



DIE BOHNE MACHT'S

Schweizer und österreichische Schokoladenhersteller werden gemeinhin zu den besten gezählt. Kein Kunststück – gibt es rund um den Bodensee (einschließlich der deutschen Seite) doch zahlreiche Confiseries, einige Chocolatiers und zwei Fabriken, die hervorragende traditionelle Schokolade herstellen. Neuerdings finden sich auch einige Manufakturen, die sich konsequent der aufkommenden Machart „Bean-to-Bar“ verschrieben haben. Wir sind einem guten Dutzend der interessantesten Betriebe nachgegangen.

TEXT UND FOTOS: PETER HUMMEL

Der Schokolade werden schon lange positive Eigenschaften zugeschrieben: Sie baue Frust und Stress ab und mache vor allem glücklich. Das kann sogar nachgewiesen werden. Dafür verantwortliche Botenstoffe wie Serotonin und Dopamin stimulieren das Gehirn und entspannen den Körper. Zugegeben, das sind allesamt gute Ausreden, Schokolade ohne schlechtes Gewissen zu genießen, denn sie kann süchtig machen – dank verschiedener stimulierender Substanzen wie Koffein und Theobromin. Einen wirklich unguten Einfluss hat jedoch der Zucker, der das Belohnungssystem anregt. Und wer hätte das gedacht: Österreicher, Deutsche und Schweizer müssten mit dem führenden Pro-Kopf-Verzehr von 9 bis 11 Kilogramm Schokolade im Jahr die glücklichsten Menschen dieses Planeten sein!

Das hat sich erstaunlicherweise auch kaum geändert, seit dunkle Schokolade als die gesündere Variante auf Schild erhoben wurde. Weil sie weniger süß und zartschmelzend ist, isst man tendenziell weniger davon. Und weniger Zucker heißt: weniger schädlich. Als gesünder gilt die dunkle Schokolade ab etwa 70 Prozent Kakaoanteil dank des bis fünfmal höheren Anteils an Flavonoiden als Milkschokolade. Studien zufolge können sie mit ihrer antioxidativen Wirkung die Haut vor UV-Schäden schützen, Herz- und Kreislauferkrankungen vorbeugen und das Wachstum von Krebszellen hemmen. Dunkle Schokolade punktet zusätzlich mit wertvollen Mineralien und Spurenelementen.

Vor allem aber gilt dunkle Schokolade als die nachhaltigere, weil sie eine eigentliche Bewegung ausgelöst hat: Bean-to-Bar, ein Gegentrend zur industriellen Fertigung, der sich nach den Anfängen in den USA vor zwei Jahrzehnten in den letzten 10, 15 Jahren auch in Europa verbreitet hat.

Ethisches Handelsmodell

Bei Bean-to-Bar hat der Hersteller den gesamten Entstehungsprozess der Schokolade unter eigener Kontrolle, von der Bohne bis zur Tafel, manchmal sogar schon vom Baum (Tree-to-Bar). Er kauft die Bohnen direkt beim Kakaobauer ein, röstet sie und veredelt dann die Kakaomasse. Den gesamten Prozess selbst zu verantworten, ist sehr aufwendig: Der Produzent muss sowohl Equipment als auch Expertise für jeden einzelnen Verarbeitungsschritt mitbringen. Bean-to-Bar gibt ihm aber die Möglichkeit, Geschmack und Qualität der Schokolade von Anfang an zu steuern. Bean-to-Bar-Produzenten haben als Nischenplayer die Chance, aus selektierten Bohnen eigenständige charaktervolle Schokolade zu schaffen, die sich nicht am Durchschnittsgeschmack orientieren muss.



Foto: Fenkart

*Das A und O von
Qualitätsschokolade ist
die sorgfältige Auswahl
der Bohnen ...*

Foto: Adobe Foto_Veruniv-Studio

GLOSSAR

Bean-to-Bar:

„Von der Bohne zur Tafel“ – bedeutet, dass der Schokoladenhersteller von der Wahl der Edelkakaobohne (das sind nur etwa fünf Prozent der weltweiten Produktion) über die Verarbeitung bis zur Konfektionierung in der Regel alle Schritte selbst kontrolliert.

Kakaobutter:

Als Kakaobutter wird das in den Bohnen enthaltene Fett bezeichnet; durchschnittlich liegt dieser Anteil bei 50 bis 55 Prozent.

Kakaomasse:

Das Ausgangsmaterial für die Schokoladenproduktion entsteht durch das Vermahlen der Kakaobohnen, die zuvor geröstet, gebrochen und von den Schalen getrennt wurden.

