liegen die Plantagen in drei unterschiedlichen Regionen. Aus diesen Kakaos hat Tessieri seine Mexiko-Range entwickelt: Single-Origin-Tafelschokoladen, jede mit 80 Prozent Kakao, bei deren Herstellung er komplett auf die Gabe zusätzlicher Kakaobutter verzichtet.

Der Kakao für die erste Sorte, Perla de Soconusco, kommt aus der Vulkanregion in Chiapas. Charakteristisch ist sein Aroma nach getrockneten Früchten, Karamell, Honig und Nüssen. Die Sorte Encanto

de Chiapas, schmeckt fruchtiger, frischer, da sie aus einer anderen Chiapas-Region kommt. In ihrem Geschmack dominieren Noten nach Gewürzen, Vanille und tropischen Früchten. Die Almendra Blanca de Tabasco hat florale Anklänge, begleitet von den Aromen nach Trockenfrüchten, im Abgang schmeckt man Tabaknoten.

Die typischen Aromen dieser ohne zusätzlich zugefügte Kakaobutter hergestellten 70-g-Tafeln entwickeln sich bereits während der Fermentation – jede Kakaosorte wird unterschiedlich fermentiert. Angeboten werden die edlen Criollos in Form von Tafelschokoladen und als Kuvertüren zur Weiterverarbeitung. Insbesondere für die Herstellung von Tafeln und Mousses sind sie sehr gut geeignet.

noalya.com/dillicious.eu

LANWEHR CONFISERIE – MANUFAKTUR

Zu Ostern wird's fruchtig

Verführerische neue Osterspezialitäten, darunter einige fruchtige und vegane Sorten, hat Andreas Lanwehr zusammen mit seinem Team in diesem Jahr auf der ISM vorgestellt. Insbesondere aromatische Beeren, darunter Himbeere, Erdbeere und Heidelbeere, verarbeitet die Confiserie aus Illertissen zu fruchtigen Füllungen wie Himbeer-Holunder, Heidelbeer-Joghurt oder Erdbeer-Vanille. Für Cocktail-Fans hat Lanwehr ein flüssig gefülltes Gin-Tonic-Ei entwickelt.

Beliebte Pralinenklassiker nun auch in einer veganen Variante

Zudem bietet die Manufaktur aus Illertissen beliebte Pralinenklassiker nun auch in einer veganen Variante an: Marc de Champagne, Salz-Karamell und Nougat mit heller Schokolade bereichern das Portfolio wobei Lanwehr komplett auf pflanzliche Zutaten setzt. Auch auf Füllungen mit Orangen-Marzipan sowie den beliebten Macadamias

dürfen sich die Genießer freuen. Für einen farblich einheitlichen Auftritt am Regal bietet die Confiserie ihre Schokoladenplättchen jetzt in einer dunklen Kissenvorpackung an. Verfügbar sind die Plättchen in der 100-g-Packung in den vier Sorten Vollmilch Caramel, Vollmilch

Orange, Zartbitter und Zartbitter Pfefferminz. „Unsere Schokoladenplättchen sind eine tolle Alternative zur klassischen Tafel, insbesondere, wenn man sie mit anderen teilen möchte“, betont der Chocolatier.

lanwehr.eu



Andreas Lanwehr (li.) präsentierte mit seinem Team, Andrea Pisch-Dingwall und Max Saur (rechtes Bild, li.) sein großes Confiserie-Sortiment.



Außergewöhnliche Kreationen

DOS ESTACIONES

Kakaobar und Ostereieraktion

Rose Kakao heißt die Kakaobar, eine neue Location in Beilngries, die Corinna Camacho Angeles angrenzend an die Bean-to-Bar-Produktion ihres Start-ups Dos Estaciones eröffnet hat – mit angeschlossener Gläserner Produktion. „Mit meiner Bar und den Einblicken, die ich in die Produktion gewähre, möchte ich das Interesse an Schokolade wecken“, erklärt sie. So biete sie nicht nur Touristen einen schönen Ort, um innezuhalten und auszuruhen, auch Einheimische könnten sich bei Rose Kakao nachmittags auf eine Schokolade oder einen Kaffee treffen. Natürlich fertige sie auch Kuchen für ihre Kakaobar, sagt die Konditormeisterin, „mit und ohne Schokolade“. Ziel ist, den Ort lebendiger zu machen, das Netzwerk zu stärken und im Gespräch zu bleiben.

