

Confiserie Welt

News vom Club der
Confiseries e. V.

Sehen,
verkosten,
vernetzen

Weltweit begehrt

Süßwaren begeistern
die Menschen. Der Markt
ist groß und innovativ.
Was es alles gibt,
zeigt alljährlich die
ISM in Köln.





Das Hussel-Quartett ist stolz auf die Auszeichnung: (v. li.) Carmen Schmidt, Franziska Ave, Filialleiterin Eileen Schubert und Denise Conrad.



Dank Abteilungsleiterin Katrin Stein und Geschäftsführerin Barbara Blank sowie Melanie Jäkel, Katrin Ehmen, Susanne Veit und Susann Berthold (v. li.) ist die Confiserie von Galeria in Leipzig top gepflegt.

SÜSSER STERN 2025

Ausgezeichnet für Service, Qualität, Präsentation

In einer eigenen Show wurden die Awards SÜSSER STERN 2025 verliehen. In der Kategorie inhabergeführter Fachhandel ging der Preis an Xocolat Kontor in Wien und an die Sächsische Schokoladenmanufaktur in Heidenau. Beim filialisierten Fachhandel waren Hussel in Dresden und Galeria Leipzig die Gewinner.

Zum 15. Mal hat SWEETS GLOBAL NETWORK den Branchenpreis SÜSSER STERN auf dem Internationalen Süßwaren-Kongress in Berlin verliehen. Eine Auszeichnung, die die Leistungen des Handels würdigt – denn dieser nimmt als Mittler zwischen Kundschaft und Hersteller eine bedeutende Position ein. Der Preis geht an Süßwarenabteilungen im Lebensmitteleinzelhandel, an den filialisierten Fachhandel/Kaufhäuser und an inhabergeführte Fachgeschäfte. Bei der Auswahl der Gewinner würdigt die hochkarätige Jury die Warenpräsentation und die

Gestaltung der Verkaufsfläche, aber auch der Umsatz, der mit dem süßen Sortiment erzielt wird, spielt eine bedeutende Rolle. Verliehen wird der Preis in einer feierlichen Show am Kongressabend. Zwei inhabergeführte Fachhandelsgeschäfte wurden 2025 ausgezeichnet: die Sächsische Schokoladenmanufaktur in Heidenau und Xocolat Kontor in Wien. In der Kategorie filialisierter Fachhandel/Kaufhäuser waren Hussel in Dresden und Galeria Leipzig die Gewinner-Filialen.

Sächsische Schokoladenmanufaktur: Transparenz und Qualität bei Schokolade und Eis

Seit mehr als 20 Jahren führt Marcus Schürer mit tatkräftiger Unterstützung seiner Frau Iris seine Schokoladenmanufaktur in Heidenau bei Dresden. Ursprünglich hat er im Jahr 2004 die Sächsische Schokoladenmanufaktur mit dem Ziel gegründet, um vorrangig Wiederverkäufer zu beliefern. Erst mit der Zeit hat das eigene Ladengeschäft an Bedeutung gewonnen – auch hinsichtlich des Umsatzes –, und seit der Renovierung/Modernisierung im Jahr 2016 hat der eigene, an die Produktion angrenzende Laden eine ganz zentrale Position für die Manufaktur und fürs Geschäft.

Die Besucher empfängt eine heimelige Atmosphäre in dem ehemaligen Schulgebäude in Heidenau. Die Einrichtung ist sehr individuell und mit vielen Acces-

soires versehen, beispielsweise empfiehlt Schürer auch aktuelle Romane mit regionalem oder fachlichem Bezug, die man vor Ort erwerben kann. Iris und Marcus Schürer haben einen wunderbaren Mix aus hochwertiger Schokoladenkunst aus der eigenen Produktion, die im Nebenraum und im Obergeschoss untergebracht ist, und einem großzügigen Café mit Konditor-Angebot aus eigener Herstellung. Die zahlreichen ehemaligen Klassenräume nutzt Schürer auch, um darin Seminare und Workshops – auch für Kinder – abzuhalten.

Die Einrichtung in Laden und Café ist sehr detailverliebt, wirkt aber nirgends überladen. Neben den Tafelschokoladen mit Ursprungsgarantie gibt es eine Theke mit vielen hausgemachten Pralinen und Trüffeln, die auch in unterschiedlichen Packungsgrößen und Präsentationen angeboten werden. Für Marcus Schürer hat sich die Konzentration auf den eigenen Laden gelohnt, der Umsatz entwickelt sich positiv, Ideen und Projekte kann er mittlerweile entspannter angehen. Mit der Einführung der Marke Eis-Marie vor einem Jahr haben die Schürers einen Glücksgriff gemacht. In Heidenau, einem Ort mit 17.000 Einwohnern, gibt es laut Schürer keine Eisdiele, sodass viele Kunden von dort, aber auch von weither aus Pirna, Dresden, Meißen usw. kommen, um das einzigartige Eis in absoluter Premiumqualität zu genießen. Im Sommer lädt der Gartenbereich für einen Familienausflug ein.

Xocolat Kontor in Wien: Ein Schokoladenfachgeschäft, das Zeichen setzt

Zentral in der Passage Palais Ferstel in Wien liegt das 400 Quadratmeter große Kontor Xocolat von Ramona Mahr, das in diesem Jahr sein 25-jähriges Bestehen feiert. Mit ihrem Kontor hat die Geschäftsfrau Trends gesetzt, war sie doch eine der ersten, die einen Multi-Brand-Store für Premium-Schokoladen eröffnet hat. Mittlerweile umfasst das Portfolio zusätzlich zu den Tafelschokoladen eine Vielzahl an Pralinen, Dragees und anderen Schokoladenprodukten. (Einen ausführlichen Bericht über Xocolat finden Sie auf den folgenden beiden Seiten).

Hussel in Dresden: Freundlichkeit und Engagement des Teams

In der Kategorie des filialisierteren Fachhandels liegen die Entscheidungskriterien naturgemäß vor allem im menschlichen Bereich. Sind doch die Ladenkonzepte unter einer Marke nahezu austauschbar. Und so gaben für die Jury nach dem Testbesuch die Freundlichkeit und Begeisterung von Filialleiterin Eileen Schubert und ihren Mitarbeiterinnen, aber auch der stets spürbare Teamgeist den Ausschlag, den Preis diesmal an die Hussel-Filiale in der Dresdner Altmarkt-Galerie zu vergeben. Das Team ist sehr erfahren und hat sich

auch in den zurückliegenden schwierigen Zeiten der Filialkette nicht entmutigen lassen. „Das war total emotional für uns. Wir haben immer gehofft, und jetzt hat es geklappt“, sagt die Filialleiterin. Umso mehr strahlen die Frauen und sind mit voller Hingabe bei der Sache. Die vollen Regale sind top gepflegt und die Service-Qualität ist überragend. Die drei wissen, wie man anspruchsvolle Kunden überzeugt. Für sie ist die tägliche Beratung nicht nur Beruf, sondern eine Leidenschaft. Sie freuen sich zudem über neue Projekte, etwa mit Nougat und Jelly Belly, die jüngere Kunden in die Filiale bringen. Lohn dafür ist ein Umsatzplus von 21,1 Prozent im ersten Halbjahr 2025 – nach einem Wachstum von 77 Prozent im Vorjahr.

Gut sichtbare Abteilung im Erdgeschoss mit modernem Ladenbau: Galeria Leipzig

Vom stetig wachsenden Anstieg der Touristen in Leipzig profitiert auch die Süßwarenabteilung von Galeria, die direkt neben einem der beiden Haupteingänge zur Grimmaischen Straße eine Fläche von 440 Quadratmetern belegt. Nach wie vor bestimmen berühmte Marken wie Lindt, Reber, Niederegger, Neuhaus, Heilemann, Peters, Burg Lauenstein und Wagner das Bild in den Regalen. Aber auch attraktive Newcomer wie Lakrids by Bülow aus Dänemark oder NelleUlla aus Lettland sowie regionale Artikel, u. a. von Felicitas, erhalten ihren Platz und erhöhen eindeutig die Attraktivität der Confiserie-Abteilung, die von Barbara Blank mit großer Leidenschaft geleitet wird. Neben der Bedienungstheke mit einem großen Angebot loser Pralinen und handgeschöpfter Schokolade warten Pick & Mix-Angebote auf die Kunden, die durchaus auch jünger sein können. In der Saison wird die Abteilung durch Sonderplatzierungen erheblich erweitert. Im Kaufhaus verstreut gibt es weitere Aufsteller. ♦

sg-network.org/de/auszeichnungen



Iris (li.) und Marcus Schürer (re.) freuen sich mit ihrem Team über die Auszeichnung: (v. li.) Anja Kassner, Stephanie Neukirch, Falk Lisek, Stefanie Wainauske und Mandy Pantel.



Ein SÜSSER STERN für Xocolat Kontor in Wien. Inhaberin Ramona Mahr (2. v. li.) freut sich mit ihrem Team, Nina Ehrlich (li.), Natalia Samchkuashvili und Nicolas Schobesberger, über die Auszeichnung.



Aus mehr als 70 Pralinen-sorten kann der Kunde von Xocolat in der Passage Palais Ferstel auswählen.



Eine Pionierin, die Trends gesetzt hat

Xocolat, von Ramona Mahr gegründet, um die besten Schokoladen aus aller Welt anzubieten, feiert 25-jähriges Jubiläum. Pralinen sind heute Teil des Portfolios – zusätzlich zu einer beachtlichen Auswahl von rund 400 Sorten Tafelschokoladen.

Als Ramona Mahr vor 25 Jahren ihr Kontor Xocolat in Wien eröffnet hat, machte das Furore. Mit ihrem ersten Multi-Brand-Store für hochwertige Schokoladen im deutschsprachigen Raum hat die Wienerin einen Trend losgetreten und war binnen kurzer Zeit die erste Adresse für Schokoladen-Afficionados. Entrepreneure wie Gianluca Franzoni mit seiner Marke Domori, im Jahr 1997 gegründet, oder Claudio Corallo haben die Kunden begeistert.

„Im Oktober 2001 sind wir mit dem Ziel gestartet, Schokoladen aus der ganzen Welt anzubieten“, sagt Mahr. „Wir wollten zeigen, wie eine Schokolade mit 70 Prozent Kakao und wie intensiv schokoladig eine dunkle Vollmilch schmeckt. Bei der Eröffnung unseres Kontors waren Single-

Origin-Schokoladen und Kakaovarietäten ein großes Thema.“ Die überwiegend junge Kundschaft interessierte sich für die Herkunft der Bohnen, diskutierte Conchierzeiten und gründete den Xocolat Chocolate-Lovers-Club, in dem sie fachsimpelte und die Leidenschaft für gute Schokolade teilte. Bei Xocolat fand sie 70-prozentige Schokoladen mit Bohnen unterschiedlicher Herkunft neben verschiedenen 100-prozentigen Tafeln von demselben Hersteller. „Viele der damaligen Kunden sind uns treu geblieben. Sie haben ihre Lieblings-schokoladen gefunden und nehmen sich diese noch heute gezielt aus dem Regal. Dem restlichen Sortiment schenken sie kaum Aufmerksamkeit“, weiß Mahr. „Ich hätte nie gedacht, dass unser Geschäft so groß und dass sich der Schwerpunkt hin zu

Konfekt verlagern wird.“ Betritt man heute das Xocolat in der Passage des Palais Ferstel fällt zuerst die große Pralinentheke ins Auge. Aus rund 70 Sorten kann der Kunde wählen. „Mit eingelegter Ware, mit Bonbonnieren und Adventskalendern, machen wir viel Umsatz. Bis zu 5.000 Adventskalender füllen und verkaufen wir pro Saison.“ Die Bonbonnieren – von vier bis 100 Pralinen Inhalt – dienen vorwiegend als Geschenk, sie haben verschiedene Designs, sind aus hochwertigem Karton und geprägt. Wer zum Eigenverzehr Pralinen kauft, der lasse sie sich in einen Beutel füllen. „Für Kunden, die mehr als 40 Pralinen kaufen, habe ich eine flache Schachtel entworfen in der ein Luftpolster die Pralinen schützt. Sie kostet nichts extra, denn ich finde, dass die Pralinen in den Beuteln zu sehr leiden.“

Bestseller: Neun Sorten Katzenzungen in frechen Verpackungen

Beim Aufbau ihres Thekensortiments zählte Coppeneur et Compagnon zu ihren ersten Lieferanten. „Gestartet sind wir mit 30 Sorten Konfekt“, erinnert sich Mahr. Wir haben die Auswahl der Kunden in hochwertige Bonbonnieren eingelegt. Das kam an, so etwas gab es bislang in Wien noch nicht.“ Aufgrund des Erfolgs beschlossen sie und ihr Mann, Werner Meisinger, Konfekt und Trüffeln selber herzustellen und gründeten die Xocolat Manufaktur mit Meisinger als Geschäftsführer. „Meine Firma ist Kontor und Händler“, sagt Mahr. Heute bezieht das Kontor 75 Prozent seines Konfekts von der Xocolat Manufaktur. „Die beliebtesten Sorten anderer Hersteller führen wir weiterhin. Für mich als Händlerin steht der Kundenwunsch ganz vorne.“

Mit ihrem Multi-Brand-Store Xocolat in Wien machte Ramona Mahr Furore

Ein Weg, ihre Produkte ins Gespräch – und in aller Munde – zu bringen, sind Kooperationen mit Museen, Banken und Firmen. „Wir liefern unseren Partnern die Ware, beispielsweise für Veranstaltungen, damit die Menschen sie verkosten. Probieren ist unsere Art der Werbung“, so Mahr. Diese Philosophie lebt sie auch in ihren Kontoren, denn die Kunden sollen wissen, wie die Pralinen schmecken, die sie verschenken. „Selbstverständlich lassen wir verkosten, die Kunden probieren gerne. Und auch das Team muss in jede Praline gerne hineinbeißen.“ Dies gilt für das Konfekt und für die zahlreichen Tafelschokoladen bei Xocolat. Viele davon fertigt mittlerweile auch die Xocolat Manufaktur. „Wir setzen dort viele eigene Ideen um.“ Den Anfang machten drei pure Schokoladen, die Mahr als dünne Tafeln anbieten wollte. Sie zählen bis heute zu den Bestsellern. „Zudem gab es viele saisonale Produkte, deren Qualität uns nicht zufriedengestellt hat“, gibt sie unumwunden zu. Auch diese fertigt heute die Manufaktur. Etwas Besonderes und eines der bestverkauften Produkte sind die Katzenzungen in neun Sorten – von Vollmilch

über Kaffee bis hin zu Maracuja. Die Packungen zieren freche Katzen, die ihre Zunge rausstrecken – gezeichnet von Peter Sengel, einem befreundeten Maler. Sämtliche Xocolat-Produkte sind in den Kontoren – vier in Wien sowie Läden in Baden, Innsbruck, Linz, Graz und Wels – verfügbar. Dazu kommt ein in Franchise geführtes Kontor in Bregenz sowie der zur Manufaktur gehörende Werksverkauf. Ergänzend dazu bieten die Filialen regionale Produkte an. „In Oberösterreich führe ich beispielsweise Ware von Herstellern wie Wenschitz und Martin Mayer, das erwartet die Kundschaft“, sagt Mahr.