Conchieren:

Die halbfeste Schokoladenmasse wird durch ständiges Rühren in einer Wanne, der Conche, während knapp einem bis über zwei Tagen verflüssigt und verfeinert. Dadurch verflüchtigen sich unerwünschte Bitterstoffe und Säuren, und durch die gleichmäßige Verteilung von Zucker und meistens Kakaobutter erhält die Schokolade eine milde Aromatik, eine zartschmelzende, seidige Textur und das typische Knacken beim Brechen. Rodolphe Lindt hat diesen Prozess bereits 1879 zufällig entdeckt und 20 Jahre lang geheimgehalten.

Kuvertüre (Couverture) :

Dem Wortsinn nach verwendeten Confiseure Kuvertüre ursprünglich als Überzug für Pâtisserie und Pralinen. Heute ist damit (auch) fertig angelieferte Schokolade gemeint, mit der Chocolatiers ihre Produkte herstellen. Ein führender Lieferant wie Felchlin im Kanton Schwyz bietet rund 500 verschiedene Couverturen an.



... und die richtige Conchierdauer.

Bean-to-Bar verfolgt gleichermaßen qualitative, soziale und ökologische Ziele: den Charakter einer bestimmten Sorte und eines definierten Anbaugebiets mittels spezifischen Röstprofilen und Herstellungsverfahren gezielt hervorzuheben; mit einer fairen, existenzsichernden Vergütung zu einem würdigen Lebensunterhalt der Familien beizutragen sowie einen langfristigen, positiven Einfluss auf die Kooperativen und das ökologische Gleichgewicht in der Region zu nehmen (z.B. Anbau in Waldgärten statt Monokulturen). Mit einer nachhaltigen Innenverpackung aus Pergamin oder Zellulose statt Kunststoff oder Alu kann der Hersteller selbst noch ein ökologisches i-Tüpfelchen setzen.

Die Leidenschaft der Bean-to-Bar-Community besteht darin, unter Einbeziehung sensorischer und ethischer Aspekte aus den besten Kakaobohnen – insbesondere aus Südamerika, aber auch aus Afrika und Asien – ein außergewöhnliches Geschmackserlebnis zu schaffen und dabei das Handwerk wieder in den Vordergrund zu rücken.

Für die Kundschaft gilt es, zwischen Bean-to-Bar aus Passion und Bean-to-Bar als Marketingmaßnahme zu unterscheiden. Weil der Begriff Bean-to-Bar nicht genau definiert, geschweige

denn geschützt ist, können ihn auch große Industriehersteller verwenden, die den ganzen Prozess selbst abwickeln, etwa Lindt und Sprüngli in Olten und Kilchberg oder Milka in Bludenz. In der dortigen Fabrik fertigt Mondelēz, der zweitgrößte Schokoladenhersteller der Welt, täglich eine Million Tafeln oder jährlich 60.000 Tonnen. Für einen Bean-to-Bar-Hersteller typisch sind dagegen 50.000 – 60.000 Tafeln oder vier bis fünf Tonnen pro Jahr – die Mindestgröße, um mit etwa einer Handvoll Personen profitabel zu produzieren.

Unterschiedliche Philosophien

Allerdings spaltet sich die Bean-to-Bar-Szene selbst in unterschiedliche Fraktionen auf: Da ist zum einen das Hardcore-Lager, das neben einem Kakaobestandteil ab 70 Prozent nur Zucker zulässt. Zum andern gibt es aber moderatere Vertreter, die auch Kakaobutter oder sogar Lecithin für einen runderen Geschmack und schöneren Schmelz verwenden. Sie produzieren durchaus auch dunkle Milkschokolade mit einem Kakaogehalt von immerhin um die 50 Prozent (gegenüber etwa 35 Prozent bei normaler Milkschokolade). Unter ihnen finden sich auch Produzenten, die ihre selbst selektierten Bohnen bei einem Premium-Kuvertüren-Hersteller wie Felchlin verarbeiten lassen. In der Tat können beim industriellen Conchieren unter Umständen bessere Resultate erzielt werden als bei einem kleinen Craft-Mélangeur.

