



...onditionen können in einem Labor des Schweizer Konzerns Barry Callebaut eigene Sorten entwerfen – ein Münchner Pralinenmacher erfreut damit viele Kunde

Von Silvia Liebrich

Julian/München – Selbst einem Mäser-Chocolatier wie Philippe Bertrand kann etwas dazubringen. Es reicht an-ebannt in der Schokolade des Schokoladors, das in einer Granderzevilla in der Nähe von Paris untergebracht ist. Die Schokoladennischung, die er eigent-lich nur kurz zum Schmelzen in die Mi-krrowelle stellen wollte, ist nicht mehr zu gebrauchen. In der Hecktik hat er die Zeit-lur falsch eingestellt. „Das kann mal pas-sieren“, stellt er ohne erkennbare Ge-nützung fest und wirt die Plastik-chaussel von weitem in die Spüle hinter-um. „Macht nichts, nächsten Versuch.“

Bertrand ist einer der bekanntesten Pa-ssierts Frankreichs, mit dem Klangvol-um Titel „Maitre Chocolatier de France“ – er nur den Besten seines Berufszweigs-ordnen hat. Die 41-Jährige weiß, was er seinen Ruf schuldig ist. Das macht schon sein Äußeres deutlich: Die-erfekt gestärkte Arbeitsuniform leuch-et im makielosen Weiß. Nur der Stehtra-ge ist blau-weiß-rot gestreift. In den-herben der französischen Tricolore.

Wenn der Franzose nicht gerade um-je Welt reist, etwa um zahlungskräftige-Kunden in Dubai mit goldbezogenen-Prägnen zu verwöhnen, vertritt er wie an-lesen Tag die Interessen von Barry Cal-lebaut. Der Schweizer Konzern ist etwe-er größten Schokoladenhersteller der Welt-und hierzulande mit der Marke Sarotti-raisent. Bertrand ist eine Art Botschaf-er des guten Geschmacks. Anspruchsvol-um Kunden des Herstellers soll er helfen, um eigene Schokolade mit individueller-geschmacksnote zu „designen“. Dazu ha-ben die Schweizer eigens ein Schocola-den-Laboratorium in Meulan eingerichtet. Das „Or-Noir Lab“ ist bislang das ein-ige seiner Art weltweit. Ein zweites soll-ennächst in den USA folgen.

Mit Or-Noir – wörtlich Übersetz-ung: schwarzes Gold – will der Schweizer Kon-

Schokolade für Liebhaber

zern vor allem seinen Umsatz im hoch-wertigen Bereich steigern. Das Geschick mit edler Schokolade boomt. Während der Umsatz mit Billig- und Standardwa-re europaweit in der gesunkenen Branche seit Jahren stagniert, zeigt die Trendkur-ve im Luxussegment steil nach oben. Bar-ry Callebaut kämpft auf diesem Gebiet mit Konkurrenten wie dem französi-schen Hersteller Valrhona um die Gunst der Edel-Chocolatiers.

Besonders gut verkauft sich seit eini-ger Jahren dunkle Schokolade – eine Mi-schung mit hohem Kakaoanteil, mit we-nig oder ganz ohne Milchzusatz. Die Ge-schmacksvielfalt in dieser Richtung ist mittlerweile kaum noch überschaubar. Liebhaber des zarten dunklen Schmelzes haben nicht nur eine reichhaltige Aus-wahl zwischen platinagen- und sortenrei-chen Kakaoansetzungen, beispielsweise aus Venezuela, der Dominikanischen Re-publik oder der Elfenbeinküste.

Mit Ziegenkäse und Thymian

Wild experimentiert wird auch mit Ge-würzen, Kräutern und anderen Zutaten. Schokolade mit Chili gehört längst zum Standardrepertoire jedes Edel-Herstel-lers. Noch ungewöhnlicher für vie-le Gaumen sind dagegen Zutaten wie Thymian, Meerrettich oder Ziegenkäse. Selbst Schokolade mit einem Kakaoan-teil von 100 Prozent findet dankbare Ab-nnehmer. Bertrand kann sich darüber nur wundern. „Das schmeckt einfach nur-erwachsen“, da ist kein Gramm Zucker mehr drin“, stellt er nüchtern fest.

Mit dem Schokoladenlabor Or Noir will Barry Callebaut vor allem experimentier-freudige Pralinenmacher, Konditoren und Stornelche ansprechen. Jahrelang haben Experten des Schweizer Konzerns an einem Computerverfahren getüftelt, das dabei helfen soll, die optimale Mi-schung zu finden. Das Konzept habe sich bewährt, sagt Henri Langemann, Chef des Or-Noir-Lab. Seit dem Start im Sep-

tember 2006 sei die Einrichtung ausge-bucht. „Profil brauchen in der Regel drei Stunden, bis sie die perfekte Mischung gefunden haben“, sagt Langemann.