„Ich versuche so zu kalkulieren, dass der Tafelpreis unter 10 Euro liegt“

Fragt man sie nach ihrer Lieblingsschokolade, zögert sie nicht lange. Es ist eine Marke, die sie von Anfang an führt. „Mein absoluter Favorit ist Bonnat aus Frankreich. Die Schokoladen schmecken einfach großartig, insbesondere der Puerto Cabello mit ihren intensiven Kakaonoten kann ich kaum widerstehen. Von Bonnat können sich viele Hersteller ein Scheibchen abschneiden, auch hinsichtlich Authentizität. Zudem gefällt mir, dass es noch 100-g-Tafeln sind.“ Weiterhin führt sie François Pralus, Domori, Zotter, OmNom, Amedei, Tiroler Edle, Coppeneur, Georgia Ramon, Blanxart und noch viele andere. Zur Hochsaison kann der Kunde aus 400 verschiedenen Tafelschokoladen wählen – alle von Mahr verkostet und für gut befunden.

Vorwiegend bietet sie bekannte Edelmarken an, doch auch Neues findet bei ihr Raum. „Als vor einigen Jahren viele junge Hersteller mit ihren Produkten auf den Markt kamen, hätte ich diese gerne peu à peu eingeladen, in meinem Kontor ihr Sortiment vorzustellen.“ Aktuell denkt sie darüber nach, ihr Sortiment umzustrukturieren. „Wenn ich mich auf die Tafeln von maximal 15 Produzenten, die alle für etwas

Bestimmtes stehen, fokussiere, könnte ich von jedem die komplette Range – auch die ganz teuren Tafeln – anbieten.“ Generell versuche sie so zu kalkulieren, dass der Tafelpreis unter 10 Euro liegt. „Ich bin meinen Kunden schuldig, dass ich ihnen ein gutes Produkt zu einem vernünftigen Preis anbieten kann. Der Wohlfühlpreis liegt für mich bei 7,90 Euro, allerdings muss ich zugeben, dass ich mich mittlerweile freue, wenn sich 8,90 Euro mit einer vernünftigen Kalkulation ausgehen.“

Denn Kakao- und Schokoladenwelt befinden sich im Wandel. Die Preiserhöhungen könne sie nicht 1:1 an ihre Kunden weitergeben. „Mit Tafelschokoladen alleine lässt sich kein Geschäft mehr betreiben, unter anderem weil die Kosten stark gestiegen sind – die Kakaopreise, die Miete und die Personalkosten.“ Mitarbeitende zu finden, sei eine weitere Herausforderung. Kaum noch jemand wolle in Vollzeit arbeiten. Um den Teams in den Läden die Arbeit zu erleichtern, hat Mahr angrenzend an die Xocolat-Manufaktur eine Einlegewerkstatt eröffnet. Dort werden die Bonbonnieren bestückt, die Drapees in Beutel abgefüllt, die Verpackungen mit Schleifen versehen – Arbeiten, die bislang von den 30 bis 35 Mitarbeitenden in den Kontoren erledigt wurden.

Doch bei allen Schwierigkeiten blickt die Händlerin optimistisch in die Zukunft: „Schokolade macht Lust und Freude. Man verkauft nicht nur ein Produkt, sondern ein ganzes Lebensgefühl. Ein solches Sortiment bringt nette Leute ins Geschäft“, sagt sie. Werner Meisinger ergänzt: „In meiner Jugend gab es in Wien weit mehr als 100 Fachgeschäfte für Süßwaren. Als meine Frau ihr Kontor eröffnet hat, waren es noch etwa 30. Doch ich bin überzeugt, dass es den Fachhandel weiterhin geben wird, weil es genügend Menschen gibt, die gerne genießen.“ ♦

xocolat.at



Firmenchefin Ramona Mahr.

Confiserie Mitarbeiterin des Jahres

Bereits zum vierten Mal hat der Club der Confiserie die Auszeichnung „Confiserie Mitarbeiterin des Jahres“ vergeben – 2025 an Pamela Schinner von Confiserie Burg Lauenstein. „Pamela ist prädestiniert für den Preis, sie ist vielseitig, sehr flexibel, und ihr ist Teamarbeit wichtig“, sagt Vertriebsleiter Alexander Becker, über seine Kollegin.

Pamela Schinner, Abteilungsleiterin Manufaktur Werksverkauf Fischbachsmühle von der Confiserie Burg Lauenstein, ist Mitarbeiterin des Jahres 2025. 180 Quadratmeter groß ist das Fachgeschäft, das sie verantwortet. „Pamela ist vielseitig, sehr flexibel, ihr ist Teamarbeit wichtig. Sie hält die Teams über die entfernten Filialen zusammen, ist für jeden Spaß zu haben und sorgt für gute Laune. Nächtlche Deko-Aktionen, beispielsweise beim Vorbereiten auf die Weihnachtssaison, sind immer mit viel Lachen und Späßen verbunden, so macht das Arbeiten einfach Spaß“, beschreibt Vertriebsleiter Alexander Becker die zahlreichen Stärken seiner Mitarbeiterin, die er für die Auszeichnung vorgeschlagen hat.

Abteilungsleiterin mit vielseitigem Aufgabengebiet, von der Sortimentsauswahl bis zur Deko
Pamela Schinners Aufgabengebiete sind vielseitig. Sie trifft Entscheidungen hinsichtlich des Sortiments und ist bei der Auswahl von passenden Lieferanten für saisonale



Das Team in der Fischbachsmühle, Confiserie Burg Lauenstein, freut sich gemeinsam über die Auszeichnung zur Mitarbeiterin des Jahres 2025: (v. li.) Elke Trautschold, Rebecca Eisoldt, Eva Wohlfahrt, Pamela Schinner, Karin Hertel, Anja Wilhelm, Tetijana Dmytriieva und Franziska Butz.

Zukaufwaren und Dekoartikel beteiligt. Sie verantwortet das komplette Ladensortiment von 500 bis 600 Artikeln. Zugleich sucht sie selbst nach neuen Partnern und spricht auch aktiv neue Mitarbeiter an.

Im Schnitt sind 13 Mitarbeitende in der Fischbachsmühle beschäftigt – saisonal wechselnd. Zudem betreut die Abteilungsleiterin auch die Kunden: Im Manufaktur-Werksverkauf kümmert sie sich um Gruppen und Führungen. „Unsere Kindergeburtstage, die wir anbieten, das sind ein bisschen meine heimlichen Lieblingsarbeiten“, gesteht sie bei der Preisverleihung. „Also, das ist ja das Besondere, dass Pamela natürlich hier auch verschiedene Events mitgestaltet, sie arbeitet im Hintergrund mit genauso wie im Vordergrund. Die ist immer für jede Schandtat zu haben. Die Pamela ist prädestiniert dafür, ich freue mich riesig über den Preis, für uns Lauensteiner ist es das Größte überhaupt. Anlässlich des kürzlich fertiggestellten Umbaus der historischen Fischbachsmühle hat Pamela Schinner ein neues, erweitertes Konzept erarbeitet, wodurch Kundinnen und Kunden dort noch mehr erleben können. „In unserer Gläsernen Manufaktur besteht nun auch die Möglichkeit, Hohlkörper aus Schokolade zu gießen – das war Pamelas Idee –, und ebenso wurde die Auswahl der Streugüter für das Verzieren von Pralinen extrem erweitert“, berichtet Becker.

„Pamela versucht immer, die Kundinnen und Kunden zufriedenzustellen und überzeugt mit kreativen Einfällen. Sie hat viel Energie, die sie im Laden versprüht“, sagt er enthusiastisch. Denn seine umtriebige Mitarbeiterin entwickelt eigenständig Verkaufsstrategien für den Werksverkauf, um den Umsatz zu steigern.“ Auf der Preisverleihung bedankt sich die ausgezeichnete Mitarbeiterin des Jahres: „Ich bin jetzt mittlerweile seit über acht Jahren bei Lauenstein beschäftigt. Der Laden bedeutet für mich nicht nur eine Arbeitsstelle, es ist tatsächlich mittlerweile so eine Berufung, der ich nachgehe, und ich mache das wirklich richtig, richtig gerne. Ich bin stolz, und ich bedanke mich für die Wertschätzung von meiner Firma, dann das ist nicht selbstverständlich.“

lauensteiner.de

INGWER SHOC

Kleine Tafeln, großer Geschmack

Bei den Fruchttafeln Ingwer Shoc stand der Ingwershot Modell. Start-up-Gründer Gordian Finger hat ein Produkt entwickelt, das es in dieser Art bislang noch nicht gab.



„Die Produktentwicklung ist für mich fast wie ein Hobby“, sagt Gordian Finger.

Die Fruchttafeln Ingwer Shoc vereinen das Beste aus zwei Welten: die belebende Schärfe und wohltuenden Wirkstoffe des Ingwers mit zartschmelzender Kakaobutter. Im Mund entfaltet sich zuerst die Frucht, dann gesellen sich der intensive, scharfe Ingwer sowie eine säuerliche Note dazu. Sie schmecken nicht wirklich süß. „Ich habe etwas ganz Neues entwickelt“, sagt Firmengründer Gordian Finger. „Es ist keine Ingwerschokolade. Zwar ist Kakaobutter die Hauptzutat, auf Milchpulver verzichte ich jedoch. Der USP meiner veganen Ingwer Shoc ist das pure Geschmackserlebnis.“

Parallelen zum Ingwershot zeigen sich hinsichtlich Geschmack und Verzehrmenge. „Die Ingwer Shoc ist eine Süßigkeit für bewusste Genießer. Ein Stückchen reicht, der Geschmack verbleibt lange im Mund.“ Sie ist für Ingwerliebhaber und -Newcomer gleichermaßen. Auch der ernährungsphysiologische Benefit sei gegeben. „Durch Kakaobutter und schwarzen Pfeffer ist die Bioverfügbarkeit optimal“, betont Finger. Sieben Monate hat er getüftelt und gefeilt, bis die Tafelchen seinen Vorstellungen entsprachen. Dank seines dualen Studiums bei Lindt in Aachen hat der Lebensmitteltechnologe den fachlichen Background. „Meine Tafeln sind perfekt. Sie entfachen eine Aromenexplosion am Gaumen.“

Die Intensität des Ingwers hängt von der Tafelvariante ab – milde Schärfe, mittlere Schärfe und belebende Schärfe. Unterteilt ist der Schärfegrad in fünf Stufen, angezeigt wird er mit kleinen Ingwerknollen auf der Packung. Für das Wow-Erlebnis sorgt das intensive Aroma der gefrier-

getrockneten Früchte und Knollen. Auf künstliche Aromen verzichtet Finger komplett, Qualität und Clean Label haben Priorität. „Die gefriergetrockneten Früchte sind kostenintensiv. Es war eine Herausforderung, alle in Bioqualität zu bekommen. Mein teuerstes Fruchtpulver ist allerdings mein Zitronensaftpulver, ein sprühgetrocknetes Zitronensaftkonzentrat. Auf Sonnenblumenlecithin als Emulgator kann ich nicht verzichten, da das Fruchtpulver stark hygroskopisch ist. In der Masse verbleibt immer etwas Restfeuchtigkeit.“

Gefriergetrocknete Früchte als essenzielle Zutat

Inspiziert zur Ingwer Shoc hat ihn seine Mojitopraline, ein wesentlicher Teil seiner Abschlussprüfung zum Süßwarentechnologen. „Dafür habe ich einen Schokoladenstrohhalm mit Minze und Zitrone konzipiert. Beim Feinvermahlen im Melangeur verbindet sich das Fruchtpulver mit den Zuckerpartikeln. Es hat mich umgehauen, wie intensiv sich die Aromen im Mund entfaltet haben. Es war ein Fruchtflesh.“ Auch die Juroren waren von der Praline begeistert, und so wurden gefriergetrocknete Früchte für Finger zur essenziellen Zutat, um etwas ganz Neues, Besonderes zu entwickeln – der Schritt zur Selbstständigkeit war nicht mehr weit. „Leider bieten industriell arbeitende Betriebe prozessbedingt oft zu wenig Flexibilität, um eigene Ideen konsequent umzusetzen.“ Bei seinen wiederverschließbaren Verpackungen verzichtet er weitestgehend auf Kunststoffe. Die 14-g-Tafelchen umhüllt ein Pergamenttütchen, welches wiederum in einem ansprechend gestalteten

Karton im Streifendesign steckt. Der lichtundurchlässige Karton schützt die natürlichen, wertvollen Pflanzenfarbstoffe, die sekundären Pflanzenstoffe. Die Farbe der Streifen ist auf den fruchtigen Geschmacksgeber abgestimmt: Gelb für Zitrone, Rosa für Acerola & Cassis, und die Variante Mango & Maracuja hat orangefarbene Streifen. Mithilfe eines Klebeetiketts lassen sich Tütchen und Karton wiederverschließen.

Aktuell fertigt Finger, der Mitte 2025 sein Start-up Ingwer Shoc GmbH gegründet hat, bei Georgia Ramon in Soest – etwa 12.000 Tafelchen im Monat. Seinen Lebensunterhalt bestreitet er überwiegend aus dem NRW-Gründerstipendium, das er zwölf Monate lang bekommt. Jetzt gilt es, die Ingwer Shoc erfolgreich am Markt zu platzieren. „Die Fachhändler, die sie bereits verkaufen, sind begeistert. Mein Ziel ist, dass mein Unternehmen wächst. So, wie die Tafeln aktuell gefertigt werden, sind sie industriell nicht so einfach nachstellbar. Jedoch arbeite ich daran, die Rezeptur so zu modifizieren, dass ich größere Mengen auf einmal fertigen kann.“

Dann werde Ingwer Shoc auch für andere Vertriebskanäle, beispielsweise Drogerie- oder Biomärkte, interessant. Dafür könnte Finger eine zweite Marke aufbauen, um das Original nicht zu kannibalisieren. Doch vorerst setzt er auf Vertriebspartner, die den Premiumcharakter der Fruchttafeln transportieren. Für die Ausweitung seiner Range hat er schon vorgesorgt: Insgesamt fünf Schärfegrade sind vorgesehen, zwei davon gilt es noch zu besetzen: eine eher milde und die stärkste Variante.

ingwer-shoc.de



Seit 25 Jahren fertigt Stefan Aster mit seinen Partnern direkt im Stadtgebiet Original Nürnberger Bio Elisen Lebkuchen in Premiumqualität.

Premium Elisenlebkuchen aus Nürnberg – nussig, würzig, bio und fair

Seit 25 Jahren bietet der Vertriebsprofi Stefan Aster Original Nürnberger Spezialitäten unter seiner Marke Nürnberger Bio Originale an. Seine Bio Elisen Lebkuchen sind im Fachhandel heiß begehrt.