Unterschiedliche Meinungen gibt es auch zur Verwendung von Labels: Während in der Bean-to-Bar-Szene weitgehend Einigkeit herrscht, dass die eigenen Standards wesentlich höher sind als das Fairtrade-Siegel, weisen einige Anbieter eine Bio-Zertifizierung aus. Andere wie Andreas Koller von Cacao de Corazón hingegen verzichten dezidiert darauf: „Die Zertifizierungsprozesse sind teuer und damit eine kaum überwindbare Hürde für verletzte Kleinproduzenten in strukturschwachen oder gar von Konflikten betroffenen Gebieten. Stattdessen überprüfe ich im direkten Austausch selbst, wie es um die sozialen Bedingungen steht – beispielsweise keine Kinderarbeit – und ob der Kakao chemie- und pestizidfrei kultiviert wird.“

Klar scheint hingegen für die gesamte Bean-to-Bar-Bewegung, woher sie ihre Vorbilder hat: aus der Barista- und Craftbeer-Szene. Die grafisch und informativ aufwendig gestalteten Verpackungen erinnern stark daran – wie auch an schicke Weinetiketten. Böse Zungen behaupten gar, dass es nach den Etikettentrinkern nun auch schon die Etikettenesser gebe ... Zur durchwegs stylischen Aufmachung passen auch die gehobenen Preise: Sie haben mit bis zu 20 Franken/Euro durchaus das Niveau der Grand-Cru-Pralinen erreicht. Bean-to-Bar-Genießer ist es offenbar wert, für das besondere Geschmackserlebnis und eine ehrliche Geschichte hinter der Schokoladenproduktion tiefer ins Portemonnaie zu greifen.



Blick in eine industrielle Schokoladenproduktion (Maestrani)

Maestrani, Flawil

In der Ostschweiz gibt es gleich zwei Schokoladenfabriken, die zu den zehn größten der Schweiz gehören und beides Familienbetriebe sind: Maestrani und Stella Bernrain. Maestrani ist von Aquilino Maestrani 1852 gegründet worden, einem der Schweizer Pioniere aus dem Tessin. 1997 übernahm das Unternehmen Schokoladen Munz und verlagerte die Produktion von St. Gallen an deren Sitz nach Flawil. Die Expansion wurde in den letzten drei Jahren fortgesetzt mit der Übernahme der Pralinenmarken Avelines von Favarger in Genf und Delafaille in Belgien sowie der Berner Chocolat Ammann, bekannt für ihre Schokoküsse. Diese Akquisitionen sind Teil einer Wachstumsstrategie, die CEO Christoph Birchler für ein Familien-KMU als notwendig erachtet. Der aktuelle Einbruch auf dem US-Markt, der am Export (betrifft die Hälfte des Umsatzes) immerhin zehn Prozent ausmacht, bestätigt diese Ausrichtung.

Profitieren kann Maestrani von zwei starken Marken respektive Produkten: Minor, dem Haselnussstängel, und Munzli, dem populären Schöggeli zum Kaffee. Unter Munz läuft ein breites Sortiment, vom Prügeli über Premium-Tafeln bis zu den Klassikern. Eigentlich erstaunlich, dass eine Krachnuss und Schoko-Banane, ein Glückskäfer und das Caramel Bouché alle Trends überdauert haben. Selbstverständlich geht aber auch Maestrani mit der Zeit und führt eine Organic-Linie, darunter sogar eine Single-Origin-Tafel aus Peru. Auch wenn die Voraussetzungen geschaffen wären, bietet Maestrani bewusst nicht Bean-to-Bar an: „Wir haben das Rösten und



Der charakteristische Neubau mit dem Chocolarium

Brechen an Spezialisten ausgelagert und bekommen so eine Kakaomasse mit konstantem, von uns definiertem Geschmacksprofil“, erklärt Christoph Birchler. Er findet aber sehr wohl großen Gefallen an der Bean-to-Bar-Szene: „Sie sorgt für eine enorme Steigerung des Qualitätsbewusstseins und der Genussfähigkeit. Die zwei Welten ergänzen sich sehr gut – ein Stück weit werden wir von dieser neuen Philosophie durchaus inspiriert.“ Für Maestrani hat eine sozialverträgliche und ökologische Produktion hohe Relevanz, was auch in mittlerweile fünf Nachhaltigkeitsberichten dokumentiert wird. Heute stammt sämtlicher Kakao aus Fair-trade-Anbau.



CEO
Christoph
Birchler



In Konstanz erhältlich bei:

EDEKA

oder online über:
www.amazon.de



Ein traditionelles
Genusserlebnis höchster
Qualität.

ONLINESHOP:
www.gottlieb.ch





Das Besucherzentrum Chocolarium spricht Emotionen an, vermittelt Wissen und bietet Produktionseinblicke.

