

# Wetteifern um die Schokolade-Weltspitze

Von Dr. Guido Böhler

*Die Schokoladentrends in Richtung exklusiver Kakaosorten verstärken sich. Die Deklaration der Kakao-Herkunft sowie die Verwendung von Edelsorten setzen sich bei Premiummarken durch. Aber die Schweizer Schokoladekunst, traditionell kompetent in der Milkschokolade und im Conchierprozess, liegt nicht alleine im Rennen um die Qualitätsführerschaft. Ist sie sogar «schlechter als ihr Ruf», wie der «Kassensturz» behauptete? Ende letzten Jahres verglich er Tafelschokolade aus Schweizer Supermärkten mit einem französischen Spitzenprodukt.*

Historisch betrachtet, besitzen wir in der Schweiz eine hohe Schokoladekompetenz, obwohl wir Kakao und Zucker importieren müssen. Schweizer Confiseure der letzten Jahrhunderte brillierten mit Erfindungen wie der der Milkschokolade und des Conchierprozesses dank Innovationsstreben. Heute besitzen Frankreich und Belgien bei dunkler Schokolade dasselbe Niveau wie die Schweiz und vielleicht ein wenig mehr Innovationsfreude. Umgekehrt kommt hierzulande bei Billigmarken oft ein roher, unsauberer Kakaogeschmack vor. Der Grund dürfte in den meisten Fällen nicht fehlende Kompetenz sein, sondern Sparmassnahmen bei diesem aufwändigen Veredlungsprozess des Conchierens. Auch die Rohstoffqualität zählt: Rauchigen Kakao-Geschmack (unsorgfältige Kakao-Auswahl) findet man zuweilen auch bei drittklassiger Schweizer Schokolade.

Die französische Firma Valrhona entdeckte das Konzept der herkunftstreuen «pure origins», welches der Schwyzer Couverture-Hersteller Felchlin in der Folge hierzulande lancierte. Bisher galt bei Schokolade-Fabrikanten dieselbe Devise wie bei Kaffeeröstern: Man mischt drei bis fünf Pro-

venienzen, um die natürlichen Qualitätsschwankungen auszugleichen. Aber nun werden reihum herkunftstreue Couverturen angeboten und sogar importiert: Barry Callebaut lancierte letztes Jahr die französischen Produkte «Santo Domingo» und «Cuba» unter der Marke «Cacao Barry» sowie die in Dübendorf hergestellte herkunftstreue «Madagaskar» unter der Marke Carma. Sie verfolgt die herkunftstreue, nicht aber die Strategie, ausschliesslich Edelkakao zu

verwenden, weil reine Provenienzen Qualitätsschwankungen und Beschaffungsrisiken bedeuten.

## Edel oder herkunftstreue?

Ein Produkt, das gleichzeitig aus 100% Criollo und einer reinen Provenienz besteht, ist in der Tat eine Herausforderung für Kakaoeinkäufer. Je grösser die benötigten Tonnagen, desto schwieriger wird es. Die Grossen der Branche vermeiden daher dieses Doppel-Konzept, ebenso Valrhona: Die Firma mischt Criollos mit Forastero oder verwendet Trinitario.

Einfacher ist es für Nischenplayer wie Felchlin, beides gleichzeitig zu realisieren. Fast jede Firma geht einen andern Weg: Nestlé offeriert herkunftstreue Cailler-Couverturen erst ab 100 Tonnen Be-

stellmenge. Und Kraft Foods hat sich mit der «Suchard Criollo»-Couverture für reine Criollos entschieden ohne «pure origins». Einen dritten Weg geht Lindt und verwendet Trinitario-Kakao für die herkunftstreuen «Cuba» und «Ecuador»-Couverturen. Mit optimaler Fermentation und abgestimmter Röstung sei diese Sorte in Aromenvielfalt und -tiefe den Criollos teilweise überlegen, ist man dort überzeugt. «Cuba» mit nussiger und «Ecuador» mit fruchtiger Note werden beide in Kilchberg hergestellt und als Couverture exklusiv dem Fachgewerbe angeboten. (Als Tafeln werden sie auch dem Detailhandel verkauft).