Natur, schokoliert oder glasiert. Vegan oder original. Immer in Bio-Premiumqualität und wunderbar saftig, das sind die Original Nürnberger Bio Elisen Lebkuchen, die Stefan Aster für seine Marke Nürnberger Bio Originale nach seinen Rezepturen fertigen lässt. Drei Hersteller produzieren für ihn, einer ist seit der Firmengründung vor mehr als 25 Jahren sein Partner. Rohstoffe in Bioqualität, handwerkliche Herstellung und ein Nussanteil von bis zu 48 Prozent kennzeichnen die Elisen Lebkuchen von Nürnberger Bio Originale. Nicht nur der hohe Nussanteil und die sorgfältig komponierte Gewürzmischung machen sie einzigartig: Durch die Zugabe von Haselnuss-Marzipan und gerösteten, grob gemahlenden Haselnüssen sind die Lebkuchen ausgesprochen aromatisch

und haben etwas Biss. Da sie über Nacht trocknen, bleiben sie herrlich saftig. „Wir bieten eine große Vielfalt an Elisen Lebkuchen, auch hinsichtlich ihrer Größe. Den Klassiker, die 98-mm-Elisen-Lebkuchen, fertigen wir in den Sorten glasiert, schokoliert und natur sowie in einer veganen Variante.“ Das Angebot umfasst zudem Elisen Lebkuchen schoko und natur „to go!“ sowie vegan im Mono-Pack, Mini-Elisen-Lebkuchen im Designkarton, Bio-Erdnuss-Elisen-Lebkuchen sowie Original Nürnberger Bio Elisen Lebkuchen in verschiedenen Größen und Sortierungen im Cellophanbeutel, in Metall- und in runden Pappdosen. Letztere gestaltet eine Nürnberger Künstlerin. „Auch Original Bio Jumbo Elisen Lebkuchen haben wir in den Sorten natur und schokoliert“, berichtet Aster. Die

300-g-Lebkuchen haben Sternkoch Alexander Herrmann und Weinpapst Guido Gottwald so begeistert, dass sie diese unter dem Dach ihrer Marke HerrGott anbieten. Zudem hat Aster Feine Nürnberger Bio-Oblatenlebkuchen mit 78- und 30-mm-Größe im Portfolio. Auch hier sorgt Marzipan in der Rezeptur für das besondere Aroma und eine saftige Konsistenz. Sämtliche Rezepturen für seine Produkte entwickelt Aster mit seinem Team, auch die Qualitätssicherung liegt in seinen Händen: „Für alles, was unter der Marke Nürnberger Bio Originale angeboten wird, haben wir die Rezepturhoheit. Auch die Rohstoffe beziehen wir selbst, unsere Mandeln kommen aus Sizilien, die Haselnüsse aus der Türkei.“

„Alles, was wir anbieten, muss mit Nürnberg zu tun haben.“

„Wir beliefern den gesamten Bio-Fachhandel in Deutschland und sind dort unseres Erachtens nach die Nummer Eins im Bio-Elisen-Lebkuchen-Segment.“ Zusätzlich bietet Aster seine Bio-Premiumspezialitäten als Private-Label-Produkt an. „B2B macht etwa 90 Prozent meines Umsatzes aus. Bei den Handelsmarken sind wir hinsichtlich der Verpackungen flexibel und richten uns nach den Wünschen der Kunden bezüglich Etikett, Sortierung und Verpackungsgröße.“ Kompromisslos ist er beim eigentlichen Produkt: „Unser Fokus liegt ganz klar auf Elisen Lebkuchen. Generell gilt: Alles, was wir anbieten, muss mit Nürnberg zu tun haben.“ Auch seine veganen, schokolierten Original Nürnberger Bio-Nussecken mit 38 Prozent Nussanteil in der Nussmasse lässt Aster nach seinen Rezepturen in den Sorten Classic Walnut und Peanut Salted Caramel fertigen. „Es ist belegt, dass die ersten Nussecken aus Nürnberg kamen. Deshalb passen sie in mein Portfolio.“ Verfügbar sind sie als Mono-Nussecken und als Mini-Nussecken im 6er-Pack.

Aus dem Bestreben heraus, den beiden Original Nürnberger Spezialitäten mehr Wertschätzung entgegenzubringen, hat Stefan Aster seine Marke Nürnberger Bio Originale gegründet. „Ich war Exportleiter in einem großen Betrieb für Wurstwaren. Es hat mich geärgert, dass es bei der Vermarktung zunehmend um die Verpackung ging, während die Produktqualität mehr und mehr in den Hintergrund getreten ist.



Über Nacht dürfen die Elisen-Lebkuchen trocknen.



Das wollte ich ändern. Ich hatte die fixe Idee, meine Originale in Bio-Premiumqualität zu fertigen. In der ersten Weihnachtszeit haben wir etwa 5 Kilogramm Lebkuchen verkauft, also praktisch nichts“, erinnert er sich. Die Messe Bio-Fach in Nürnberg war 1999 für seine Marke Nürnberger Bio Originale das Sprungbrett, um seine Elisen Lebkuchen vorzustellen. „Wir haben Handmuster nach unseren Rezepturen gefertigt“, erinnert er sich. So sind erste Händler aufmerksam geworden. Mit der Bio-Fach kam Schwung ins Geschäft, und Aster musste Hersteller in Nürnberg

finden, die Premium-Elisen-Lebkuchen nach seiner Rezeptur fertigen können. „Für mich war wichtig, dass der Produzent meine Idee mittragen und mit meinem Unternehmen wachsen kann.“ Aster wurde fündig und hat den Vertrag mit einem Hersteller von Original Nürnberger Elisen-Lebkuchen besiegelt. Die Partnerschaft hat bis heute Bestand. Er erinnert sich: „Zwei Jahre habe ich mir gegeben. Bis dahin sollte mein Betrieb so gut laufen, dass meine Existenz gesichert ist.“ Das Experiment ist gelungen, Aster verfügt heute über ein stabiles Netzwerk und engagiert sich sozial. „Wir

unterstützen die Tafel Feucht und die Wärmestube Nürnberg sowie soziale Einrichtungen – insbesondere zur Weihnachtszeit – mit Bio Elisen Lebkuchen und Geldspenden. Bei Noris Inklusion, einem aktiven Partner von uns, geben wir einfache Arbeiten gegen Bezahlung in Auftrag. Langfristige, partnerschaftliche Kundenbeziehungen sind für uns essenziell. Diese Werte leben wir, das ist uns über die ganzen 25 Jahre hinweg hoch angerechnet worden“, sagt er stolz und fügt hinzu: „Man muss das machen, was man gerne machen möchte.“ ♦ nuernberger-bio-originale.de

CONFISERIE

Imping

HANDWERKSKUNST
SEIT 1953

Besuchen Sie uns auf der **ISM in Halle 10.2 Stand H-12**

Edle Pralinés und Frischrahmtrüffel, sowie Feingebäcke und Weihnachtspezialitäten.

CONFISERIE IMPING GMBH | Heckebee 1 | 48691 Vreden
Fon: 02564 936343 | Fax: 02564 936344
www.imping-confiserie.de | info@imping-confiserie.de



Kuratorin Andrea Durry
und Museumspädagoge
Olaf Vortmann.



Mini-Schokoladenfabrik mitten im Museum.



Ein Museum,
das dazu einlädt,
Schokolade
differenziert zu betrachten
und mit allen Sinnen
zu erfahren



Die neuen Räume sind mithilfe von Gruppenstationen so konzipiert, dass Führungen und Einzelpersonen sich nicht gegenseitig behindern. Verschieden lange Texte erklären die Exponate, mit maximal 600 Zeichen kann sie jeder gut erfassen. Mithilfe von Touchscreens wird die Ausstellung interaktiv.



Armut, Kolonialismus, Genuss und Gefühl

Auf 2.000 Quadratmetern Ausstellungsfläche beleuchtet das Schokoladenmuseum in Köln die Welt der Schokoladen. Nach sieben Jahren Umbau und Modernisierung setzt es sich noch anschaulicher und differenziert mit Herkunft und Verarbeitung von Kakao auseinander und macht zugleich diese Welt mit allen Sinnen erfahrbar.

Rund 2.000 Besucher am Tag – im gesamten Jahr 2024 waren es 706.000 – tauchen im Schokoladenmuseum in Köln in die Welt der Schokoladen ein. In den vergangenen sieben Jahren wurde es aufwendig umgebaut und modernisiert, den Umbau maßgeblich vorangetrieben und begleitet hat Christian Unterberg-Imhoff, bis Juni 2025 Geschäftsführer des Schokoladenmuseums, zusammen mit Kuratorin Andrea Durry und Museumspädagoge Olaf Vortmann. Heute führt nach wie vor Annette Imhoff mit Dominik Schröder die Geschäfte.

Vom Rheinufer aus betrachtet wirkt das Museum, als würde ein Schiff auf dem Fluss liegen. Ein riesiger Schokoladenbrunnen, in dem 200 Kilogramm flüssige Schokolade zirkulieren, steht im Bug des Schiffes. Eine riesige Glasfront ermöglicht den Blick auf den Rhein. So bleibt die Erinnerung an die Hafenvergangenheit sichtbar. Der Ort, an dem das Museum steht, der alte Zollhafen von Köln, war über Jahrzehnte hinweg Umschlagplatz für Waren aus aller Welt, darunter für Zucker und Kakao, zwei unentbehrlichen

Rohstoffen für die Schokoladenproduktion. Heute ist Schokolade für die Menschen eine Nascherei, die sie mit Gefühlen und unterschiedlichen Anlässen verbindet. Die Geschichte des Kakaos tritt meist in den Hintergrund.

Doch nicht im Schokoladenmuseum, wo Geschichte lebendig wird. Auf 2.000 Quadratmetern Ausstellungsfläche beleuchtet es heute didaktisch perfekt aufbereitet und sehr anschaulich die genuss-

Das Museum bietet ein
Besucherlebnis
für Herz und Verstand

vollen und die Schattenseiten des Kakaos. „Wir hatten immer vor Augen, dass wir die Geschichte der Schokolade erzählen möchten, ohne dabei die Herausforderungen im Kakaosektor zu beschönigen“, sagt Durry, und Vortmann ergänzt: „Wir zeigen auf, was jeder Einzelne tun kann, und dass sich etwas ändert.“ Zugleich vermittelt das Museum die positiven Werte,

für die Schokolade steht. Es erklärt warum sie Sinnbild für Glück, Sinnlichkeit und Gemeinschaft ist und macht sie mit allen Sinnen erfahrbar: mit Verkostungen, Workshops, Duftstationen – und mit Geschichten, die unter die Haut gehen.

Seit der Neukonzeption wachsen im Tropenhaus Kakaofrüchte

„Als wir 2018 mit dem Umbau begonnen haben, war unser erstes Projekt die Neukonzeption des Tropenhauses. Denn was nützt ein Tropenhaus im Schokoladenmuseum, wenn dort keine Kakaofrüchte wachsen? Wir haben unter anderem die Erde und die Pflanzen erneuert und Lampen installiert, in deren Licht und Wärme die Kakaofrüchte gedeihen“, so Unterberg-Imhoff. „Nun sehen die Besucher bei uns Kakaobäume mit echten Früchten.“ Denn schließlich fängt beim Kakao alles an. Beachtliche 500 Kilogramm Schokolade werden im Museum täglich verarbeitet – 175.000 Kilogramm pro Jahr. Etwa 50 Kilogramm davon gehen pro Tag in den eigenen Shop, beispielsweise in Form von Schokoladenfiguren, die in der Manufaktur

gegossen werden. Die Besucher sehen, wie täglich etwa 80.000 Schokoladentäfelchen auf einer Maschine von Winkler & Dünnebier gegossen werden – 20,5 Millionen Naps pro Jahr. „Wir betreiben im Museum eine Fabrik im Miniformat. Die Qualitätssicherung erfolgt durch unseren Partner Lindt, von dem wir auch die Schokoladenmasse beziehen“, sagt Durry. Die Minifabrik bildet die industrielle Produktion von Schokolade ab. Anschließend an die Fabrik steht der Schokoladenbrunnen. Er ist das absolute Highlight für die Besucher, dort können sie Waffeln mit geschmolzener Schokolade verkosten.

Von der Welt- und Zeitreise des Kakaos hin zur Schokolade als Gefühl

Schon lange verbindet der Kakao die Stadt Köln mit Ursprungsländern in Westafrika, Mittelamerika und Asien. Diese Dimension wird in der 2023 neu konzipierten Ausstellung „Weltreise des Kakaos“ sicht- und begreifbar. Auf über 600 Quadratmetern dreht sich alles um Anbau, Transport, Produktion und Konsum von Kakao und Schokolade. Sie stellt die Menschen vor, die den Kakao ernten, verarbeiten und mit ihm handeln. Und sie verdeutlicht, welche politischen, ökologischen und sozialen Fragen mit dem wertvollen Rohstoff verbunden sind.

„Nachhaltigkeit“ ist der rote Faden, der sich durch die Ausstellung zieht. „Die Ausstellung ist Teil unseres Bildungsauftrags und orientiert sich an den 17 Zielen für nachhaltige Entwicklung. Sie bietet konkrete Lernangebote zu globaler Gerechtigkeit, Umweltverantwortung und Lieferkettenethik – für Schulen, Gruppen und Einzelpersonen“, betont Vortmann. Im Juni 2025 endete der Umbau mit der

Eröffnung der kulturgeschichtlichen Ausstellung „Zeitreise des Kakaos“ im 1. Stock. Sie erzählt von der kulturellen Bedeutung des Kakaos, beginnend in Süd- und Mittelamerika, bis er „europäisch“ wird. Der Bogen spannt sich von den Trinkschokoladen im 16. und 17. Jahrhundert, über die Industrialisierung im 19. Jahrhundert bis zur heutigen Konsumwelt. Sie thematisiert auch die blutige Unterwerfung großer Teile Amerikas durch europäische Mächte, den transatlantischen Sklavenhandel, der Plantagen mit billigen Arbeitskräften versorgte, die unter unmenschlichen Bedingungen Produkte für Europa herstellten, darunter Rohrzucker und Kakao. Nach dem Ende der Sklaverei, gründete man Kolonien in Afrika, um dort billig für den europäischen Markt zu produzieren. Eine Handelsstadt wie Köln profitierte davon. Die Ausstellung beleuchtet die Verflechtungen, zeigt „Kolonialschokolade“, mit der Stollwerck Werbung machte, verzichtet jedoch darauf, dogmatisch zu belehren, sondern lädt zum Verstehen ein, wie Genuss und Gerechtigkeit zusammengehören.