Stella Bernrain, Kreuzlingen

Stella Bernrain ist dem Schokoladenkonsumenten kaum bekannt. Denn: Über 85 Prozent des Umsatzes entfallen auf Private-Label-Produkte für Firmenkunden auf der ganzen Welt, in über 50 Ländern. Unter den Schweizer Herstellern sind dies Alleinstellungswerte. Diese spezielle Vertriebsstrategie führt auch zu einem einzigartigen Anteil von über 90 Prozent Bio-/Fairtrade. Die Fairtrade-Zertifizierung bringt es mit sich, dass Stella Bernrain all ihre Kakaokooperativen in Lateinamerika, Afrika und Indien kennt. Bio und Fairtrade sind jedoch nicht die einzigen Spezialisierungen, Stella Bernrain ist auch zertifiziert für Demeter-, Koscher- und Halalproduktion.

Dank der Private-Label-Ausrichtung ist die Firma auch sehr kreativ, um die Auftraggeber immer wieder mit Innovationen zu überzeugen. Umgekehrt werden von Start-up-Kunden auch Ideen aufgenommen. So finden sich derzeit über 40 verschiedene Tafeln im Angebot – zwei Dutzend Organic & Fair, zehn Diversity & Limited, acht zuckerfreie, dazu noch traditionelle wie die Tessiner Latte con Pane oder die Militärschokolade. Zu den aktuellen Limited-Editionen zählen etwa Apricoa (mit gemahlten und ganzen Aprikosenkernen), Cocoa Fruit Crunch (mit getrocknetem Kakaofruchtfleisch) oder Cocoa Booster (mit Kakaoflavanolen).

Privatkunden finden die komplette Auswahl nur online oder in den beiden Shops in Kreuzlingen und Giubiasco. 1980 wurde nämlich die Tessiner Firma Stella erworben, unter deren Label inzwischen alle Tafeln für Privatkunden verkauft werden, egal, ob im Tessin oder am Bodensee hergestellt. Lediglich Osterhasen (mit zwei Millionen Stück immerhin ein wichtiges Geschäft) laufen noch unter der Marke Bernrain.

Stella Bernrain ist per se Trendsetter – worin sieht Monica Müller, die das Familienunternehmen in dritter Generation führt, aktuelle Entwicklungen? „Trends mit gewissen Zutaten wie gerade Matcha kommen und gehen. Auch die Bedeutung von zuckerfrei nimmt ab, da sich Diabetiker heute anders zu ernähren wissen. Bio, Fairtrade und vegan sind etabliert. Weiterhin eine wichtige Aufgabe ist aber Nachhaltigkeit, wo es immer noch Verbesserungen gibt, etwa bei den Verpackungen.“

Der SchokoLaden mit dem Café Stella mit Blick über den Bodensee ist Dienstag bis Samstag geöffnet.
www.swisschocolate.ch

Hohlkörperproduktion und -verpackung (Christbaumschmuck) bei Stella Bernrain.

Für die Konsumenten hat Maestrani mit dem 2017 eröffneten „Chocolarium“ einen USP zu bieten. Hier soll der Besucher nicht einfach durch Handwerk und Tradition, sondern vielmehr durch Emotionen und Didaktik angesprochen werden. Auf spielerisch-humorvolle Weise erfährt man, warum Schokolade glücklich macht. Interaktivität und Sinnlichkeit prägen den gesamten Rundgang, auf dem viel Wissenswertes geboten wird, aber auch die „Praxis“ nicht zu kurz kommt: Naschen ist an mehreren Stationen explizit erwünscht. Das Chocolarium ist im Nu zu einem touristischen Hotspot in der Ostschweiz geworden.

Das Chocolarium ist Dienstag bis Sonntag geöffnet.
www.chocolarium.ch, www.maestrani.ch

CEO
Monica
Müller





Praliné Scherrer: Mitinhaberin Romina Hengartner mit den Rennern Klostergrüsse und Truffes mit Gallusbier.



Bonneheure: Miriam Chiara di Natale mit ihren Gianduja-Spezialitäten.



Praliné Scherrer, St.Gallen

In der Gallusstadt ist Praliné Scherrer seit Generationen eine erste Adresse für feinste Pralinen. Qualität, Handwerk und das Gespür für Geschmack stehen an oberster Stelle. Für Romina Hengartner, Mitinhaberin des traditionsreichen Familienunternehmens, spielt das Konzept Bean-to-Bar weder in der Herstellung noch im Verkauf eine zentrale Rolle. „Felchlin liefert uns hochwertige Single-Origin-Couverturen – sogar ohne Lecithin – in einer Qualität, bei der wir durch eigene Verarbeitung der Bohnen keinen sensorisch spürbaren Mehrwert erzielen würden“, erklärt sie. Auch die Kundschaft frage wirklich nicht danach. Dass hier für die neue Strömung kaum Nachfrage bestehe, zeigten auch die handgeschöpften Tafeln in neuer Bean-to-Bar-Verpackung aus der Schale der Kakaobohne, die noch wenig Zuspruch fänden. Nicht tragisch – die Hälfte des Umsatzes wird ohnehin mit Firmenkunden-Geschenken gemacht.