Für den Ostersonntag hat sie sich etwas Besonderes einfallen lassen. „Während die Kinder Holz-Ostereier suchen, unterstützen wir und Firmen aus der Region gemeinsam die örtlichen Kindergärten mit einer Spende.“ Die gefundenen Holz-Ostereier können gegen Schoko-Ostereier eingetauscht werden, die CamachoAngeles gefertigt und zum Selbstkostenpreis zur Verfügung gestellt hat. Sponsoren für die Aktion sind ortsansässige Unternehmen. Etwa 600 Euro sind an Spenden zusammengekommen. „Mir geht es nicht nur um meine Manufaktur, es geht mir insbesondere um die Gemeinschaft in Beilngries. Die Aktion ist ein Familienevent, die Kinder kommen an die frische Luft. Ich möchte nicht nur exzellente Schokoladen fertigen, sondern auch mit meinem Unternehmen etwas Gutes tun“, erklärt sie.

dosestaciones.de

EXPERTEN-TIPP VON MICHAELA SCHUPP, CHOCOLATS-DE-LUXE

Definite Chocolate Crunchy Cassava

„Die Crunchy Cassava mit 70 Prozent Kakao ist außergewöhnlich und wirklich gut. Jens Kamin, der Gründer von Definite Chocolate arbeitet nur mit Kakao aus der Dominikanischen Republik. In diesem Fall kommt der Single Origin Kakao von Öko-Caribe. Es ist ein Bio-Kakao, der von mehr als 150 Kleinbauernfamilien im Nordosten der Insel in der Provinz Duarte angebaut wird. Die Kakaobauern verkaufen die frisch geernteten Kakaobohnen nass an Öko Caribe, wo sie sechs Tage lang in einem stufenförmigen System aus Holzkisten fermentiert und anschließend sorgsam unter Solartunneln getrocknet werden. Die Schokolade wird mit Cassava-Stückchen verfeinert und ist die Lieblingschokolade von Jens. Cassava, auch Maniok genannt, ist eine Wurzel, die wie Kartoffeln für eine Vielzahl an Gerichten verwendet wird, vom dünnen Pfannkuchen bis hin zur Gemüsebeilage. In der Schokolade sind es getrocknete, knusprige Cassava-Stückchen, die der Schokolade eine dunkel-süße, fruchtige Note nach Rosinen und Rumtopf verleihen. Gleich zweifach typischer Geschmack aus der Karibik – macht Lust auf Urlaub.“

chocolats-de-luxe.de/clearchocx.com



PRALINEN-MANUFACTUR GROSSE-BÖLTING

Paradies-Erdbeeren



Passend zur Erdbeersaison bietet die Pralinen-Manufaktur Große-Bölting ihre Paradies-Erdbeeren an: gefriergetrocknete Erdbeeren, umhüllt von Erdbeerschokolade und Dunkler Schokolade. „Beim Gefrier Trocknen bleiben Farbe, Form, Struktur, Aroma und insbesondere die Fruchtsäure der Erdbeeren erhalten“, sagt Vertriebsleiter Lukas Große-Bölting. Die knusprigen Erdbeeren werden zweimal mit Schokolade umhüllt, eine Sorte mit Erdbeerschokolade mit dunklem Fuß, die andere mit dunkler Schokolade. „Die dunkle Schokolade steuert eine herbe Note bei, die süße Erdbeerschokolade harmoniert perfekt mit den säuerlichen Früchten. Damit die Früchte knusprig bleiben, ist es unerlässlich, dass der Schokoladenmantel komplett geschlossen ist“, verrät Große-Bölting.