Auch Umweltzerstörung thematisiert das Museum – und zeigt Wege hinaus

„Die unmenschlichen Arbeitsbedingungen auf den Plantagen darf man nicht verschweigen“, betont Durry. „Bis heute ist das Leben vieler Kakaobauern von Armut geprägt, die man bekämpfen muss. Denn zu ihren schlimmsten Auswüchsen gehört die Kinderarbeit auf den Feldern.“ Auch das Thema Umweltzerstörung greift die Ausstellung auf: Abholzung von tropischem Regenwald für neue Plantagen, der Einsatz von Pestiziden, die Mensch und Umwelt gefährden. „Wir zeigen Wege hinaus: Fair-Trade-Projekte, transparente Lie-

ferketten, Bildungsinitiativen. Als von der UNESCO ausgezeichnete Lernort sensibilisieren wir für globale Zusammenhänge.“

Nachdenklich gestimmt kommt man ins zweite Obergeschoss, wo seit dem Sommer 2024 die bunte, lebendige Ausstellung „Schokolade ist ein Gefühl“ einen Kontrapunkt setzt. Denn Schokolade ist weit mehr als ein Produkt: Sie weckt Kindheitserinnerungen, steht für Geborgenheit, Trost und Glück. Die Ausstellung kombiniert Sinneserlebnisse, historische Erzählungen mit digitaler und interaktiver Kommunikation. „Wir verbinden Geschmack mit Geschichte, Emotion mit Information“, sagt Durry. Man kann Erinnerungen nachspüren – von der Lieblingsschokolade in der Kindheit bis zu aktuellen Trends. Ziel ist, ein Besucherlebnis zu bieten, das im Kopf und im Herzen bleibt. „Auch das ist ein Aspekt des kulturellen Erbes: Es verbindet Vergangenheit mit Gefühl, Geschichte mit Identität.“

Wer nach dem Museumsbesuch so richtig Lust auf Schokolade bekommen hat, kann diese im angeschlossenen Shop, den das Museum seit 2024 in Eigenregie betreibt, befriedigen. Dort findet man Tafelschokoladen von Altmattler, Gmeiner, Simon Coll, Otherly, Original Beans, Venchi, Villars und einigen anderen, Coniserie von Seidl, Lauenstein, Wagner, Rabbel und Peters, Marzipanprodukte von Niederegger und Reber sowie ein großes Sortiment von Lindt, dem Partner des Schokoladenmuseums. Auch der Shop gehört zum Erfolgskonzept. Denn das 1993 von Hans Imhoff eröffnete Museum zählt zu den meistbesuchten Deutschlands und ist eines der wenigen, die sich alleine tragen. ♦

schokoladenmuseum.de



An der Theke bietet Corinna Camacho Angeles ihre Trink- und Tafelschokoladen sowie Kaffeespezialitäten und Kuchen an. Im Regal daneben stehen weitere Produkte.



KAKAOBAR ROSE KAKAO

Schokolade das ganze Jahr hindurch

Von der Bohne über Trinkschokolade bis zum Kuchenstück – wer eine Tasse Schokolade trinken und zugleich erfahren möchte, wie Schokolade entsteht, und was man daraus Köstliches fertigen kann, sollte Corinna Camacho Angeles in Beilngries besuchen. Seit der Eröffnung ihrer Kakaobar Rose Kakao im Mai 2025 beschreitet sie zusätzlich zu ihrer Bean-to-Bar-Manufaktur einen zweiten Weg. „Mit der Bezeichnung Kakaobar zeige ich deutlich, dass sich in meinem Unternehmen alles um Kakao dreht“, sagt sie. „Ich bin überzeugt davon, dass man mit Trinkschokolade jeden begeistern kann – auch eingefleischte Kaffeetrinker. Von Anfang an habe ich 40 Prozent meines Umsatzes mit heißen und kalten Trinkschokoladen erzielt. Ich denke, dass sich die Gewichtung weiter zugunsten der Trinkschokoladen verschieben wird, ihr Geschmack ist wirklich einzigartig.“ Wie auch ihre Schokoladen fertigt Camacho Angeles die Trinkschokoladen Bean-to-Bar – alle mit Single-Farm-Kakao hergestellt. „Sie schmecken vollmundig und intensiv nach Kakao, was nicht zuletzt vom Röstprofil der Kakaobohnen maßgeblich beeinflusst wird. Ich habe es speziell auf die Trinkschokoladen abgestimmt.“ So hat der Genießer den vollen Kakaogenuss, nicht nur bei den reinen 100%igen Sorten.

Die Kakaobohnen bezieht die Chocolatière direkt von einem Kakaobauern in

Peru, bei dem sie mehrere Monate gearbeitet und gelebt hat. Knapp 1,7 Tonnen Kakaobohnen verarbeitet sie im Jahr. Dieser Kakao ist Basis für die meisten Bean-to-Bar-Produkte ihrer Marke Dos Estaciones, die sie über den Fachhandel und ihren Online-Shop verkauft. Mit der Eröffnung der Kakaobar hat sie ihr Portfolio an Trinkschokoladen erweitert und sich zugleich einen neuen Vertriebskanal erschlossen. Auch macht sie mit Einblicken in ihre Gläserne Bean-to-Bar-Manufaktur neugierig darauf, wie Schokolade hergestellt wird. Für knapp 10 Euro führt Camacho Angeles zu ausgewählten Terminen 30 Minuten durch ihre Produktion, erläutert die Vorteile von Direct Trade und zeigt, worauf es bei der Schokoladenherstellung ankommt. Aktuell arbeitet sie an einer Weißen Schokolade mit Single-Farm-Kakaobutter von ihren Kakaobohnen. Der Kakaogehalt der anderen 13 verschiedenen Tafeln liegt bei 45 bis 100 Prozent.

Synergieffekt: Durch die Kakaobar verkauft sie mehr Tafelschokoladen

„Das Interesse ist groß, obwohl wir kaum Laufkundschaft haben, da wir nicht zentral im Ort liegen. Doch wir profitieren vom Radweg durchs Altmühltal, der durch Beilngries führt“, berichtet sie. „Früher konnte man nur Donnerstags bei uns in der Manufaktur einkaufen. Dadurch dass wir jetzt an vier Tagen in der Woche geöffnet haben, verkaufe ich hier deutlich

mehr Tafelschokoladen. Jetzt brauchen wir nicht mehr auf so viele Märkte fahren, was immer viel Zeit und Kraft kostet.“

Dass man sich bei Rose Kakao auf Anhieb willkommen fühlt, macht die Entscheidung leicht, einen Zwischenstopp einzulegen. Durch viel Massivholz, Metallelemente, bequeme farbige Stühle und eine große Theke wird die Kakaobar zum Wohlfühlort. Bei der Einrichtung hatte sie tatkräftige Unterstützung von ihrer Familie – ihre Mutter ist Drechselmeisterin, Vater und Bruder sind Schreinermeister, ihr Partner Metallkünstler, die Tischbeine kommen aus seiner Werkstatt.

Die Größe des Betriebs liegt bei gut 100 Quadratmetern, inklusive Produktion. 32 Plätze bietet die Konditormeisterin innen, plus 28 auf der sonnigen Terrasse. Ihre Tartes und Törtchen fertigt sie in ihrer kleinen Backstube – selbstredend mit ihrer Bean-to-Bar-Schokolade. „Wir bieten vier bis fünf verschiedene Kuchen und Tartes an. In der Kuchentheke arbeite ich mit Kühlakku. Das spart enorm viel Energie und hat sich bewährt. Klassische Sahnetorten gibt es bei mir nicht, das ist für die Gegend hier schon ganz schön krass“, sagt sie mit einem Augenzwinkern. Die Rohstoffe – Butter, Eier, Öl und Mehl – bezieht sie von regionalen Betrieben. „Wir wissen genau, wo alles herkommt. Das Brot für die herzhaften Snacks backt beispielsweise Klosterbäckerei Plankstetten.“ Eine Teilzeit-Mitarbeiterin und vier Minijobber unterstützen sie seit November in Verkauf und Produktion.

Im Sommer waren die Eisschokoladen das Highlight in der Kakaobar. „Die Eisschokolade dafür kommt von der Eisdiele im Ort. Sie fertigt für uns Schokoladeneis mit unserer Schokolade und Stracciatella-Eis mit Kakaonibs, das ist der Kundeliebling. Erwachsene und Kinder lieben das cremige Eis mit den knusprigen Nibs“, erzählt Camacho Angeles und zieht eine erste Bilanz: „Ich bin zufrieden. Jetzt müssen wir nur noch etwas mehr Werbung machen, dann geht unser Plan, mit der Kakaobar das Sommerloch zu füllen und den Umsatz zusätzlich anzukurbeln, auf. Schokolade ist nicht nur ein Winterprodukt, sie verkauft sich auch im Sommer – man muss nur wissen wie“, sagt sie stolz.

rosekakao.de

ZOTTER SCHOKOLADEN

Zweite Generation übernimmt

Es ist ein Spektakel, das einen bei Zotter in Österreich im Schokoladen-Theater erwartet. Theater mit Show und Klamauk, doch auch mit dem Mut, den Finger in die Wunde zu legen und darauf aufmerksam zu machen, was alles in der Schokoladen- und Kakaowelt nicht optimal läuft. Man muss sich das auf der Zunge zergehen lassen: Essbarer Tiergarten – schau dem Tier in die Augen bevor du entscheidest, wie groß dein Steak sein soll –, Bilder am Eingang, gemalt mit Fett von der Fettabsaugung Übergewichtiger.

Ein bis zwei Tafeln Zotter-Schokolade sind tägliche Ration

Zotter schaut hin und möchte, dass seine Kunden das selbe tun. Das Unternehmen trägt die Signatur von Firmengründer Josef Zotter und die seiner ältesten Tochter Julia. Im März 2026 wird Julia Zotter gemeinsam mit ihrem Bruder Michael die Leitung des Familienbetriebs übernehmen. Michael bleibt als IT-Experte im Hintergrund, Julia wird künftig das Gesicht des Unternehmens. Das gesamte Team werde einfach so weitermachen wie bisher. „Es ist voll die Ehre, die Firma zu übernehmen“, sagt sie. Bereits im Alter von 15 Jahren habe sie in der Schoko ihre Zukunft gesehen. Julia ist Schokoholic, ein bis zwei Tafeln Zotter-Schokolade sind die tägliche Ration. „Ich habe mich eineinhalb Jahre lang fast nur von Schokolade ernährt, das war damals in China“, sagt die 38-Jährige in einem Interview auf Instagram.

Etwa 300.000 Besucher besuchen jährlich die Zotter-Schokoladenwelt. Zotter ist weit mehr als Schokoladenhersteller, der sich Fairness und Innovationsgeist auf die Fahnen geschrieben hat. Das Gelände im steirischen Vulkanland ist auch Rummelplatz, der Spaß macht – und der immer wieder innehalten lässt, wenn man sich die Zeit nimmt, genau hinzusehen.

zotter.at



Im Juni 2024 ging die CdC-Sommertour in die Steiermark. Julia Zotter (re.) führte die Gruppe zusammen mit ihrem Vater durch den Betrieb.



Bean-to-Bar-Equipment für die Chocolaterie bis zur Industrie

Seit über 40 Jahren Ihr herstellerunabhängiger Partner für Beratung, Vertrieb und Service
Mit über 300 Lösungen das größte Sortiment auf dem Markt

Herstellen von Schokolade & mehr

- Rösten & Kühlen - Kakaobohnen, Nüsse und mehr
- Brechen & Absaugen
- Vormahlen & Feinmahlen
- Melangeure & Kugelmühlen
- Conchieren & Lagern
- Von 5 kg/Satz bis 1000 kg/Stunde
- Herstellen von Schokolade
- Herstellen von Nussmassen
- Herstellen von Karamel, Krokant, Riegel etc.
- Herstellen von französischem Nougat



Verarbeiten von Schokolade

- Schokolade schmelzen & kleine Temperierhilfen
- Temperieren, automatisch, 6-80 kg Tank
- Temperieren, industriell, bis 1000 kg/h
- Überziehen mit Papierabnahme, 200 - 300 mm
- Überziehlängen 400 - 1500 mm
- Formen, Schneiden, Dosieren, One-Shot)
- Komplette Riegel- und Hohlkörperanlagen
- Kühlschränke und -tische speziell für Schokolade
- Horizontale Kühlkanäle / Vertikale Kühltürme
- Verpackungssysteme, horizontal & vertikal



Dragieren

- Dragierlösungen für Schokolade
- Dragierlösungen für Zuckerlösungen
- Dragierlösungen für geschmolzenem Zucker
- Minisysteme Eco ohne Luftzirkulation
- Minisysteme Eco mit Luftzirkulation
- Midisysteme < 60 kg mit Sprühen & Kühlung
- Maxisysteme bis 500 kg
- Patentierte Sprühsysteme
- Zuckerdragierer mit Brenner & Kombinationen
- Glasbehälter für Silberkugeln etc.



Being a Chocoholic
in a Chocology World



Homepage

www.schokoladensysteme.de
info@schokoladensysteme.de
Hotline: +49 - 15 90-16 37 38 1

Virtueller



Katalog

Fachhandels-
forum am Samstag,
31. Januar 2026
16:00 – 18:00 Uhr
Congress Centrum
Ost (CCO)

kürt noch auf der Bühne den Gewinner. Die ISM Ingredients befinden sich in direkter Nachbarschaft. Dank der räumlichen Nähe der Bereiche zur ProSweets Cologne können Besucherinnen und Besucher nahtlos alle Prozessschritte von der Präsentation der Rohstoffe bis zur Verpackung verfolgen. Im Lab5 by ISM treffen Trend Snacks, Start-ups und Scale-ups sowie die Finest Creations mit kleineren handwerklichen Betrieben aufeinander. Zentrum des Fachhandelsbereichs ist der CdC-Gemeinschaftsstand mit Confisereien, Bean-to-Bar- und Feingebäckherstellern, Dekorantbiestern, Importeuren und Großhändlern. Zentrale Anlaufstelle ist der CdC-Counter, Stand L018a.

Insgesamt 23 Firmen stellen unter dem Dach des CdC in Halle 10.1 aus

Mit Amic, Bombasei Decor, Choba Choba, ClearChox, Confiserie Burg Lauenstein, Confiserie Coppeneur, Confiserie Felicitas, Confiserie Ruth, Delikates Manufaktur, Dillicious, D&F Sweets, el origen food, Lanwehr – Confiserie-Manufaktur, Harry Lassche, Maison d'Alsacienne, Pralinen-Manufaktur Große-Bölting, SPN Customize, Wagner Pralinen, Weyer Marketing & Sales, Wildbach Schokolade und Zirbs Verpackungen stellen insgesamt 23 Unternehmen auf dem CdC-Gemeinschaftsstand aus. Weitere CdC-Fördermitglieder – Confiserie Imping, Confiserie Heilemann, die Odenwälder Marzipankonditorei und Storz – stellen in Halle 10.2 aus. In der Coffee-Lounge des CdC-Gemeinschaftsstands bereitet Gliss Caffee Kaffeespezialitäten zu – ideal für vertiefende Gespräche. Das Wasser kommt von Staatl. Fachingen, der Wein von Kai Lohrengel, Inhaber von „vini diretti“ aus Köln.

Bereits zum sechsten Mal lädt der CdC am Samstag vor der Messe zum Fachhandelsforum auf dem Gelände der Koelnmesse ein. Eingeladen ist jeder, um Anmeldung beim CdC wird gebeten. Nach dem Forum geht's zum Networking in eine Kölner Brauerei. Für alle Fachhändler, die sich anmelden, gibt es zusätzlich zum kostenfreien Eintritt ins Fachhandelsforum eine Tageskarte für die ISM 2026.

service@clubderconfiserien.de

Süßwaren und Snacks wohin das Auge blickt

In Halle 10.1, direkt am Eingang Ost, hat der CdC-Gemeinschaftsstand bereits im vergangenen Jahr eine neue Heimat auf der ISM gefunden. Die Halle ermöglicht den Verpackern und Zulieferern, sich zusammen mit insgesamt 23 CdC-Mitgliedern zu präsentieren. Wie in den Jahren zuvor ist der CdC-Gemeinschaftsstand Teil des Lab5 by ISM im Fachhandelsbereich „Finest Creations – hand-crafted“.