www.praline-scherrer.ch

Bonneheure, St.Gallen

Mimis winzige Schokoladenboutique liegt im beschaulichsten Winkel der St.Galler Innenstadt, unter der St.-Mangen-Kirche. Hierher passt der Geschäftsname perfekt: Bonneheure – Glück und gute Zeit. Und da gibt's praktisch null Laufkundschaft – was kein Problem ist, der Laden lebt von Bewertungen und Mund-zu-Mund-Propaganda. Miriam Chiara di Natale hat eine schillernde Biografie: Sie war in der Finanzbranche tätig, dann als Juristin, in der Gastronomie und nebenbei als Sterbebegleiterin. Die intensive Beschäftigung mit der Bean-to-Bar-Idee brachte sie auf die Schokolade. In Paris konnte sie bei einigen der besten Chocolatiers das Handwerk erlernen und mit ihren Freunden Martina und Robin 2021 die kleine Manufaktur eröffnen, natürlich mit integriertem Lädeli und Käfeli – denn Interaktion mit ihren Kunden ist für die Wahl-St.Gallerin mit italienischen Wurzeln essenziell. Weil die Aromavielfalt der Bean-to-Bar-Kakaomasse ungleich größer sei als bei einer guten handelsüblichen Couverture, verwendet sie diese auch für Pralines und Dragées. Einen Namen geschaffen hat sie sich mit ihrem Gianduja (ein Onkel kommt aus dem Piemont!): In ihrer Stein-

walze verarbeitet sie Haselnüsse zu einer traumhaft-cremigen Füllung. Das ist gewiss eine unübliche Bean-to-Bar-Interpretation – doch die Kunden schwärmen von ihren Gianduja-Würfeln.

www.bonneheure.ch

Cacao de Corazón, Appenzell

Der Kontrast von Andreas Kollers Manufaktur in Appenzell zum Bilderbuch-Touri-Strip könnte nicht größer sein:

Sie liegt völlig abgelegen zwischen Bach und Wäldchen – genau so, wie es passt für einen, der während seiner Arbeit als Entwicklungshelfer bei Kakaobauern in Kolumbiens Regenwald auf den Geschmack der echten Schokolade kam. In seinem „Fabriggli“ in einem unscheinbaren Schopf – so winzig wie ein Waschküchen, aber so top eingerichtet wie eine veritable Manufaktur mit modernem Mélangeur (Kombination von Mahlen und Conchieren) und Tafelgießer – entsteht seit sechs Jahren die erste Bean-to-Bar-Schokolade der Ostschweiz. Mit minimalen Chargen von 20 bis 30 Kilo kann er sehr flexibel produzieren. Und zwar nicht nur „hardcore von dunkel bis schwarz“: Bei Corazón gibt es auch dunkle Milkschokolade und als Appenzöller Spezialität sogar weiße – reine Kakaobutter mit Ziegenmilchpulver. Zu den lokalen Milchprodukten gibt es noch einen Bezug: Wie beim berühmten Appenzeller Käse üblich, lässt Koller die fertige Schokoladenmasse vor dem Gießen in seinem Keller einige Wochen reifen.

www.cacaodecorazon.ch



Cacao de Corazón: Andreas Koller vor seinem idyllischen Studenhüsi mit einem eben eingetroffenen Sack Bohnen aus Kolumbien



Fenkart Schokoladengenuss: Vater Gunther und Sohn Philipp Fenkart beim Begutachten einer Röstung

oben rechts: Xocolat: In Martina Homann-Dellantonios schmuckem Laden gibt's ein breites Sortiment an Bonbonnieren, Pralinen und Tafeln