pralinen-manufactur.de

GEORG-AUGUST-UNIVERSITÄT GÖTTINGEN

Umweltauswirkungen von Nachhaltigkeitszertifizierungen

Forschende der Georg-August-Universität Göttingen haben zusammen mit der Gemeinsamen Forschungsstelle der Europäischen Kommission (Joint Research Centre, JRC) untersucht, ob Zertifizierungen wie Fairtrade, Rainforest Alliance und Cocoa Life den Lebensunterhalt für Kleinproduzierende verbessern und gleichzeitig die biologische Vielfalt auf Plantagen erhalten. Dazu haben sie den ghanaischen Kakaosektor beleuchtet und herausgefunden, dass Zertifizierungen zwar die Kakaoerträge und das Kakaoeinkommen der Kleinproduzierenden verbesserten, jedoch konnten sie keine Auswirkungen der Zertifizierung auf die biologische Vielfalt in den Kakaoplantagen finden.

Die Feldarbeit umfasste Interviews mit 814 kakaoproduzierenden Haushalten und Bestandsaufnahmen der Biodiversität auf 119 Kakaoplantagen. Damit bezogen die Forschenden 46 Dörfer in fünf großen Kakaoregionen des Landes mit ein.

Keine nennenswerten Umwelteffekte

„Die höheren Kakaoerträge und damit verbundenen Kakaoeinkommen sind auf Zertifizierungsanforderungen zurückzuführen, weil diese Kleinproduzierende zu Schulungen motivieren“, erklärt Erstautorin Marlene Wätzold vom Graduiertenkolleg Nachhaltige Ernährungssysteme der Universität Göttingen. „Obwohl zertifizierte Kleinproduzierende auch moti-

viert werden, die Biodiversität zu fördern, fanden wir keine nennenswerten Umwelteffekte.“ „In unserer Studie haben wir keine Hinweise auf einen Zielkonflikt zwischen Ertrag und Biodiversität gefunden“, fügt Dr. Carolina Ocampo-Ariza von der Abteilung Funktionelle Agrobiodiversität und Agrarökologie der Universität Göttingen hinzu. „Es ist jedoch zu bedenken, dass sich die biologische Vielfalt über längere Zeiträume hinweg verändert, das heißt, dass es länger dauern kann, bis Veränderungen eintreten.“ Wahrscheinlich brauche es weitere Maßnahmen, damit fairer Handel auch der Artenvielfalt diene, so die Schlussfolgerung der Forschenden aus Göttingen.

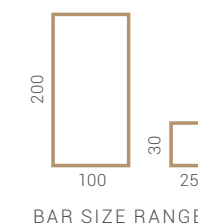
uni-goettingen.de

Anzeige

Schokoladen Verpackungsmaschinen

BTB25 | 25 bars/min

VERPACKUNGSLÖSUNGEN FÜR SCHOKOLADE



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

LAREKA

OPTIMIZE YOUR PACKAGING

Kontaktieren Sie einen innovativen Erstausrüster und profitieren Sie von 40 Jahren Wissen und Erfahrung: Niederlande | +31 (0)40 208 66 66 | www.lareka.nl



HARIBO, LINDT & SPRÜNGLI, RITTER SPORT Blick hinter die Kulissen



„Ein Traum von Schokolade“, „So schmeckt das Glück“, „Goldene Zeiten brechen an“ und „Zwei Familien eine Leidenschaft“ heißen vier Bücher, die sich mit bekannten, beliebten Süßwarenunternehmen und deren Geschichte beschäftigen. Ende Februar 2025, und damit die aktuellste Publikation in diesem Reigen, ist der Roman „Ritter Sport – Ein Traum von Schokolade“, erschienen bei Blanvalet.

Das Autorenduo Romy Herold konzentriert sich auf Clara Ritter, Gattin des Firmengründers Alfred Eugen Ritter, von ihrem Aufwachen auf der Schwäbischen Alb bis zu ihrem Wirken als Unternehmerin in Waldenbuch. Es ist ein Roman, der auf historischen Fakten beruht, aber fiktive Handlungen und Dialoge enthält. Er zeigt einen neuen Blick auf Clara Ritter, die ihrer Zeit weit voraus war. „Machen wir doch eine Schokolade, die in jede Jackentasche passt, ohne dass sie bricht, und die das gleiche Gewicht hat wie eine normale Langtafel“ – mit dieser Idee hat Clara Ritter die Schokoladenwelt revolutioniert.