Die Halle 10.1 entwickelt sich zum Geheimtipp auf der ISM für alle, die sich für Trends, die Zukunft der Süßwaren und Snacks und für handwerklich hergestellte Confiserie interessieren. Dort, im Lab5 by ISM direkt am Messeingang Ost, sind der CdC-Gemeinschaftsstand, die Functional Sweets und der New Produkt Showcase angesiedelt. Im neuen Themenbereich ISM Functional Sweets zeigen Aussteller Produkte, die Gesundheit und Wohlbefinden mit Genuss verbinden: von Bonbons mit Vitaminen über Fruchtgummis mit Probiotika bis hin zu Kräuterprodukten zur Stressreduktion. Eine Sonderschau veranschaulicht, wie moderne Süßwaren heute gedacht werden.

Auch 2026 gibt die Start-up Area im Lab5 by ISM einen spannenden Einblick in die Zukunft der Süßwaren- und Snackbranche. Ein Highlight ist der ISM Start-up Pitches Award am 2. Februar 2026, der erstmals im Rahmen der Messe verliehen wird. Acht Start-ups präsentieren ihre innovativen Ideen und Produkte auf der Talks & Tasting Stage in Halle 10.1. Eine Fachjury bewertet die Beiträge und

CONFISERIE IMPING

Osterneuheiten und vegane Linie auf Erfolgskurs

Mit handwerklich gefertigten Pralinés, Frischrahmtrüffeln, Feingebäck und Weihnachtsspezialitäten hat sich die Confiserie Imping im Münsterland in Fachhandel und Gastronomie einen Namen gemacht. Sämtliche Spezialitäten bietet der Familienbetrieb verpackt und als lose Ware an. Aus den mehr als 100 Pralinenarten kann jeder Fachhandelskunde sein eigenes Sortiment zusammenstellen – zugeschnitten auf seine Kundenstruktur. „Wir fertigen jede Bestellung frisch und handwerklich, eine Mindestbestellmenge gibt es bei uns nicht“, betont Geschäftsführerin Eva-Maria Imping.

Speziell zu Ostern bietet die Confiserie ihre beliebtesten Pralinenarten zusätzlich in Form hochwertiger Trüffel-Eier. Sie sind

ab Februar erhältlich – als lose Ware und gewickelt als verpackte Stückware. Aufgrund der großen Nachfrage gibt es 2026 ganz neu eine Eier-Trüffelmischung im 8er-Tray.

Im Jahr 2023 hat die Confiserie ihre ersten veganen Pralinen entwickelt und ins Sortiment aufgenommen. „Aktuell verzeichnen wir einen deutlichen Anstieg der Nachfrage“, verrät die Geschäftsführerin. „Bei der Produktentwicklung war uns wichtig, dass die veganen Varianten geschmacklich auf gleich hohem Niveau sind, wie unser konventionelles Sortiment.“ Dafür hat das Team viele vegane Schokoladen verkostet und zahlreiche Tests für vegane Ganache-Füllungen gemacht. Mittlerweile ergänzen zehn ver-

schiedene vegane Pralinen und Trüffel das vielseitige Sortiment an

loser Ware. „Trüffel wie Kokoström und Waldfrucht fügen sich in das Sortiment und sind längst weit mehr als nur ein Nischenprodukt für Veganer“, betont Imping. Eine vegane Nougatmischung gibt es zusätzlich als verpackte Variante. „Für uns ist die vegane Linie ein voller Erfolg. Unser Ziel war, dass sie ein hochwertiges Geschmackserlebnis für Veganer bietet und zugleich für alle Liebhaber feiner Confiseriekunst von den konventionellen Pralinen und Frischrahmtrüffeln kaum zu unterscheiden ist. Das ist uns gelungen, und darauf sind wir stolz.“

imping-confiserie.de
Halle 10.2, Stand H012



Anzeige

Confiserie Mühlenkamp Ihre Marke – unsere Manufaktur

Handarbeit, Leidenschaft und höchste Qualität prägen jedes unserer Produkte.

Von liebevoll dekorierten Schokoladentafeln über edle Pralinen bis zu Lebkuchen und Stollen – unsere Spezialitäten überzeugen durch Individualität, feine Zutaten und perfekte Verarbeitung.

Für Unternehmen bieten wir zwei maßgeschneiderte Lösungen: **White Label** – verkaufen Sie eines unserer etablierten Produkte direkt unter Ihrer Marke. **Private Label / Lohnfertigung** – gestalten Sie Rezeptur, Design und Verpackung nach Ihren Wünschen. Ob kleine oder große Mengen, kreative Verpackungen oder schnelle Umsetzung – alles individuell für Ihre Marke.

Vertrauen Sie auf Handwerk, Qualität und Kreativität – für Produkte, die Ihre Kunden begeistern und Ihre Marke einzigartig machen.

Haben Sie Fragen? Kontakt

☎ 05941/3649620

✉ info@confiserie-moehlenkamp.de

🌐 www.confiserie-moehlenkamp.de

CONFISERIE
Mühlenkamp





GLISS CAFFEE

Faszination Kaffee

Qualität und Fairness sind für Claudia und Michael Gliss zentrale Säulen ihres Unternehmens Gliss Caffee Contor. Ob Filterkaffee, Espresso oder Lungo – sie bieten Genießern ein abwechslungsreiches Sortiment hochwertiger Bio-Kaffees von kleinen Farmen.

Kaffee ist Genuss. Schokolade auch. Und Genuss darf etwas kosten, denkt man. Doch die Verbraucher hatten sich daran gewöhnt, dass beide Genussmittel zu niedrigen Preisen erhältlich waren, sodass aus dem bewussten Genießen ein unbewusster Konsum wurde. Das änderte sich, als die Preise explodierten – während der Kakaoweltmarktpreis im April 2024 auf ein historisches Allzeithoch von über 10.000 Pfund anstieg, schnellte der Kaffeepreis im November 2024 in die Höhe und hat sich seitdem kaum „erholt“. Doch ist dies überhaupt die richtige Vokabel für einen Marktpreis, der für die Bauern am Ursprung über Jahrzehnte hinweg bedeutete, dass sie von ihrer Arbeit kaum ihre Familien ernähren konnten? Sollte man anstelle die hohen Preise anzuprangern nicht viel mehr darüber diskutieren, welche Preise notwendig sind, um die Versorgung mit den

wertvollen Rohstoffen sicherzustellen, gute Qualitäten zu bekommen und ein auskömmliches Einkommen für die Produzenten am Ursprung zu generieren? Auch dies eine Parallele beider Märkte.

Vertrauensvolle Zusammenarbeit auf Augenhöhe

Seit in den 1980er-Jahren die ersten Specialty Coffees auf den Markt kamen, haben sich zahlreiche kleinere Kaffeeröstereien der Herstellung qualitativ hochwertiger, geschmackvoller Kaffees verschrieben. So auch der erste Diplom-Kaffee-Sommelier Deutschlands, der Kölner Michael Gliss. Er ist „Moderator, Bohnen-Liebhaber, Slow-Food-Unterstützer und Genuss-Botschafter vom Scheitel bis zur Sohle“, sagt er. Was hat ihn dazu bewogen, sich bereits im Jahr 2001 zum Kaffee-Sommelier weiterzubilden. „Als junger Mann habe ich in Frankreich als Barista gearbeitet und war von der Kaffeekultur und dem Qualitätsanspruch dort fasziniert. Später bin ich in Wien durch Zufall auf die Ausbildung zum Kaffee-Sommelier gestoßen.“ Zusammen mit seiner Frau Claudia, deren Weg zum Kaffee als Betriebswirtschaftlerin auch nicht vorgezeichnet war, betreibt er heute das Gliss Caffee Contor in Köln. Dort bietet er biozertifizierte, hochwertige Kaffees – Bohnen, gemahlen und in nachhaltigen Kaffee kapseln, zu 100 Prozent in Deutschland aus nachwachsenden Rohstoffen hergestellt –, zu besonderen Anlässen ein Cupping und viel Kaffeewissen. Beim Kaffeerösten „vertrauen wir seit 25 Jahren der Handwerkskunst des ersten Biorösters in Deutschland, der unsere Röstungen exklusiv umsetzt“, verrät Gliss. Was er nicht aus der Hand gibt, ist der Bezug der Kaffeebohnen. Manche Kaffee-



Sie haben sich auf der ISM kennengelernt und sind heute Geschäftspartner: (v. li.) Maiko Möllemann und Andreas Mohrs, beide Wildbach, mit Claudia und Michael Gliss.

bauern sind – durch die Zusammenarbeit mit seinem „Kaffeeröster des Vertrauens“ – seit der Eröffnung des Contors seine Partner. „Zusammenarbeit basiert insbesondere auf Vertrauen und auf Augenhöhe. Wir möchten langfristig mit unseren Kaffeebauern auch in der dann nächsten Generation als Partner und Freunde kooperieren.“ Doch auch wenn Gliss die Bauern seit jeher über dem Marktdurchschnitt bezahlt, hat sich die Preisentwicklung natürlich auf sein Geschäft ausgewirkt. Denn die Dürren in den Hauptanbauländern Brasilien und Vietnam, die Ernteeinbußen nach sich zogen, trafen auf eine weltweit gestiegene Nachfrage, was sich zusätzlich zu Spekulationen und gestiegenen Produktionskosten im Preis niederschlägt. Zudem wurden die Kaffeebauern, die eigentlich Preisnehmer sind, mit einem Mal zu Preisgestaltern. Manche verkauften ihre Ernte in Etappen, um bestmöglich von den gestiegenen Preisen zu profitieren. Zum Glück könne er dies bei seinen Lieferanten noch nicht beobachten, so Gliss. Wer mehr über Kaffee erfahren möchte – Genuss, Fairness, Nachhaltigkeit – oder einfach nur Lust auf eine gute Tasse Kaffee hat, könne gerne in der Coffee Lounge auf der ISM vorbeikommen.

[gliss.de/Halle 10.1 Coffee Lounge](https://gliss.de/Halle_10.1_Coffee_Lounge)

Geschmack und Qualität haben bei Michael Gliss oberste Priorität.



ODENWÄLDER MARZIPANKONDITIONEIREI

Das erste Marzipan auf dem Mond

2025 feierte die Odenwälder Marzipankonditorei etwas Besonderes: Odenwälder Marzipan ist das erste Marzipan auf dem Mond. „Wir wurden von der Organisation „Orbit for live“ kontaktiert. Der Gründer der Organisation, Rene Puls, hat sich persönlich bei uns gemeldet und uns mitgeteilt, dass er gegen Ende 2025 einige besondere Kulturgüter auf den Mond schicken möchte und uns – aufgrund der Qualität, unserer Innovation und des Heimatbezugs zu seinem Geburtsort – mitnehmen möchte. Da haben wir natürlich nicht gezögert und sofort ja, gerne gesagt“, berichtet Juniorchef Thomas Zuber.

Zusammen mit dem Odenwälder Marzipan reisten drei weitere Produkte zum Mond. Nach einer Polymerversiegelung wurden die Produkte verkapselt und in einer goldenen Pyramide versenkt. Anschließend wurden sie im Mondrover verstaubt. „Diese handgefertigten Meisterwerke werden die ersten kulturellen Artefakte ihrer Art werden, die auf dem Mond landen – eine ewige Hommage an Kreativität, Handwerkskunst und menschliche Kultur“, so Odenwälder.

„Galaktisch gut“ lautet das neue Motto der Odenwälder Marzipankonditorei. Orbit for live möchte den Menschen auf besondere Art und Weise das Thema Astronomie näherbringen und beweisen, wie kreativ die menschliche Kultur ist. Dass sie Dinge ermöglicht, die vor Jahrzehnten noch undenkbar waren – das macht das

menschliche Leben auf der Erde so besonders, und so wird dieses auch auf dem Mond verewigt. Zu diesem Anlass hat die Marzipanfabrik aus dem Odenwald eine Special Edition des Königsberger Bruchs rausgebracht: Königsberger Bruch Mond Edition, die einen Teil der originalen Produktcharge enthält, die mit dem Mondrover auf dem Mond platziert wird. Aus der gleichen Marzipanmasse wurde auch die originale Mondplakette produziert. Und natürlich darf ein „Astro-Schwein“ nicht fehlen, getauft als Astro Beppi. Ein süßes Schwein mit schwarzem Zylinder, einer Jahreszahl vor dem Körper und einem Astronautenhelm auf dem Kopf. Es verwundert nicht, dass das neue Motto der Odenwälder Marzipankonditorei „Galaktisch gut“ lautet.

Rund 300 Tonnen Marzipan verarbeiten die rund 100 Mitarbeiter in Weilbach jährlich – von der Marzipankartoffel bis zum Marzipankonfekt mit knackiger Schokolade, vom deftigen Schinkenbrett zur Glückwunschtorte und nun auch eine Mondplakette, eine rechteckige Marzipantafel mit der Aufschrift „Lunar Delight“, dem Namen der Mondmission. Auf der Plakette ist ein Vollmond abgebildet, welcher mit goldenem Sternstaub verziert ist. Der Hintergrund ist in den blauen Farben des Himmels gehalten, der Boden mit dunkler Schokolade überzogen.

Die Odenwälder Marzipankonditorei ist ein familiengeführtes Unternehmen, das sich auf die Herstellung hochwertiger Edelmazipanprodukte fokussiert hat. Seit fast 50 Jahren wird es von Gerd Zuber geführt. Durch den Eintritt von Katrin und Thomas Zuber in die Leitung des elterlichen Betriebs wurde der Weg in ein zukunftsicheres, modernes und erfolgsorientiertes Familienunternehmen geebnet, das mit viel Handarbeit außergewöhnliche Marzipanfiguren und eine leckere Geschmacksvielfalt produziert.

odwm.de
Halle 10.2, Stand H071/G070



Bombasei Decor

KREIEREN SIE IHR EIGENES DEKOR!



FETT- UND WASSERLÖSLICH | 100% NATÜRLICH



VEGANES PULVERFÄRBN



Bombasei Decor GmbH
Schlüchttalstr. 20
79761 Waldshut-Tiengen

Tel: +49 77 41 8358 055
Fax: +49 77 41 640 85 35

info@bombasei.de
[WWW.BOMBASEI-DECOR.DE](https://www.bombasei-decor.de)



Besuchen Sie uns!
Halle 10.1, Stand L018





STORZ CHOCOLADE

Kleine Glücksmomente

Zur ISM in Köln stehen bei Storz Chocolate die Zeichen wieder auf Neuheiten, Genuss und gute Laune. Das Unternehmen verbindet klassische Storz Werte mit frischen Designs, neuen Rezepturen und nachhaltigen Verpackungen. Auf den ersten Blick fallen die vielen neuen Figuren, Motive und Verpackungen ins Auge. Verspielte Glücksbringer, saisonale Highlights und moderne Geschenkideen machen Lust darauf, Schokolade zu verschenken und selbst zu genießen. Die neuen Standbeutel präsentieren die beliebtesten Themenwelten übersichtlich im Regal und schaffen zusätzliche Impulskäufe am POS. Einen besonderen Fokus legt Storz 2026 auf eine neue weiße Rezeptur. Der Storz Glückskäfer, der Relief Santa und der Relief Osterhase erscheinen in zarter weißer Fairtrade-Schokolade mit feiner Vanille-Note. Aus dem kleinen Glücksbringer wird so ein modernes Geschenk für viele Anlässe, das optisch und geschmacklich für strahlende Gesichter sorgt.