Fenkart Schokoladengenuss, Hohenems

Das ultimative Aha-Erlebnis hatte Maître Chocolatier Gunther Fenkart auf einer USA-Reise 2017, als er vom Bean-to-Bar-Virus angesteckt wurde. Seit der Jahrtausendwende sei dort eine Craft-Chocolatemaker-Szene entstanden – mit inzwischen Hunderten von Produzenten, ähnlich wie ein Jahrzehnt zuvor beim Craft Beer. 2018 stellte er seinen Traditionsbetrieb auf Bean-to-Bar um, richtig in Szene setzen konnte er die neue Philosophie mit dem Bezug des Neubaus 2024 in bester Lage beim Schlossplatz. Fenkart hat praktisch alle Schokomuseen in Österreich und den Nachbarländern besucht, um sicherzustellen, dass seine dreistöckige „Schokoladenwelt“ den Besuchern ein authentisches Erlebnis bieten kann. Der Start im Hauskino mit schokoüberzogenem Popcorn ist schon mal sehr echt. Auf dieser obersten Etage werden Herkunft und Unterschiede der Bohnen erklärt; Fenkart bezieht 15 verschiedene Kakao aus aller Welt. Durch große Fenster verfolgt man im „Atelier“ den Herstellungsprozess vom Rösten übers Brechen und Schälen bis zum Conchieren. In der darunterliegenden „Werkstatt“ kann man beim Gießen von Tafeln oder Osterhasen zusehen und selbst eine kreative Tafel herstellen. An 20 Degustierboxen kommt man den verschieden starken Kakaogehalten auf den Geschmack. Unten in der „Manufaktur“ werden schließlich die Pralinen und gefüllten Schokoladen produziert. Die Schokoladenwelt beschränkt sich nicht auf die Produktion dunkler Single-Origin-Tafeln (Grand Cru), sondern bringt auch eine mit Früchten und teils exotischen Zutaten veredelte („belegte“) Linie hervor und als breiteste Reihe eben diese gefüllten Sorten mit teils extravaganten Kombinationen wie Bergkäse & Calvados oder Absinth & Hanf. Dass auch für Pralinen ausschließlich Bean-to-Bar-Schokolade verwendet wird, ist gemäß Gunther und Sohn Philipp Fenkart sehr selten. Ihnen zufolge sei ihr ganzer Betrieb in dieser familiären Dimension mindestens in Österreich einzigartig. Immerhin ist die Fenkart-Schokolade landesweit bei rund 70 Wiederverkäufern zu finden.

www.schokoladengenuss.at

Xocolat, Bregenz

Diese Manufaktur ist eigentlich eine Wiener Erfindung mit einem halben Dutzend Filialen im ganzen Land. Die Bregenzer Ladenchefin Martina Homann-Dellantonio wirkte fünf Jahre in der Zentrale, bevor sie zurück in die Heimat kam und 2016 in Bregenz ein Franchise-Geschäft auf eigene Rechnung eröffnete. Im alten Fachwerkbau in der Kirchstraße hat sie ein ideales Domizil gefunden, etwas abseits vom Touristenrummel, aber doch in der Fußgängerzone. Die Produktion befindet sich aus Platzgründen seit zwei Jahren nicht mehr im selben Gebäude. Seither kann stets das gesamte Haussortiment angeboten werden: bis zu 80 Sorten Pralinen, darunter Festivaleditionen wie zuletzt zum Thema Freischütz (etwa eine Karamell-Praline mit geräucherter Salz und Schinken als Deko). Dazu ein ebenfalls enormes Sortiment an Tafeln: selbst produzierte, sogar mit lokalen Zutaten wie Kaffee aus Dornbirn oder Bier aus Bregenz, einiges aus der Xocolat-Zentralmanufaktur und schließlich ein ganzes Regal mit Premiumschokoladen führender Single-Origin-Hersteller aus halb Europa. In den Herbst- und Wintermonaten erfreuen sich die Xoco-Workshops und Tastings mit Spirituosen großer Nachfrage.

www.xocolat-bregenz.at

Makri, Wangen

Understatement pur: In einigen wenigen Räumen des unscheinbaren Allgäuer Gewerbestraßens nördlich von Wangen verbirgt sich der Geschäftssitz von Makri. Die auf zuckerfreie Schokolade spezialisierte Marke ist in Bioläden und Reformhäusern ziemlich groß im Geschäft – mit über 1300 Verkaufsstellen in Deutschland, 100 in Österreich und den ersten in der Schweiz. Produziert wird diese „Diätschokolade“ größtenteils von einem führenden Biohersteller in Osnabrück; neuerdings können jedoch saisonale Hohlkörperprodukte wie Osterhasen und Weihnachtsmänner am Firmenstandort hergestellt werden. Statt Zucker werden Datteln aus Tunesien verwendet, der Kakao stammt aus Fairtrade- und biozertifiziertem Anbau in der Dominikanischen Republik. Die beiden Enderle-Brüder waren auf Datteln gestoßen, weil sie diesen Geschmack liebten, der aber in der Schokolade dezent im Hintergrund bleibt. Nachdem erste Versuche im elterlichen Backofen ziemlich missglückten, stießen sie für eine gewerbliche Herstellung auf gefriergetrocknetes Pulver. Die Süßung mit Datteln spricht offenbar eine große Klientel an, die raffinierten Zucker vermeiden will – auch wenn Datteln aus je 50 Prozent Fructose und Glucose bestehen und bei den fünf ver-