Ausserdem entdeckt Lindt die Chancen dunkler Milch-Couverture: ihre «Mi-doux» ist ein Mittelweg zwischen heller



Milch- und dunkler Zartbitter-Couverture. Zum Vergleich: die helle von Lindt besitzt 37% Kakaanteil, «mi-doux» aber 45%. Zwar floppte ein ähnliches Produkt in Tafelform, «Cailler extra cacao», und wurde von Nestlé vor zwei Jahren eingestellt. Aber für Pralinés ist «mi-doux» interessant. Allerdings kann der Confiseur selbst dunkle und helle Couverturen mischen.

**Import-Couverturen**

«Valrhona» ist nicht nur innovativ, sondern gilt auch als «Rolls-Royce». Allerdings kosten diese Couverturen 30–70% mehr als der Durchschnitt, was teilweise durch aufwändiges Marketing begründet sein dürfte. Sie stehen in der Verkaufs-Rangliste des Confiserie-Lieferanten Patiswiss mit Abstand an vorderster Stelle der hochprozentigen Couverturen (mit über 60% Kakao). Seit Jahren werden auch belgische Couverturen der Marke Callebaut importiert. Sie bieten ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis und kosten 10–20% weniger als Schweizer Couverture. Callebaut erreicht bei Pistor den fünften Rang von acht Couverturemarken und wird für Füllungen verwendet. Seit zehn Jahren bleiben ihre Verkaufszahlen laut Pistor stabil. Generell ist der Couverturenmarkt angesichts der markentreuen Confiseure ein träger Markt. Aber Nummer fünf bedeutet, dass sich Schweizer Hersteller sowohl bei den Kosten wie bei der Qualität anstrengen müssen, um der Konkurrenz standzuhalten. Dies gilt für Schokolade generell: Gemäss Import-Statistiken legen Importe aus Deutschland und Holland zu, vermutlich Billig-Produkte des Detailhandels ([www.chocosuisse.ch](http://www.chocosuisse.ch)).

**Nur Mittelmass?**

Führt «Schweizer Schoggi nur das Mittelfeld an», wie letztes

Jahr im Gastro-Blatt «Espresso» zu lesen war, und «ist sie schlechter als ihr Ruf», wie der Kassensturz kürzlich behauptete? Diese berechnete Frage muss differenziert beantwortet werden, denn jedes Segment hat andere Qualitätsführer. Bei den weissen und Milch-Couverturen liegt die Schweiz weltweit durchaus an der Spitze, und auch bei den dunklen können einige Schweizer Top-Marken mithalten. Die Kassensturz-Macher testeten nicht Couverturen, sondern Tafelschokoladen. Ihr Urteil kommt durch unrepräsentative Stichproben zustande. Die Kassensturzleitung wollte im Segment der schwarzen Tafel-Schokolade ein ausländisches Spitzenprodukt den meistverkauften Schweizer Produkten gegenüberstellen. «Cluizel» aus Paris (Globus, Fr 6.50/100 g) erzielte im Test gute Noten, Migros und Villars befriedigende, Lindt und Nestlé schlechte. Die Jury sei erstaunt gewesen, dass keine Schweizer Probe gute Noten erzielte. Aber sie konnte nur die Proben kommentieren, die ihr vorgelegt wurden, und darunter war keine der hochpreisigen Confiserie-Spitzenklasse wie Sprüngli, wo Tafeln aus Eigenproduktion verkauft werden.

**Willkürliche Stichprobe**

Eine seriöse Statistik verlangt von beiden Ländern eine repräsentative Stichprobe, nicht von einem nur eine einzige Probe. Schon gar nicht eine extreme – dies kommt einer Manipulation gleich. Zwar kann man Schweizer Proben an einem französischen Produkt benchmarken, aber daraus darf man kein Pauschalurteil konstruieren. Die Kassensturz-Resultate zeigen nur, dass von der Schweiz kein «gutes» Produkt Eingang in die Stichprobe fand, und dass das Tafelsegment hierzulande vernachlässigt wird: Die besten Schweizer «Schokoladen» werden als Couverture an

▷ IE FOOD ENGINEERING



**DER SPEZIALIST FÜR DIE NAHRUNGSMITTEL-INDUSTRIE**

**DIE KOMBINATION VON BRANCHEN-KNOW-HOW UND INDUSTRIEBAUWISSEN GARANTIERT WIRTSCHAFTLICHE LÖSUNGEN.**

**Ganzheitliche Planung**

Die IE Food Engineering plant von innen nach aussen. Wir berücksichtigen zuerst die wirtschaftlichen sowie technischen Faktoren und zeigen dem Kunden, wo in der Wertschöpfungskette Einsparungs- und Optimierungspotenzial in der Produktion und im Logistikprozess besteht. Beim Bau legen wir grössten Wert auf die beste betriebswirtschaftliche Nutzung eines Gebäudes und auf eine gute, preisbewusste Architektur.