Auch seiner großen Stärke, dem hauseigenen Nougat, bereitet Storz eine neue Bühne. Im Mittelpunkt stehen die vier Sorten im Standbeutel: Haselnuss Pur, Caramel Crisp, Nussplitter und Schichtnougat. Die Haselnüsse werden bei Storz traditionell frisch im eigenen Haus geröstet und zu einer besonders cremigen Nougatmasse verarbeitet. Haselnuss Pur steht für intensive Nussigkeit, Caramel Crisp ver-



bindet die feine Nougatcreme mit knusprigen Karamellstückchen, Nussplitter bringt kräftige, knackige Stückchen ins Spiel und Schichtnougat vereint hellen Sahne- und Haselnussnougat zu einem harmonischen, lang anhaltenden Geschmackserlebnis ohne Schokoladenhülle. Ergänzt wird die Linie durch weitere Standbeutel mit beliebten Motiven wie Herzen und Glückskäfern. Damit entstehen vielseitige Produkte für den Handel, die sowohl als saisonale Artikel als auch ganzjährig starke Akzente in Geschenkekörben, an Theken und im Impulsbereich setzen. Nachhaltigkeit bleibt dabei fester Bestandteil der Unternehmensstrategie. Sämtliche Storz-Produkte sind Fairtrade zertifiziert, zusätzlich wurde Storz von Ecovadis mit dem Bronze Siegel ausgezeichnet. Diese Auszeichnung bestätigt den Weg des Unternehmens, ökologische und soziale Verantwortung entlang der gesamten Wertschöpfungskette weiter auszubauen.

storz-schokolade.de
Halle 10.2/Stand F021

DJOON

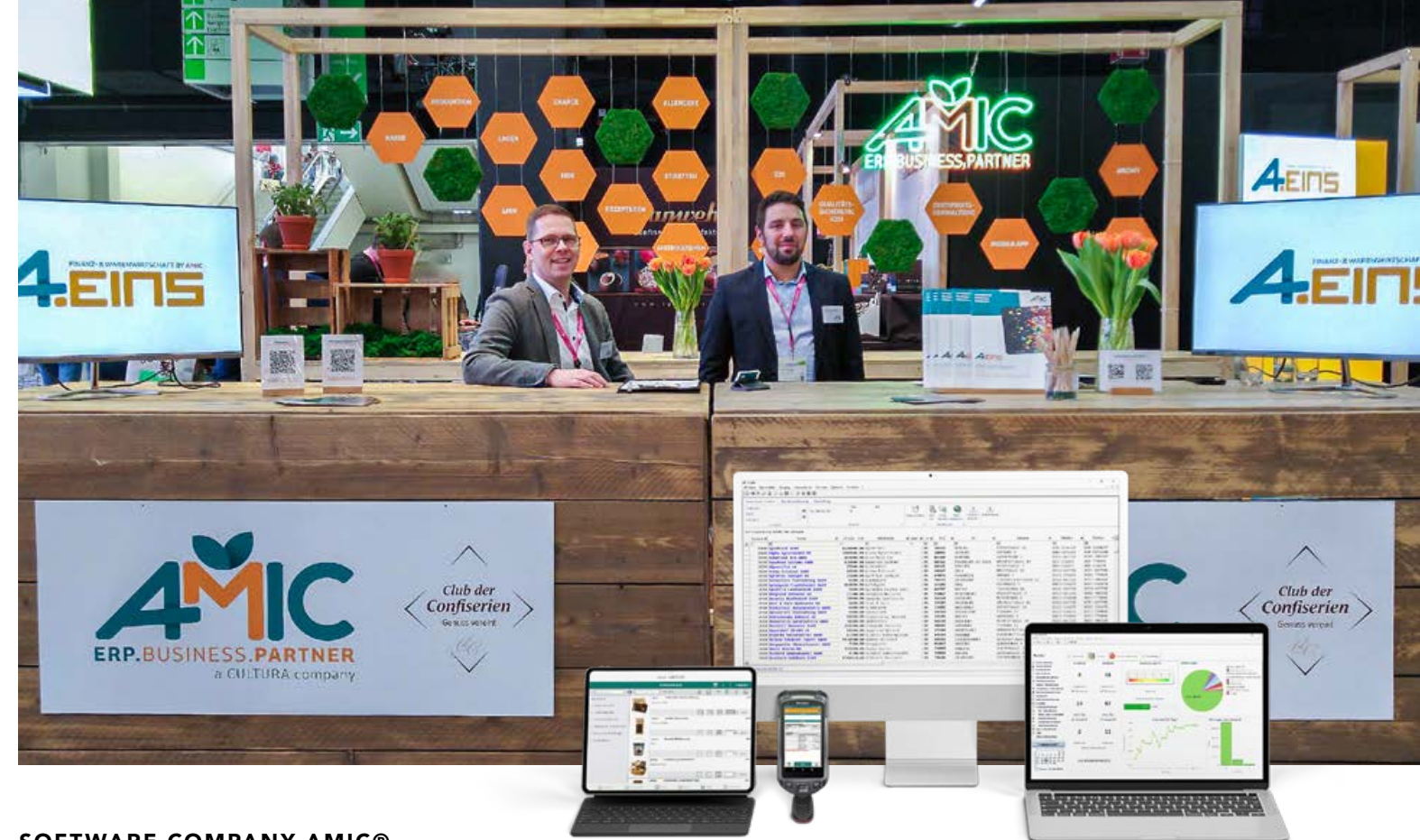
Nur mit Datteln gesüßt

Etwas, das es schon lange gibt – gefüllte Datteln – hat die djoon foods GmbH mit ihren Dattelpralinen auf ein ganz neues Level gehoben. Zwar steht bei djoon auch die Dattel im Fokus – sie macht zwei Drittel jeder Praline aus –, zweitwichtigster Rohstoff ist jedoch die Kakaomasse. Einzigartig werden die Pralinen durch die verschiedenen Füllungen – von Himbeere über Espresso bis Mandel – und durch den völligen Verzicht auf Zucker. Die gesamte Süße im Sortiment von djoon stammt aus feine vermahlene Datteln.

Mit diesem Konzept hat das Münchner Start-up 2021 seine ersten Pralinen gefertigt und damit überwiegend bei vegan lebenden

Kundinnen, die viel Wert auf gesunde Ernährung legen, gepunktet. Seit Herbst 2023 bereichern Tafelschokoladen, die ebenfalls ausschließlich mit vermahlene Datteln gesüßt sind, das Portfolio. Von Anfang an ist die bedeutendste Vertriebschiene für djoon der eigene Online-Shop, doch das Start-up expandiert. „Nach mehr als 100.000 Bestellungen online wollen wir jetzt verstärkt auch mit Wiederverkäufern zusammenarbeiten, um mit unseren Pralinen und Tafeln eine noch breitere Zielgruppe anzusprechen“, sagt Geschäftsführer Martin Grellner.

djoon.de
Halle 10.1, Stand L026



SOFTWARE COMPANY AMIC®

A.eins® – Die geheime Zutat für Süßwarenbetriebe

Während Schokoladenmanufakturen und Confiseure für die Freisetzung von Endorphinen bei den Genießenden sorgen – und so einen wichtigen Beitrag zur Steigerung des allgemeinen Wohlbefindens leisten – entlastet die Software Company AMIC® GmbH den Arbeitsalltag von Süßwarenherstellern und -großhändlern. Das Kieler Softwarehaus entwickelt innovative und branchenspezifische ERP-Lösungen für den Lebensmittelsektor – mit großer Leidenschaft für Süßwaren und Snacks.

A.eins® ERP heißt das Powertool. Es hält alle Fäden im Hintergrund zusammen und ermöglicht es den Süßwarenbetrieben, sich auf das Kerngeschäft zu konzentrieren. Die ERP-Software automatisiert, vereinfacht und beschleunigt Geschäftsprozesse – von der Warenwirtschaft über die Produktion bis hin zur Finanzbuchhaltung. Sie vereint alle wichtigen Informationen zentral auf einer Plattform und verknüpft intelligent Kunden-, Lieferanten-, Produktions- und Lagerdaten.

Anpassungen an einer Spezifikation fließen direkt in die Rezepturen

Bei der Herstellung von Pralinen, Schokolade und Co. spielen vor allem Produktspezifikationen, Rezepturen, Chargenverwaltung, Nährwertberechnung und LMIV-konforme Etikettierung eine zentrale Rolle. A.eins® nimmt aus den Arbeitsabläufen spürbar Druck raus. Änderungen, die Lebensmittelhersteller an einer Stelle vornehmen, übernimmt das System automatisch in alle Nachfolgevorgänge: Anpassungen an einer Spezifikation fließen direkt in die Rezepturen und Unterrezepturen. Automatisch erfolgt eine neue Nährwertberechnung, und am Ende findet sich alles korrekt auf dem LMIV-konformen Etikett wieder. Die intelligenten Automatismen ersetzen manuelle Präzisionsarbeit. Das minimiert Fehler, spart Zeit und Ressourcen und steigert erheblich die Effizienz. Jeder Betrieb hat spezielle und individuelle Abläufe. A.eins® ist dank zahlreicher Module flexibel und anpassungsfähig. Was AMIC® Kunden besonders schätzen:

Sie müssen sich nicht umstellen. A.eins® ERP fügt sich nahtlos in bestehende Prozesse ein und User:innen können dank der intuitiven Nutzeroberfläche sofort loslegen. Besondere Anforderungen erfüllt das AMIC® Team darüber hinaus mit maßgeschneiderten Individualkonfigurationen.

Die mobile Lösung von AMIC® macht das digitale Erlebnis komplett. Die A.eins® App ermöglicht den nahtlosen Informationsaustausch zwischen Warenwirtschaft, Lager, Außen- und Innendienst. Sie eignet sich vor allem für den Vor-Ort-Einsatz beim Kunden oder Lieferanten und für die Warenauslieferung. Die Daten, welche die Nutzer:innen in der App erfassen, fließen automatisch in A.eins® ERP. Gleichzeitig können sie alle Informationen aus dem ERP-System in Echtzeit abrufen. Die App speichert auch offline zuverlässig alle Daten und synchronisiert diese mit A.eins® sobald wieder Zugriff auf ein Netz besteht.

amic.de
Halle 10.1, Stand L011



CHOCOA 2026
16. bis 22. Februar 2026
Beurs van Berlage, Amsterdam
 Sechs Tage Vernetzung, Wissensaustausch und Geschäftsmöglichkeiten für die Kakao- und Schokoladenindustrie.
chocoa.nl

SCHOKODINNER
23. und 24. März 2026
Schokoladenhotel, Westerstede
 Gemeinsam mit Original Beans lädt das Schokoladenhotel den CdC zum Schoko-Dinner ein. Im Workshop geht es um „Die Praline der Zukunft“ sowie das perfekte Schokoladeneis.
service@clubderconfiserien.de

SUMMERTOUR DES CDC
15.–18. Juni 2026, Budapest
 CdC-Reise nach Ungarn mit Besichtigung der Firmen Bombasei und Stühmer sowie eines Weinguts im Tokajer Weingebiet.
service@clubderconfiserien.de

REISE ZUM URSPRUNG DES KAKAOS/PERU
19. bis 28. Juli 2026
 Reise in den Norden Perus nach Chachapoyas, Bagua Grande, La Quemazon und Piura City zusammen mit Original Beans.
service@clubderconfiserien.de

TRENDSET
11. bis 13. Juli 2026, München
 Fachmesse für Genuss und Lebensart
trendset.de

WILDBACH SCHOKOLADE

Fairness und B2B-Partnerschaften im Fokus

„Das hätte ich mir nicht vorstellen können, dass ich so tief in die Welt des Kakaos und der Schokoladen abtauche, dabei stets Neues entdecke und realisiere, was ich mit meinem kleinen Unternehmen alles bewirken kann“, zeigt sich Andreas Mohrs, Inhaber von Wildbach-Schokolade zufrieden. Seit diesem Jahr, dem ersten nach der kompletten Umstellung auf Bean-to-bar, produziert Wildbach Schokolade alle Schokoladenprodukte selbst – vom Verlesen, Rösten und Vermahlen des Rohkakaos bis zur fertigen Tafel. Dabei kommen ausschließlich Rohstoffe aus transparenten, verantwortungsvollen Partnerschaften zum Einsatz: Kakao, Zucker und Milch stammen aus fairen Quellen, und Zusätze, Aromen oder versteckte Inhaltsstoffe werden nicht verwendet. So entstehen sämtliche Wildbach-Produkte vollständig aus natürlichen Zutaten.

Während in den ersten Jahren ausschließlich Kakaobohnen aus Kolumbien, die Wildbach direkt dort einkauft, verarbeitet wurden, öffnet sich die Manufaktur



im Voralpenland jetzt auch anderen Herkunft, um die Produktpalette noch abwechslungsreicher zu gestalten.

Kuvertüren für professionelle Anwendungen

Für Confiserien, Chocolatiers, Feinkostbetriebe und Manufakturen hat das Unternehmen Bean-to-bar Kuvertüren entwickelt, die durch feinen Schmelz, stabile Verarbeitung und klare Aromaprofile überzeugen. Verpackt in kompostierbaren, biologisch abbaubaren Beuteln bieten sie eine nachhaltige Lösung für Unternehmen, die Qualität und Verantwortung gleichermaßen ernst nehmen.

Liköre als weiterer Schwerpunkt

Ein weiteres Sortiment bilden sorgfältig abgestimmte Liköre mit ausgewählten, überwiegend regionalen Zutaten. Sie lassen sich vielseitig einsetzen und werden unter den Marken Wildbach oder MyEier vertrieben und stehen Produzenten für Pralinenfüllungen, Desserts und andere Weiterverarbeitungen zur Verfügung. Für Partner mit größerem Bedarf bietet Wildbach die Liköre und alkoholischen Grundprodukte auch in größeren Mengen an – Geschmack und Konsistenz bleiben zuverlässig erhalten. Sie entstehen aus ausgewählten, überwiegend regionalen Zutaten und lassen sich vielseitig einsetzen.

Dabei können die Kunden sämtliche Produkte – Schokoladen, Kuvertüren und Liköre – auch als Private Label erhalten. Partner werden in den Bereichen Produktmengen, Rezepturen und Verpackungslösungen unterstützt, „denn wir verstehen Private Label als Partnerschaft, die sowohl kleinen Manufakturen als auch etablierten Premiumanbietern die Umsetzung eigener Produktideen ermöglicht“.

wildbach.de/Halle_10.1, Stand K027



BECKS COCOA

Pur, fair und direkt aus São Tomé

Es gibt diese seltenen Momente, in denen ein Klassiker neu entdeckt wird, einfach nur, indem man auf alles Überflüssige verzichtet. Becks cocoa™ geht diesen Weg jetzt konsequent: Mit einer neuen „all natural“-Linie bringt die Kakaomanufaktur den ursprünglichen Geschmack der Kakaobohne in die Tasse – intensiv, komplex, unverfälscht.