Makri: Manuel Enderle vor der neuen In-House-Tafelproduktion



Weber & Weiss: Der neue Schokoladensommelier Benedict Weiss in gebührender Pose

schiedenen Sorten durchschnittlich etwa ein Drittel der Schokolade ausmachen. Der Firmenname ist übrigens einfach aus den Vornamen der beiden Gründer abgeleitet: Manuel und Christian. www.makri-schokolade.de

Weber & Weiss, Friedrichshafen

In Friedrichshafen befindet sich seit bald 100 Jahren eine der großen Traditionsconfisereien am See: Weber & Weiss wurde 1932 gegründet. Seit Jahren steht sie ganz oben im Ran-

king von Feinschmeckerplattformen, und als einziger deutscher Betrieb gehört sie der Chaîne Confiseur (chocolat.ch) an, dem exklusiven Schweizer Erfahrungsring von Confisereuren. Seit 2022 weht hier zunehmend ein frischer Wind: Mit Benedict Weiss, dem ersten Schokoladensommelier im Bodenseeraum, steht in vierter Generation ein neuer Chef an der Front. Er ist sehr offen für neue Strömungen wie Nachhaltigkeit und Bean-to-Bar. Statt auf ein Label wie Fairtrade vertraut er auf Direktkontakte: Für die Single-Origin-Tafelschokolade bezieht er seine Bohnen unter anderem über die

SÜSSE GRÜSSE vom Bodensee!

{ Die original Bodensee Felchen
aus feiner Schokolade sind die
Geschenkeidee aus der Region. }



Jetzt scannen
& mehr erfahren

WWW.SCHOKOFELCHEN.DE



Schokoladenmanufaktur: Carlo und Gerlinde Fadda produzieren ganz alleine ein riesiges Schokoladensortiment.



Verneris Pugzlys in seinem litauisch-wienerisch-schwäbischen Schokoparadies

Schweizer Manufaktur Choba Choba, die sich im Besitz peruanischer Kakaobauern befindet. Im Herbst lancierte er eine neue Tafelserie in puristischer Aufmachung; handwerkliche Herkunft, klare Information und eine ästhetische Verpackung stehen im Fokus – ganz dem Bean-to-Bar-Stil entsprechend, aber mit eigener Handschrift.

www.weber-weiss.de

Schokoladenmanufaktur, Ravensburg

Der Name ist Programm: Carlo und Gerlinde Fadda wollen sich damit abheben von den erstaunlich vielen Confisereien in Ravensburg. Sie sind seit 2014 im Städtle, nachdem sie sich zuvor schon auf der Ostalb ein Jahrzehnt lang auf Eis spezialisiert hatten. Carlo hat als Italiener, pardon, Sarde, das Eismachen im Blut. Allerdings hat Gerlinde vor bald 20 Jahren das Zepter übernommen – all die verrückten Eissorten entspringen ihrer Kreativität. Über die edle Kuvertüre von Valrhona fürs Schokoeis haben die Faddas zur Schokolade gefunden, die ideale saisonale Ergänzung. Wie beim Eis lassen sie auch bei der Schokolade der Kreativität freien Lauf: Da finden sich exotische Sorten wie Orangen-Nelke, Minze-Thymian, Waldfrucht-Lavendel oder Zabaione – bis zu 70 Varianten von Bruch- oder Frischschokolade liegen aus; Gerlinde Fadda

spricht nicht zu Unrecht vom „Läderach Ravensburgs“. Carlo meint, dass diese Auswahl im ganzen Schwabenland einzigartig sei. Und das Unglaubliche: Alles wird nur zu zweit hergestellt, ganz ohne Personal. Deshalb ist die Manufaktur erst ab Mittag offen, morgens wird produziert.