Manchmal kann diese Prozedur aber auch länger dauern, wie im Fall von Son-ja Mäser-Luksch. Sie und ihr Mann Raif zählen zu den angesehensten Toron- und Pralinenmachern im Raum München. Im Sommer ist die Konditorenstern mit ei-ner Mitarbeiterin nach Paris gereist und hat im Schokoladenlabor ihre eigene Mi-schung zusammengestellt. Beinahe acht Stunden haben sie dafür gebraucht. Ein-reines Vergnügen sei das nicht unbedingt gewesen, sagt die 37-Jährige. „Man muss ständig probieren. Es reicht nicht, nur kleine Proben in den Mund zu stecken. Die Stücke müssen richtig groß sein, da-mit man das Schokoladige so richtig be-trauschmet.“

Um die Auswahl zu erleichtern, haben die Barry-Callebaut-Experten die mehr-als 1000 Aromakomponenten, aus denen Schokolade besteht, auf wenige Hauptge-schmacksrichtungen konzentriert. Unter-anderen sind das Kakaoohal, Süße, Fruchtigkeit, Biskaroma, Säuregehalt und Bittergeschmack. Darüber hinaus stehen sortenreine Schokoladen bester Qualität aus zehn verschiedenen Anbau-gebieten dieser Erde zur Auswahl. „Wir haben uns zuerst durch die Anbaugebie-te durchgearbeitet und dann überlegt, was wir mischen wollen“, erklärt Mäser-Luksch die Vorgehensweise.

Mit zehn Mischungen, darunter zwei Favoriten, trafen die zwei Pralinen schließ-lich die Heimreise an. Das letzte Wort in dieser heiklen Präge überließen sie Pri-merchef Raif Mäser. Die Entscheidung sei ihm einfacher gefallen als erwartet, sagt er. Er entschied sich bei einer Blind-verkostung für eine der Mischungen, die ohnehin in der engen Auswahl waren. Die genaue Rezeptur bleibt allerdings

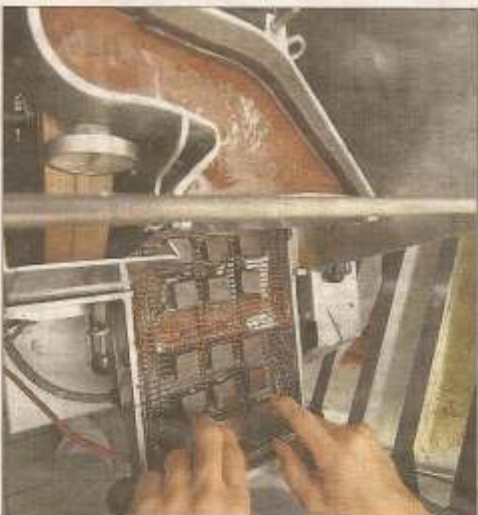
sein Geheimnis. Auf die Eigenke-heit seiner Firma einen Patentschutz für Jahre, für Mäser ist das alle-mehr eine Spielerei. „Nachprüfen-ich das schließt mich nicht.“

Von der halben Tonne ihrer e-Schokolade, die die Mäses bei Bar-lebaut als Mindestmenge ordern-ten, ist inzwischen ein großer Teil-betet. Kurz vor Weihnachten la-Produktion von Schokoladen-Nikolaus-anderen Leckereien auf Hochtopf-Eigenkreation dient zugleich als für diverse Pralinenarten mit-Hauch von Saffran-, Lavendel- od-er marini-Aroma. Gut können auch die-eben Schokoladeln an, sagt Mäser-Luksch hat seinen Preis. Eine Taf-ler-Milch kostet 6,95 Euro, also et-eben Maß so viel wie eine Tafel H-schokolade von Sarotti – ehemals-Produkt aus dem Hause Barry Cal-lebaut. Die Investitionen in die eigene Sch-herstellung hat sich nach Ansicht des I-tornmeisters gelohnt. Einige Mini-Banken verschreiben in diesem Ja-hrer-Schokolade zu Wohnkrediten. E-kurswagen, Hersteller Aston Mart-Präsenzkarten mit Pralinen für sein-den geordert. Was bei diesen E-ment unter dem Strich an Gewin-ten hängen bleibt, will Mäser aber für sich behalten. Das Finanzziel dieser Hinsicht eher zwatrsung-kommt es darauf an, ein besonders-düft anzubieten.“



Die Münchner Konditoren Mäser & Luksch verwenden für ihre Pralinen eine eigene Schokoladennischung. Mäser-Chocolatier Philippe Bertrand hilft Kunden, den richtigen Mix zu finden. Fotos: Rumpf, o.H.

Wer aus Geld zu sprechen kommt kommt auch in Meulan über auswe-de Antworten zu hören. Meister-Ch-tier Bertrand wischt entsprechend-igen rasen vom Tisch. Wer die pe-Schokolade kreieren wolle, für der-Geld keine Rolle spielen. Das sei es-lich nur in der billigen Massenpro-om ein entscheidendes Kriterium. Sie einen Ferrari kaufen wollen“, s-fragen Sie doch auch nicht nach-Preis.“



Im Londoner Stadtteil Vauxhall. Dort Tannebaum, oh Tannebaum.“