IE Food Engineering  
Ein Bereich der  
IE Group Zürich AG  
CH-8008 Zürich  
Tel. +41 (0)1 389 86 00  
[zuerich@ie-gruppe.com](mailto:zuerich@ie-gruppe.com)

IE Food Engineering  
Ein Bereich der  
IE Group München GmbH  
D-81245 München  
Tel. +49 (0)89 82 99 39-0  
[muenchen@ie-gruppe.com](mailto:muenchen@ie-gruppe.com)

Zürich, Genf und München  
[www.ie-gruppe.com](http://www.ie-gruppe.com)



Der Spezialist für die Nahrungsmittelindustrie  
planen – gestalten – realisieren

Confiserien verkauft, welche sie für Pralinés verwenden, wo die Margen interessanter sind. Bei Confiseriewaren ist die Schweiz weltweit führend (zusammen mit Belgien, muss man relativieren). Immerhin: Die «Kassenstürzer» drehten bei Felchlin und lobten seine Qualität.

## Premium und Economy

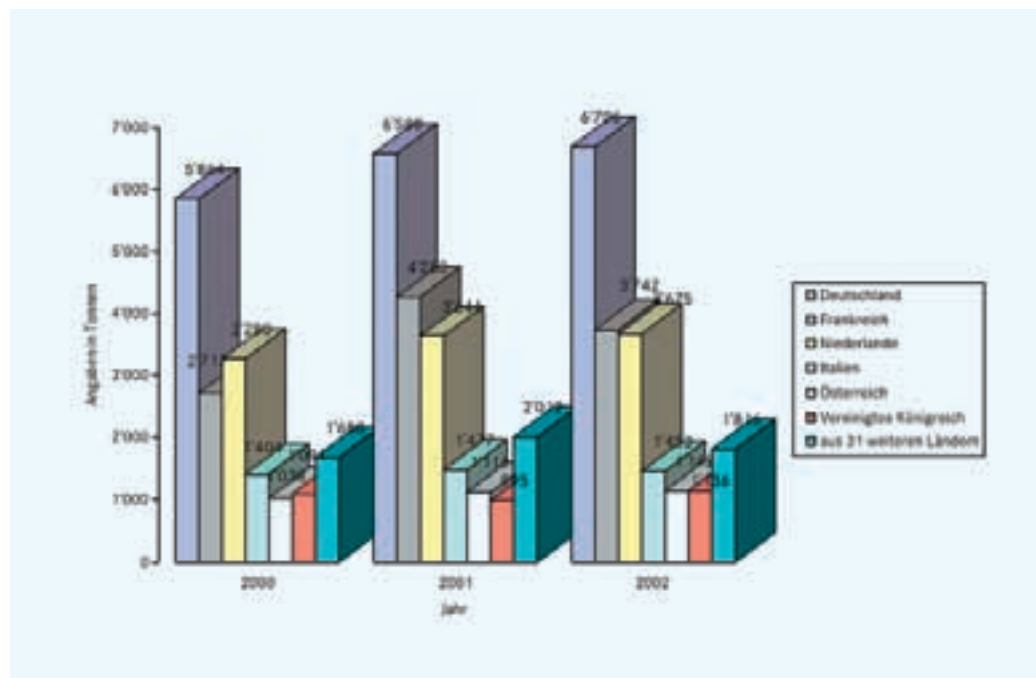
Auch die Noten der Schweizer Milkschokolade belegen unsere intakte Schokolade-Kompetenz: Lindt «gut», Frey und Cailler «befriedigend», Alprose und die in Deutschland hergestellte Milka «mässig», Lola (Coop) und M-Budget «überzuckert». Dass auch weniger gute Noten vorkommen, beweist nur eine Marketingstrategie: die tiefer taxierten Produkte gehören zur «Economy»-Klasse. Der Markt verlangt ja nicht nur hochpreisige Premiumprodukte, und drittklassige gibt es auch in Frankreich. Ein Vergleich: Auch in der Hotellerie besitzt die Schweiz einen guten Ruf, trotzdem erwartet niemand, hier ausschliesslich Fünfsterne-Häuser vorzufinden.