www.schokoladenmanufaktur-ravensburg.de

Six Sinne, Überlingen

Diese Adresse fällt in dieser Reportage ganz aus dem Rahmen: Hier wird nämlich keine Schokolade gefertigt, sondern „nur“ verkauft. Aber in einer Auswahl, die wohl ihresgleichen sucht – rund 900 Varietäten von über 90 Marken! Die eigenartigen, vorwiegend mit Getränkenamen eines Cafés überklebten Schaufenster lassen überhaupt noch nichts vom Schokoparadies im Innern erahnen, und auch der Name ist recht gewöhnungsbedürftig: Six Sinne. Er ist wohl damit zu erklären, dass die Betreiber Regina und Verneris Pugzlys aus einem anderen Kulturkreis stammen, aus Litauen. Wer den Laden betritt, wähnt sich zunächst in einem gediegenen Wiener Kaffeehaus, mit Torten- und Pralinentheke von Weber & Weiss. Doch beim nächsten Schritt könnte es einem schwindlig werden vor lauter prall gefüllter Schokoladenregale rundum. Das ist wahrlich ein Stelldichein der gesamten Nasch-



Rainer Troy bietet im Theatercafé in Bregenz eine große Tafelauswahl an.



Bei Maurisch in Meersburg gibt es eine enorme Auswahl an Tafeln und Konfekt aus Edelkakao.

welt: Schokolade mit Lakritz aus Island, mit Andenrosen aus Ecuador, mit Rumpfällung aus Jamaika, mit Chili aus Indonesien oder Manukahonig aus Neuseeland. Ein ganzes Regal ist mit zuckerarmen bis zuckerfreien Sorten gefüllt. Das Einzugsgebiet des Überlingersees reicht nicht ganz für den nötigen Absatz – etwa ein Viertel wird online in die halbe Welt versandt, auch wenn die Homepage ebenso erschlagend ist wie die Auswahl im Laden.

www.sixsinne.de

Und noch etliche weitere Produzenten ...

Im Einzugsgebiet der Seezunge sind auch zwei bekannte Marken ansässig, welche die Schokolade aber nur als Zutat verwenden: **Gottlieb Hüppen** am Bodensee und die Schokowaffel **KägiFret** im Toggenburg. Gleich mehrere regionale Spezialitätenhersteller sind im Stadt-Hof-Laden Regioherz in St.Gallen vertreten, etwa **Angelika's Herzmanufaktur** in Frauenfeld (Schokolade mit Thurgauer Apfelstückchen) oder **Molkentruffes** in Appenzell



(Pralinen aus Ziegenmolke). Im ZunftHaus Appenzell, einer inspirierenden Gemeinschaft aus Künstlern und Handwerkerinnen, produziert Hanna Karthaus unter ihrem Label **Pustekuchen** Schokoladenspezialitäten. Handgemachte Tafeln in exotischen Varianten produzieren die **Chocolaterie Kölbener Arbon** und Chocolatier Rainer Troy in seinem **Theatercafé** in Bregenz.

Werbefachmann Christian Neusch in Ravensburg hat vor fünf Jahren die **Schokofelchen** als emblematisches Bodensee-Mitbringsel kreiert. Die Lebensmitteltechnologin Miriam El Harchi bietet seit 2022 in ihrem Laden **Maurisch** in Meersburg eine riesige Auswahl selbst produzierter Schokolade an, die eigentlich

Bean-to-Bar entspricht, doch sie betont lieber den Edelkakao als Rohstoff (wie die Schokofelchen bei mehreren Wiederverkäufern erhältlich). Bleiben noch die Confiterien mit alteingesessener Pralinenproduktion oder Filialen

von traditionsreichen Chocolatiers wie **Roggwiler** und **Sprüngli** in St.Gallen oder **Gmeiner** in Konstanz.



Die Schokofelchen als adrett aufgemachtes Bodensee-Mitbringsel

Schokolade mit Kultur

Jeweils im Herbst findet im Kulturmuseum St.Gallen das internationale Bean-to-Bar-Schokolade-Festival statt – ein Hochgenuss für Gaumen und Geist. Mindestens ein halbes Dutzend ausstellende Produzentinnen und Produzenten geben Einblick in die Kunst der handwerklichen Schokoladenherstellung. Sie liefern kompetente Ersthandinformationen aus der Welt des Kakaos und der Schokolade, vom Anbau bis zum fertigen Produkt. Geführte Verkostungen bieten Gelegenheit, sich von nicht alltäglichen Kombinationen überraschen zu lassen. Das Bean-to-Bar-Festival will mehr sein als ein süßes Wochenende – es ist ein Appell an die Sinne und ans Bewusstsein. „Schokolade ist ein Genussmittel, aber auch Kulturgut und Spiegel unserer Gesellschaft“, sagt Peter Fux, Direktor des Kulturmuseums.



Das Schokolade-Festival in St.Gallen gibt Einblick in die Kunst der handwerklichen Schokoladenherstellung ...