Lange wurde Kakao durch Alkalisierung dunkler, milder – aber auch ärmer an wertvollen Inhaltsstoffen und typischen Nuancen. Becks cocoa™ geht zurück zum Ursprung der unverfälschten Kakaobohne. „Es ist wie bei einer sortenreinen Kaffeebohne oder naturbelassenen Weinen – je weniger man in die Natur eingreift, desto

mehr zeigt sich ihre Persönlichkeit.“, erklärt Bertram Zehetbauer, Marketingleiter von Becks cocoa™. „Und genau diese Persönlichkeit wollen wir wieder in die Tasse bringen. Kakao ist ein wertvolles und rares Naturprodukt, das natürlich am besten schmeckt.“

Von der Insel direkt ins bayerische Voralpenland

Die neue Linie erzählt eine Geschichte, die man schmeckt: Die edlen Bohnen stammen aus nachhaltigem, biologischem Anbau auf der afrikanischen Insel São Tomé. Fair und direkt gehandelt gelangen sie ins bayerische Voralpenland, wo sie von Becks cocoa™ schonend ver-

edelt werden – vom Rösten bis zur feinen Vermahlung und Verarbeitung zu köstlichem Trinkkakao, abgefüllt in der 250-g-Dose. Ein Produkt, das gut schmeckt und authentisch ist. Alle Sorten tragen ab sofort diesen naturbelassenen Ursprung in sich – mit einer Ausnahme: Die begehrten Becks cocoa™ Especial Sorten bleiben als limitierte Kleinchargen besondere Raritäten aus weiteren hervorragenden Kakaoregionen der Welt. Neu dabei in der Especial Linie ab Winter 2025/26: eine exquisite Sorte aus Madagaskar.

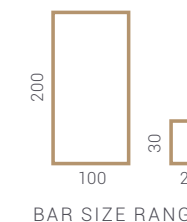
beckscocoa.de
 Halle 10.2, Stand D051/D059



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.



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



„Die WCM sind die Olympiade unseres Handwerks“

Am 26. und 27. Oktober 2026 findet in Antwerpen das Finale der World Chocolate Masters statt, unterstützt von Callebaut, Cacao Barry und Mona Lisa. Bei dem Wettbewerb, der seinen 20. Geburtstag feiert, tritt Johannes Warmuth für Deutschland und Österreich an.

Johannes, wann wusstest du, dass du Chocolate Master werden möchtest?

Johannes Warmuth: Vor etwa 20 Jahren hat Lothar Buss, der erste German Chocolate Master, den Wunsch in mir geweckt. Während meiner Lehre lernte ich ihn in Linz kennen. Das hat mich sehr inspiriert, von da an wusste ich, dass ich an dem Wettbewerb teilnehmen möchte.

Die erste Herausforderung war, Chocolate Master Central Europe zu werden, seit 2024 trägst du den Titel. Es war dein zweiter Anlauf beim Vorentscheid zu den WCM. Woher hast du die Energie genommen, es erneut zu wagen?

Der erste Vorentscheid war für alle eine außergewöhnliche Herausforderung. Er fand während Corona statt, wir arbeiteten mit Masken, was sehr anstrengend war. Zudem hatte ich gerade eine Infektion hinter mir und war ziemlich geschwächt. Schon währenddessen wusste ich „das kannst du besser“. Deshalb habe ich einen zweiten Anlauf gewagt, und diesmal hat es geklappt. Ich habe gewonnen.

Was ist für dich Motivation und Herausforderung, dich bei den WCM weltweit mit den Besten zu messen?

Wir schauen oft in andere Länder, beispielsweise nach Paris, und vergessen dabei, was wir selbst Tolles haben – wie die Sachertorte in Österreich. Ich möchte gerne zeigen, dass Österreich und Deutschland – sowohl was das Können als auch die Innovationskraft betrifft – ganz vorne mit dabei sind.

Auf welche deiner Kreationen bist du besonders stolz und warum?

Meine Ausbildung zum Schokoladen-Sommelier empfinde ich als sehr bereichernd.

Auf meine Abschlussarbeit bin ich besonders stolz, sie war für mich eine spannende Verbindung von Handwerk und Theorie. Ich habe zehn verschiedene Sachertorten mit identischer Rezeptur, aber unterschiedlichen Schokoladen mit 50–80 Prozent Kakaogehalt gebacken. Die Ergebnisse waren spannend. Es zeigte sich beispielsweise, dass die 80-prozentige Variante viel zu fest war. Die Sachertörtchen habe ich von unterschiedlichen Personengruppen bewerten lassen – von Profis, von Berufsschülern, von Lehrerkollegen, von Kollegen an der Uni, die beruflich nichts mit Schokolade zu tun haben. Spannend war beispielsweise, dass die Variante mit Kochschokolade bei den über 35-Jährigen sehr gut ankam, während die Jüngeren das Törtchen mit Maltit als Süßungsmittel favorisiert haben. Das hat mir gezeigt, wie stark wir geprägt sind. Am Ende hat ein Sachertörtchen mit einer Schokolade aus Mexiko, quasi eine Schokolade aus dem Mittelfeld mit einem tollen Aroma, gewonnen. Zugleich habe ich während dieser Arbeit eruiert, wie ein klassisches Produkt wie die Sachertorte verändert werden kann, ohne dass es seinen Charakter verliert und man es noch als Sachertorte bezeichnen darf.

Du bist Konditormeister, warum hast du dich auf Schokolade fokussiert?

Ich bin ein Pedant, liebe es, Neues zu lernen und auszuprobieren. Als mich mein Lehrer auf der Meisterschule gefragt hat, ob ich mit Schokolade arbeiten möchte, musste ich nicht lange überlegen und habe zugesagt.

Was fasziniert dich an Schokolade?

Schokolade ist ein dankbarer und vielseitiger Werkstoff, der zugleich Genuss vermit-

telt. Wenn mal etwas nicht perfekt gelingt, schmelze ich es ein und fange von vorne an. Das ist bei der Zuckerbäckerei nicht möglich.

Welche Art Schokolade bevorzugst du?

Mein Liebling ist aktuell eine dunkle Vollmilch. Als Lehrling habe ich noch weiße Schokoladen favorisiert, nach und nach wurden meine Schokoladen immer dunkler. Mit Blick auf die WCM finde ich die Kuvertüren von Cacao Barry richtig toll.

Wo siehst du Trends?

Erst jüngst konnten wir riesengroße, aber nicht wirklich nachhaltige Trends mitverfolgen. Trends sind immer faszinierend, aber am Ende kann eine tolle dunkle Vollmilch mit Haselnüssen ebenso begeistern – und zwar nachhaltiger. Sie vereint für mich perfekt den vollmundigen Schmelz mit einem aromatisch-intensiven Kakaogeschmack. Man kann die Nüsse variieren oder karamellisieren. Oder man spielt mit dem Kakaogehalt. So ruft man die vielen Varianten eines Bestsellers zum Trend aus, um neue Verwender auf ein tolles Produkt aufmerksam zu machen. Meines Erachtens nach kann auch etwas ein Trend sein, was es schon lange gibt. Ein echter Trend ist für mich die doppelte Fermentation, deren Bedeutung wird total unterschätzt. Ich bin erstaunt, dass nicht noch mehr damit hergestellte Produkte auf dem Markt sind.

Du unterrichtest und gibst mit deiner Firma Vienna Pastry Arts Workshops. Was gefällt dir daran, Wissen weiterzugeben?

Es ist bereichernd, und es macht mir Spaß, mich mit den Schülern auszutauschen. Ich unterrichte schon lange in Wien an der Berufs- und an der Meisterschule. Die Schüler denken gerne mal um die Ecke, bringen neue Ideen ein und hinterfragen Dinge. Auch finde ich es wichtig, ihnen die Wertschätzung für den Werkstoff mit auf den Weg zu geben. Nicht selten treffe ich Berufsschüler auf der Meisterschule wieder, und viele von ihnen sagen zu mir: „Jetzt verstehe ich, warum du so penibel und streng warst.“ Meine Workshops buchen Erwachsene – vom Profi bis zum Laien, von der Konditormeisterin bis zur Hobbybäckerin. Und so beschäftige ich mich mit der ganzen Bandbreite von den Grundlagen bis hin



Bekanntgabe des Gewinners auf der Südback 2024 in München: Konzentriert hört Johannes Warmuth (2. v. li.) zu, als Moderatorin Julia Moser die Beurteilung der Jury zu seinen Arbeiten verliest.



World Chocolate Master Central Europe, Johannes Warmuth (Mitte) mit der Jury: Eveline Wild, Matthias Ludwigs, Lothar Buss und Lucia Kranz (v. li.).

zur Anfertigung von Schokoladenartistik und Pralinen.

„Play“ lautet das Thema der WCM. Wovon hast du dich inspirieren lassen?

Wir leben im Überfluss, sehen über Social Media wahnsinnig viel. Das macht es fast unmöglich, etwas wirklich Neues zu erfinden. Ich lasse mich auf Events, in Museen und auf Spaziergängen, beispielsweise im Tiergarten Schönbrunn, inspirieren. Stets mache ich dabei viele Fotos, denke, dass ein Motiv eine Idee für ein Schaustück sein könnte. Ich gehe mit offenen Augen durchs Leben und versuche, die gesammelten Eindrücke in meine Arbeiten einfließen zu lassen. Zudem verkoste ich ganz viel und besuche Workshops, zum Beispiel bei Kollegen. In jedem lerne ich dazu. Neulich war ich auf einer Weiterbildung für vegane Pâtisserie bei La Mara.

Hilft dir dein Beruf, dich auf den straffen Zeitplan, das strukturierte Arbeiten und den damit verbundenen Stress bei den WCM vorzubereiten?

Auf jeden Fall. Meine tägliche Arbeit ist die perfekte Vorbereitung, sodass ich für die WCM nicht explizit trainieren muss. Herausforderungen bei den WCM sind auch Herausforderungen im Alltag: Man hat einen Plan und muss spontan umdisponieren. Jede Unterrichtsstunde plane ich minutiös, doch oft kommt etwas dazwischen, sodass ich schnell reagieren und flexibel bleiben muss. Das hat mir beim WCM-Vorentscheid 2024 geholfen. Im Vorfeld gab es die Maße für die Box, in die das Schaustück passen sollte. Ich hatte alles perfekt vorbereitet. Doch die Box war etwas größer als zuvor angegeben. Keiner der Teilnehmer wusste davon. Wir alle hatten die einzelnen Teile schon

fertig gegossen, die Aufgabe vor Ort bestand darin, sie zu einem Schaustück zusammenzufügen. Doch plötzlich passte das alles nicht mehr. Etwa fünf Minuten habe ich benötigt, um mich zu sammeln, dann habe ich improvisiert. Solche Situationen sind typisch Schule.

Musst du aufgrund der WCM-Vorbereitungen beruflich Abstriche machen?

Nein, das kann ich miteinander vereinbaren, insbesondere da ich nicht ganztags unterrichte und meine Workshops selber plane. Dennoch frage ich mich, ob sich der Aufwand lohnt, wie groß die Resonanz nach dem Finale sein wird. Nach dem Vorentscheid war sie sehr gering, in Deutschland immer noch größer als in Österreich. Dennoch sehe ich natürlich Vorteile, insbesondere, dass man wertvolle Kontakte knüpfen kann. Die World Chocolate Masters sind die Olympiade unseres Handwerks.

Worin liegen für dich die größten Herausforderungen bei den WCM?

Was mir Sorgen macht und leider vielen nicht bewusst ist, sind die Kosten, die für mich anfallen. Der Vorentscheid hat mich privat 20.000 Euro gekostet – zusätzlich zu den Schokoladen, die mir der Veranstalter zur Verfügung gestellt hat. Herausforderungen sind für mich die Logistik sowie die Präsenz auf Social Media und anderen Formaten, um bekannter zu werden und leichter Sponsoren zu finden. Was mir im Magen liegt, ist die Frage, ob mir genug Zeit fürs Sponsoring bleibt. Einige der WCM-Finalisten der vergangenen Jahre haben für die Teilnahme am Finale in Paris einen mittleren bis hohen fünfstelligen Betrag ausgegeben. Das kann ich alleine nicht stemmen. Ich brauche Firmen, die mich unterstützen, beispielsweise indem

sie mir einen Kühltransporter oder Transportregale zur Verfügung stellen. Auch das Verpackungsmaterial oder die Rohstoffe – außer den Kuvertüren, die von Callebaut, Cacao Barry und Mona Lisa kommen – müssen finanziert werden.

Welche Charaktereigenschaften sollte ein WCM-Teilnehmer haben?

Ich denke, dass man als Teilnehmer an solch einem herausfordernden Wettbewerb das Streben nach Perfektion intrinsic mitbringen sollte. Wenn ich etwas beginne, ziehe ich das konsequent durch. Hier spielt wahrscheinlich meine Herkunft eine große Rolle. Während meiner Kindheit auf einem Bergbauernhof musste ich meine eigenen Bedürfnisse oft zurückstellen. Ich habe das als positiv wahrgenommen, denn du verzichtest zwar eine Zeitlang auf etwas, aber später kommt so viel mehr zurück. Bei Wettbewerben fahre ich voll in dieser Schiene, da bin ich einen Hauch selbstzerstörerisch.

Bei den WCM geht es um deine Vision von Schokoladengenuss. Hast du Ideen für das Finale 2026?

Das Thema „Play“ ist bekannt. Ich habe Techniken und Ideen im Hinterkopf, beispielsweise für den Travel Cake. Zudem bin ich mir sicher, dass mich meine Streifzüge und Spaziergänge durch Wien wieder inspirieren und in meine Arbeiten einfließen werden. Wichtig ist mir, die Wertschätzung für hochwertige Schokolade sowie die Handwerkskunst zu vermitteln. Bislang sind die exakten Vorgaben für die einzelnen Bereiche noch nicht bekannt. Sobald diese veröffentlicht sind, konkretisiere ich meine Ideen. ◆
worldchocolatemasters.com
viennapastryarts.at



EXPERTEN-TIPP VON NINA KLEIN, KLEIN KONFITÜREN, BERLIN-LICHTENRADE

Friedländer Baumkuchen



„Aus vielen Gründen sind die Friedländer Baumkuchen mein absoluter Favorit. Das Familienunternehmen, die Oberlausitzer Baumkuchen GmbH, stellt seit 1993 – jetzt schon in der zweiten Generation – diese klassische Spezialität nach traditioneller Handwerkskunst her. Auf offener Flamme, über der sich eine Walze dreht, werden dort Baumkuchen gebacken, Schicht für Schicht. Angeboten werden sie in verschiedenen Größen, angefangen beim Mini-Baumkuchen (80 g) bis hin zum großen 450-g-Baumkuchen. Bei dem Großen kann die Kundschaft

auswählen, ob sie einen, zwei oder drei Ringe möchte. Überzogen sind die Baumkuchen wahlweise mit Dunkler oder Vollmilch-Kuvertüre. Sehr beliebt bei meinen Kunden sind auch die schokolierten Baumkuchenspitzen.