1932 legte das Paar mit seinem Schokoladenquadrat „Ritter's Sport Schokolade“ den Grundstein für die bekannte Schokoladenmarke.

Trilogie über Lindt & Sprüngli

Nach ihrer erfolgreichen Reihe über das Feinkostunternehmen Dallmayr widmet sich die Autorin Lisa Graf den Familien Lindt und Sprüngli. „Zwei Familien, eine Leidenschaft“ heißt der bei Penguin erschienene erste Band der geplanten Trilogie. Er handelt von Rudolf Sprüngli, dem Sohn eines Zuckerbäckers in Zürich, der schon mit zehn Jahren seinen Traum kundtat, einmal eine feine Schokolade herzustellen. Über Jahrzehnte hinweg gibt das Buch auch tiefe Einblicke in das damalige Leben, die gesellschaftlichen Konventionen, und die Bedeutung der prestigeträchtigen Zünfte.

Unter dem Pseudonym Katharina von der Lane hat das Duo Christiane Omasreiter und Kathrin Scheck die Geschichte der Familie Riegel, einer der erfolgreichs-

ten Unternehmerfamilien Deutschlands, verfasst. Im ersten, 2024 bei Goldmann erschienenen, Band „Haribo – So schmeckt das Glück“ erzählen sie, wie der Bauernjunge Hans Riegel gegen den Willen seines Vaters bei der pharmazeutischen Fabrik Kleutgen & Meier als Arbeitsjunge beginnt. Hans möchte Bonbonkocher werden. Mit seiner Frau Gertrud stellt er in der heimischen Küche Süßigkeiten her, die Gertrud mit dem Fahrrad ausliefert. Ihr Lebenswerk floriert. Doch in den 1940er-Jahren muss Gertrud nach dem Tod ihres Mannes mit ihrer Tochter Anita den Betrieb führen, bis die Söhne Hans und Paul Riegel aus der Kriegsgefangenschaft zurückkehren. Damit beginnt der zweite Band „Haribo – Goldene Zeiten brechen an“, eine mitreißende und emotionale Reise in die Nachkriegszeit mit dem Kampf um die Produktionsgenehmigung unter US- und britischer Besatzung. Goldene Zeiten brechen an, als das erfolgreichste Produkt der Firma Haribo das Licht der Welt erblickt: der Goldbär.

GRAND-CRU KONFEKT

Florian Felka führt Grand-cru Konfekt weiter

Florian Felka hat den Süßwarengroßhandel Grand-cru Konfekt übernommen. Wolfgang Karst, der den Betrieb seit 2005 mit seiner Frau Gisela geführt hat, sieht die Firma in guten Händen: „Florian Felka ist jung, dynamisch und hat gute Visionen, wie man das Unternehmen weiterentwickeln kann. Noch dazu bringt er durch seine langjährige Führungserfahrung im kaufmännischen sowie vertrieblichen Bereich alles für eine erfolgreiche Fortführung des Unternehmens mit. Einen besseren Nachfolger hätte ich nicht finden können.“ Felka erklärt: „Wir wollen unsere Kunden weiterhin mit qualitativ hochwertigen Süßwaren versorgen und ihnen ein Rundum-Sorglos-Paket bieten. Dabei spielt das Team hinter Grand-cru Kon-

fekt eine große Rolle. Ich bin froh, dass alle Mitarbeiter an Bord bleiben und freue mich auf eine tolle Zusammenarbeit mit den Kunden, Mitarbeitern und Lieferanten.“ Der Standort in Lüneburg mit Lagerverkauf bleibt bestehen. Karst steht der Branche weiterhin beratend zur Seite. „Über 40 Jahre Erfahrung im Süßwarenfachhandel sind ein Pfund, das nicht von 100 auf 0 runtergefahren werden soll“, sagt er. Mit der Gründung seiner Beratungsfirma Süßes Wissen ermöglicht er seinen Kunden, von seinem umfangreichen Netzwerk zu profitieren.

grand-cru-konfekt.de



Der neue Besitzer von Grand-cru Konfekt, Florian Felka (li.), und seine Frau Vivien mit Oliver Peik (SG Network) und Wolfgang Karst (Süßes Wissen) am CdC-Gemeinschaftsstand.