Auch eine Economy-Schokolade kann Qualität und ein faires Preis-Leistungs-Verhältnis bieten. Man darf nicht Qualität und Klasse verwechseln. «Klasse» ist das Erwartungsniveau und «Qualität» dessen Erfüllungsgrad. Eine Nicht-Erfüllung, sprich schlechte Qualität, wäre etwa ein sandiger Schmelz (unzureichendes Feinwalzen) oder roher, unsauberer Kakaogeschmack (ungenügende Entfernung der schlechten Rohkakao-Aromen beim Conchieren).

## Alkalisierter Kakao

International hat belgische Schokolade ein eher besseres Image als schweizerische. Brüssel gilt als Praliné-Metropole, und die Belgier vermarkten ihre oft rabenschwarze Schokolade mit Erfolg. Aber:

Schokoladeimporte pro Jahr und Herkunftsland



Quelle: Eidg. Zollverwaltung

um sie dunkler und weniger bitter zu machen, verwenden sie alkalisiertes Kakaopulver.

Beim Alkalisieren stumpft man mit Pottasche die Säuren und Bitterstoffe ab, dabei lei-

den aber auch die eleganten Geschmacksstoffe. Und da Kakaopulver ein Nebenprodukt der Kakaobutter-Pressung ist, besitzt es mehr oder weniger gequälten Pressgeschmack, den auch der aufwendigste Conchierprozess nicht behebt. In der Schweiz ist denn auch der Zusatz von Kakaopulver nicht üblich. Markterfolg muss also nicht unbedingt mit Gourmet-Qualität korrelieren.

Aber die Milchverarbeitung ist eine Kompetenz des Milchlandes Schweiz. Nur: Bei hellen Milchcouverturen kann man sich streiten, ob feine Nuancen des Kakaos überhaupt zur Geltung kommen. Doch mindestens fehlerfrei muss er sein. Je mehr Kakao eine Couverture enthält, desto höhere Anforderungen muss er erfüllen. Aber auch die Sorte (Criollo, Forastero oder Trinitario) spielt eine Rolle. Vor allem bei dunklen Couverturen mit einem hohen Kakaoanteil lohnt sich Edelqualität: Die «schwarze» gilt als Königschokolade. Ω

## Kleines Schokolade-Lexikon

|   |  |
|---|--|
| <b>Forastero</b>  | Gewöhnlicher «Konsum»-Kakao  |
| <b>Criollo</b>  | Edelkakao, besonders aromatisch. Eine «Criollo-Schokolade» soll nach Meinung von Chocosuisse zu mehr als 90% aus Criollo-Kakaobohnen hergestellt sein.   |
| <b>Trinitario</b>   | Kreuzung von Criollo und Forastero   |
| <b>Pure Origin</b>  | Herkunftsrein  |
| <b>Zartbitter- bzw. Edelbitter- bzw. Vanille-Schokolade</b> | dunkle Schokolade (ohne Milch)   |
| <b>Extrabitter</b>  | zartbitter mit besonders hohem Kakaoanteil   |
| <b>Weisse Schokolade</b>                                    | ohne Kakao (aber mit Kakaobutter)  |
| <b>Milkschokolade</b>                                       | mit Milch und Kakao. (Helle wenig Kakao, dunkle mehr Kakao)  |
| <b>Schweizer Schokolade</b>                                 | muss gemäss Chocosuisse von der Kakaobohne oder Kakaomasse ausgehend bis zur fertigen Schokolade in der Schweiz hergestellt sein. Laut «Klarheitsprinzip» sollte eine allfällige Teilfertigung im Ausland wie Formen oder Verpacken deklariert werden. |
| <b>Schokolade-Couverture</b>                                | Überzugsschokolade: muss mind. 31% Kakaobutter enthalten   |