Zusätzlich zu den Klassikern in unterschiedlichen Größen bietet die Manufaktur unterschiedliche Baumkuchen-Varianten an, darunter die Geschmacksrichtungen Eierlikör, Rum und Orange. Sie bereichern mein Sortiment und sorgen für Abwechslung. Ich persönlich mag aber den Klassiker am allerliebsten.“
original-oberlausitzer-baumkuchen.de

Tipp

HERNANDO CORTEZ SCHOKOLADEN

Trinkschokolade, nicht Kakao

Seit vielen Jahren bietet Marco Mühlberg in seinem Schokoladengeschäft in Köln Schokoladen zum Essen und zum Trinken an. „Manchmal fragen mich Kunden, was der tatsächliche und bedeutende Unterschied zwischen einem Kakao und einer Trinkschokolade ist. Ganz einfach: Die Basis für Kakao ist Kakaopulver. Meist wird ein Instantprodukt verwendet mit wenig Kakao, Milchpulver und viel Zucker, oft zubereitet mit Wasser bestenfalls mit Milch. Hochwertiges, pures Kakaopulver von bestimmter Herkunft findet man nur selten in einem Café. Die Basis für Trinkschokolade ist, wie der Name schon sagt, Schokolade. Also ein Produkt aus Kakaomasse, Kakaobutter und nur so viel Zucker wie nötig – abhängig von der Sorte. Fazit: Der Geschmack ist intensiver, runder und einfach besonders“, erklärt Mühlberg. „Da viele mei-

ner Kunden meine Trinkschokoladen lieben, träumte ich lange Zeit davon, sie in einer Verpackung, die deren Qualität gerecht wird, anzubieten.“ Bislang hat Mühlberg seine Trinkschokoladen in Cellophanbeuteln abgefüllt verkauft. Bei der Konzeption seiner neuen Verpackung hat er seine Kunden gefragt: „Wer könnte diese Verpackungen besser entwerfen, als eine treue Ghana-Genießerin und ein ebenso leidenschaftlicher Semanini-Trinker. Teresa und Leon sind seit Langem lieb gewonnene Stammgäste und Gründer der Designagentur TypeTypeHype.“

Eine Linie bestehend aus sechs Sorten
Nach einigen kreativen Wochen präsentiert Mühlberg nun stolz seine neue Linie, bestehend aus sechs Sorten: Ein intensiv milchiges Geschmackserlebnis mit Vanillearomen ist die weiße Trinkschokolade

Luna (34 % Kakao). Die Ruby Trinkschokolade (32 % Kakao) ist pur, echt, süß und mit Aromen von getrockneten Erdbeeren, Cranberries und Joghurt. Die helle Trinkschokolade Virunga (55 %) besticht durch Noten von gerösteten Nüssen, gebranntem Karamell und Cappuccino und trägt den Namen des Virunga Parks im Ostkongo, wo der seltene Amelonado-Kakao in einer Kooperative wächst, die starke Frauen beherzt bewirtschaften. Yuluka bedeutet „Kraft des Ursprungs“. Der besondere Businchari-Kakao stammt aus Kolumbien, wo das indigene Volk der Arhuaco ihn in seinem angestammten Gebiet im Einklang mit der Natur anbaut. Die Trinkschokolade mit 62 Prozent Kakao trägt Noten von süßen Gewürzen und Melasse und überzeugt mit ihrem vollmundigen Geschmack. Die extra dunkle Trinkschokolade (80 % Kakao) trägt den Namen Semanini. Sie schmeckt intensiv schokoladig mit kräftiger Kakaonote sowie erdigen, holzigen Nuancen. Pur und unverfälscht ist die Trinkschokolade Purissima aus 100 Kakao. Sie hat holzige, nussige Noten und wenig Säure, ist kompromisslos und ihr Geschmack ist von tiefer Essenz.

cortez-schokoladen.de



CONFISERIE RABEL

75 Jahre „Die Himmlischen“

Zum Jubiläum der „Himmlischen“ bringt die Confiserie Rabel eine goldglänzende Präsentstange als Sonderedition heraus – ideal als „kleines Mitbringsel für den großen Genuss“. „Auch nach 75 Jahren erfreuen sich ‚Die Himmlischen‘ großer Beliebtheit – obwohl sie zwischenzeitlich gar nicht erhältlich waren! Erst vor wenigen Monaten haben wir die Herstellung der Pralinen nach Originalrezeptur sowie den Verkauf gestartet. ‚Die Himmlischen‘ sind ein Herzstück der Marke Leysieffer, die wir in diesem Jahr übernommen haben. Die große Nachfrage in unserem Online-Shop und bei unseren Vertriebspartnern ist schon jetzt überwältigend“, sagt Christian Rabel, Geschäftsführer der Confiserie Rabel.

Die weltweit bekannten Pralinen, 1950 von Karl Leysieffer in Osnabrück entwickelt, wurden anfangs nur regional verkauft. Sie erwiesen sich – damals noch als „Sahnetrüffel“ angeboten – schnell als großer Erfolg. „Zur Namensgebung der Praline ist Folgendes überliefert: Ein katholischer Priester war so begeistert, dass diesen Trüffeln seiner Meinung nach nur die Bezeichnung ‚himmlisch‘ gerecht werden könne. So wurden die Sahnetrüffel 1972 ‚Die Himmlischen‘ getauft. Für viele Menschen in und um Osnabrück – von den Kindergartenkindern bis zu den Senioren – wurden sie zum Inbegriff des ‚kleinen Glücks im Alltag‘ und ganz besonderer Gelegenheiten“, weiß der in Osnabrück geborene Konditormeister Christian Rabel, dessen Vater, Norbert Rabel, die Konditorrenausbildung in den 1960er-Jahren bei Leysieffer absolvierte.

Seit der Wiedereinführung der Marke Leysieffer im Oktober 2025 gingen unerwartet viele Bestellungen sowie zahlreiche positive Rückmeldungen bei der Confiserie in Westerkappeln ein. Christian Rabel weiß: „Zwar werden ‚Die Himmlischen‘ nach wie vor in liebevoller Handarbeit gefertigt. Zurzeit kommen wir trotzdem auf mehrere Tausend Stück, die pro Arbeitstag gefertigt und über unseren Webshop, im Werksverkauf oder auch beispielsweise an 83 Standorten der Galeria-Gruppe angeboten werden. Die Produktion summiert sich bereits auf eine deutlich sechsstelligen Stückzahl.“

Nach Originalrezept – aber zeitgemäß abgewandelt

„Das Knacken der charakteristischen Zuckerkruste und der einzigartige Geschmack haben sich tief im Gedächtnis verankert. Und dieses Wohlgefühl lassen wir mit diesen Pralinen wieder aufleben – auch wenn das Originalrezept leichte, zeitgemäße Anpassungen erfahren hat“, erklärt er. In der Leysieffer-Ära wurden „Die Himmlischen“ zwischenzeitlich mit Palmfett hergestellt, das in der Confiserie Rabel aus Gründen der Nachhaltigkeit nicht eingesetzt wird. Der Zuckergehalt der Kruste wurde etwas reduziert – mit Rücksicht auf die wachsende Zahl an Konsumenten, die etwas weniger Zucker bevorzugen. Außerdem verwendet Rabel belgische Schokoladenkuvertüre als wesentlichen Bestandteil: „Dies ist die hochwertigste Zutat, die sich hierfür finden lässt“, so Christian Rabel. Mit dem Comeback der Pralinen ist die Rückkehr der „Himmlischen“ als Torte verbunden.

Verbundenheit zur Marke weiter stärken

„Neben den bereits vertrauten Köstlichkeiten wollen wir die Fans gehobener Genüsse anlässlich des 75-Jahre-Jubiläums der ‚Himmlischen‘ mit weiteren exquisiten Neuprodukten verwöhnen“, so Mehtap Rabel, die im Familienbetrieb die strategische Markenentwicklung und den Vertrieb verantwortet. Als Beispiel nennt sie den Leysieffer Sekt, der nach Art des Champagners neun Monate in der Flasche „auf der Hefe liegt“ und das Rabel Sortiment um eine prickelnde Facette bereichert. Hinzu kommen knusprig gebackene Mandelblätter hauchdünn mit Schokolade überzogen, sowie Marzipan nach Königsberger Art, das über dem offenen Feuer abgeflammt wird.

confiserie-rabel.com/leysieffer.de



CHOCOLARDER

Croissant und Kaffee – zwei in einem

Croissant und Kaffee sind für viele das Frühstück der Träume. Eine Schokolade mit beiden, hergestellt aus vollständig rückverfolgbarer Bean-to-Bar-Schokolade, das ist die Tafel „Croissant and Coffee“ der Marke Again. „Unser Ernährungssystem ist marode, aber wir leisten unseren Beitrag, um es zu reparieren – mit jeder einzelnen, köstlichen Tafel“, sagt Mike Longman, der als gelernter Konditor die Bean-to-Bar-Manufaktur Chocolarde in Cornwall gegründet hat. „Anstatt die übrig gebliebenen Croissants vom Frühstück im legendären Watergate Bay Hotel wegzuworfen, haben wir sie gesammelt, um mit ihnen Schokolade zu machen. Der Kaffeesatz stammt aus unserer Espressomaschine. Wir haben das Glück, jeden Morgen Monmouth House Espresso trinken zu können. Wir frieren den bereits gepressten Kaffeesatz ein, um ihn später in unserer dunklen Schokolade zu verarbeiten. Wir sind sehr stolz auf diese besondere Tafel. Genießen Sie beide Hälften zusammen wie Croissant und Kaffee zum Frühstück oder probieren Sie die beiden Sorten separat.“

chocolarde.com

Förder-
mitglieder



SAWADE Erste Filiale außerhalb Berlins

Die Pralinenmanufaktur Sawade hat in Hamburg Eppendorfer Baum ihre erste Filiale außerhalb Berlins eröffnet. Herzstück des Stores mit 50 Quadratmetern Verkaufsfläche ist die 4 Meter lange Theke, gefüllt mit rund 60 Sorten in Berlin gefertigter Pralinen und Trüffel. „Hamburg ist für uns seit Jahrzehnten ein verlässlicher und starker Markt. Viele Kundinnen und Kunden kennen und lieben Sawade bereits – umso mehr freut es uns, nun auch persönlich vor Ort zu sein. Mit Eppendorf haben wir einen Stadtteil gewählt, der gut zu uns passt: Hier treffen wir Menschen, die Wert auf gutes Handwerk legen. Die Filiale ist für uns daher ein natürlicher nächster Schritt in der Entwicklung von Sawade. Wir möchten unseren Hamburger Kunden eine weitere Möglichkeit geben, frische, handgemachte Pralinen zu genießen.“, so Melanie Hübel, Marketingleitung Sawade.

Als besondere Hommage an die Stadt kreiert Sawade derzeit eine Praline für Hamburg: die „Franzkugel“. Inspiriert vom Franzbrötchen entsteht diese Spezialität, begleitet von einer Geschenkdose in hanseatischem Design; darüber hinaus führt Sawade bereits erste Gespräche mit einem Hamburger Kulturpartner. Mit dem Store in Eppendorf setzt Sawade seine Wachstumsstrategie fort. Bereits im Oktober wurde die 11. Filiale in Berlin eröffnet – in der Rüdeshheimer Straße. Das Fachgeschäft, das dort seit den 1950er-Jahren bestand, wurde modernisiert und erweitert. Geführt wird es nach wie vor von Sten Jessen, der als selbstständiger Inhaber des Pralinengeschäfts tätig war und 2024 in das Team Sawade wechselte.

sawade.berlin

PURE CHOCOLATE Crowdfunding für Jamaika

Hurrikan Melissa hat auf Jamaika eine Schneise der Verwüstung hinterlassen und große Teile der Kakao-farmen vollständig zerstört. Vor allem die Kakaobauern in St. Mary und Portland, die bislang vom Anbau des Edelkakaos lebten, haben alles verloren. Um die Farmer beim Wiederaufbau ihrer Lebengrundlage zu unterstützen, hat der jamaikanische Bean-to-Bar-Schokoladenhersteller PURE Chocolate eine Crowdfunding-Aktion gestartet. Zum Hilfspaket gehören der Wiederaufbau beschädigter Farmen, die Neuanpflanzung von Kakao-bäumen, die Reparatur von Fermentationsräumen und Trockentischen sowie alle Arten von praktischer Hilfe. Schokoladenfans weltweit werden um Unterstützung gebeten. Eine Geldspende ist über gofundme.com/f/rebuild-jamaican-cocoa-farms-with-pure-chocolate möglich.

gofundme.com/f/rebuild-jamaican-cocoa-farms-with-pure-chocolate

PROVA GOURMET Vanille, Vanille, Vanille

Seit 80 Jahren ist Prova weltweit auf dem Vanillemarkt unterwegs, was sich in einer fundierten Expertise und in sehr guten Kontakten in den Anbauländern niederschlägt. Das Sortiment geht weit über die „normale Madagaskar-Vanille“ hinaus und umfasst außergewöhnliche und exklusive Arten, wie die wildwachsende Pompona aus Peru oder die erste europäische Vanille aus der Bretagne. Große Lebensmittelhersteller sind seit vielen Jahren Kunden des Vanille-Spezialisten, mit Prova Gourmet betritt er nun den Handwerksbereich. Vertriebspartner für Deutschland und Österreich ist Hermann Ratzinger: „Seit etwa einem halben Jahr haben wir Prova Gourmet im Sortiment und konnten schon ein paar namhafte Kunden von der Qualität der Produkte überzeugen.“

hermannratzinger.de
provagourmet.com

PURATOS/BELCOLADE TrendstudieTaste Tomorrow

Puratos hat mit der internationalen Studie Taste Tomorrow die Erwartungen und Wünsche der Konsumenten von morgen untersucht. Die Ergebnisse liefern wertvolle Impulse, um das Fachhandelssortiment optimal auf die Kundenbedürfnisse abzustimmen. Die wichtigsten Trends 2026 im Überblick:

- 1. Gesundheit & bewusster Genuss:** Weniger Zucker, mehr Ballaststoffe und kleinere Portionen – für Genuss ohne Reue. Kunden suchen nach Produkten, die Wohlbefinden und Geschmack vereinen.
- 2. Nachhaltigkeit:** Umweltfreundliche Verpackungen, regionale Rohstoffe, pflanzenbasierte Alternativen und transparente Herkunft sind längst keine Kür mehr, sondern Pflicht.
- 3. Erlebnis & Emotion:** Farben, kreative Formen, außergewöhnliche Geschmackskombinationen und spannende Texturen sorgen für Aufmerksamkeit und machen den Genuss zum Erlebnis.
- 4. Premiumisierung:** Hochwertige Zutaten und handwerkliche Qualität sind entscheidend. Kunden investieren lieber in weniger, aber bessere Produkte – Qualität schlägt Quantität.

puratos.de/de/blog/taste-tomorrow/hottest-chocolate-trends



Besuchen Sie
uns auf der
ISM

Halle
10.1

Stand
K-015



Unsere Bausteine für Ihre köstlichen Kreationen

Seit über 100 Jahren haben wir uns am Standort Karlsruhe der Herstellung von Halbfabrikaten für die süße Branche verschrieben und produzieren aus Kakao, Mandeln und Haselnüssen feine Kuvertüren, Marzipan- und Nougatmassen. Mit viel Leidenschaft und jahrzehntelanger Erfahrung sind wir der verlässliche Zulieferer für weiterverarbeitende Süßwarenbetriebe.

KONDIMA – Qualität rundum.

www.kondima.de



Familienunternehmen in
vierter Generation
(v.l.n.r) Thomas Engelhardt
und Philipp Marggraf

KONDIMA
Qualität rundum