SAWADE BERLIN Dubenkropp bei Sawade

Sabine Dubenkropp hat in der Manufaktur Sawade die Verantwortung für die Produktentwicklung übernommen. Während mehr als 20 Jahren hat Dubenkropp ihre Expertise in der gehobenen Patisserie sowie der Produktentwicklung aufgebaut. Zu ihren Stationen gehörten zuletzt Unternehmen wie die Berliner Marzipanmanufaktur Ohde, wo sie Pralinen- und Marzipansorten entwickelte, sowie ihre Eigenmarke Dubenkropp Pralinen & Schokoladen, die sie über die Confiserie Mélanie vertrieb. Ihre Qualifikationen umfassen Rezeptur-entwicklung, Prozessoptimierung und Qualitätsmanagement. Zuletzt hat sie vegane Schokoladenprodukte entwickelt und zur Marktreife geführt. „Ihre



Erfahrungen werden ihr dabei helfen, Sawades Sortiment gezielt um saisonale Pralinen und neue Sorten zu erweitern“, sagt Melanie Hübel, Marketingleiterin bei Sawade und zuständig für das Produktmanagement der Manufaktur. Dubenkropp kennt und schätzt Sawade seit vielen Jahren. Für sie ist es der perfekte Zeitpunkt, um ihre Leidenschaft und Erfahrung in die Weiterentwicklung der Berliner Manufaktur einzubringen.

sawade.berlin

KESSKO KESSLER & COMP. Kessko saniert

Mit der gelungenen Sanierung von Kessko und dem Verkauf an den Investor Bakerman ist die Fortführung des Bonner Traditionsunternehmens gesichert. Bakerman ist Produzent von süßen und herzhaften Snacks und kannte Kessko bereits seit Jahren als zuverlässigen Lieferanten von qualitativ hochwertigen Konditorei- und Backrohstoffen. Der notarielle Kaufvertrag wurde am 20. Februar 2025 unterzeichnet. Über den Kaufpreis sowie zu Details der Kaufvereinbarung wurde Stillschweigen vereinbart. Bakerman übernimmt alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und sichert somit rund 100 Arbeitsplätze. Ziel des Käufers ist es laut Mitteilung, die Marke Kessko auf ein neues Niveau zu heben und gleichzeitig ihre langjährige Tradition und ihren Erfolg in der Branche fortzuführen.

kessko.de

Anzeige

Alles für Ihre Pralinen

Neben unserem breiten Lagersortiment entwickeln und produzieren wir einzigartige Verpackungen nach Maß.

Mehr hier ansehen:

nice boxes
www.niceboxes.online

PURER FRUCHTIGER GESCHMACK AUS PAPUA-NEUGUINEA

BELCOLADE ORIGINS

Blanc Papua New Guinea 36% Cacao-Trace

Entdecken Sie die exquisite weiße Schokolade mit reichhaltigen Noten von Kumin, Pfirsich und Balsamico. Die Papua-Neuguinea Vanille verleiht ihr ein komplexes Aroma mit Akzenten von gekochter Milch und Butter. Sanfte Untertöne aus Mandel und Anis runden dieses unvergleichliche Geschmackserlebnis ab. Diese Schokolade wird mit Cacao-Trace zertifizierter Kakaobutter aus Papua-Neuguinea verfeinert. Durch Cacao-Trace erhalten die Kooperativen der Kakao-Bauern ein zusätzliches Einkommen in Form des Schokoladenbonus.

Probieren Sie auch folgende
Belcolade Origins aus
Papua-Neuguinea in
Bio-Qualität:

- Milkschokolade 39%
- Dunkle Schokolade 73%

Mehr erfahren unter
www.belcolade.com/de-de



BELCOLADE

THE REAL BELGIAN CHOCOLATE

EINE MARKE VON  puratos
Food Innovation for Good

