

Journal

DIE FASZINIERENDE WELT DER SCHOKOLADE

Anti-Aging
Schokolade

Seite 19

Eine Frage der
Qualität

Seite 35

Frauen
in der Welt
der Schokolade

Seite 36

Kakao –
ein Naturprodukt mit
Zukunft

Seite 5

BARRY  CALLEBAUT

Unsere Wertschöpfungskette ist – von den Kakaobauern bis zu den Schokoladenprodukten im Regal – viel zu komplex, als dass ein einzelner Akteur allein sie steuern könnte. Zudem sind die Aktivitäten der zahlreichen Beteiligten meist unkoordiniert und so breit angelegt, dass sie weniger effizient sind, als sie sein könnten.

Eine bessere Abstimmung der Akteure innerhalb der Lieferkette, einschliesslich der Bauernorganisationen und der Zertifizierungsstellen, ist deshalb ebenso unabdingbar wie ein effizienterer Wissenstransfer und -austausch. Mittelfristig wird dies über die Zukunft der Kakaolieferkette und den Erfolg aller Beteiligten entscheiden.

Eine der grössten Herausforderungen stellt sich gleich in den Herkunftsländern des Kakaos. Wenn wir sichergehen wollen, dass wir auch in Zukunft Kakao in höherer Quantität und Qualität beziehen können, um die wachsende weltweite Nachfrage nach Schokoladenprodukten zu decken, dann müssen wir die Lebensbedingungen der Kleinbauern in den Kakao-Anbauländern verbessern, die mit zu den ärmsten der Welt gehören.

Doch es warten weitere Herausforderungen auf uns: Der Kakaomarkt ist geprägt von Vorschriften und Gesetzen, der anhaltend hohen Volatilität von Rohstoffpreisen und Wechselkursen, politischer Unsicherheit in den Anbauregionen, der zunehmenden globalen Verflechtung der Märkte, internationalen Auflagen für Nahrungsmittelqualität und -sicherheit, kürzeren Innovationszyklen und – wiederum – einem anspruchsvollen Wirtschaftsumfeld.

Angesichts dieser Herausforderungen ist eines klar: Nur mit vereinten Kräften wird es uns gelingen, eine dauerhafte Wende zum Besseren herbeizuführen.

Die vorliegende Veröffentlichung ist all denen gewidmet, die bereit sind, sich gemeinsam mit der ganzen Leidenschaft für die faszinierende Kette von der Kakaobohne bis zu Schokoladenprodukten einzusetzen, die diese einzigartigen Erzeugnisse der Natur verdienen.

Wir wünschen Ihnen viel Vergnügen bei der Lektüre unseres Journals.

A black and white portrait of Jürgen Steinemann, CEO, smiling. He is wearing a dark suit jacket, a light-colored shirt, and a dark tie. The portrait is centered in the background of the quote.

«Nur gemeinsam
können wir
es schaffen!»

Jürgen Steinemann
CEO

Nachhaltige
Wertschöpfung

Entwicklung einer langfristigen Partnerschaft



Massimo Garavaglia, President Westeuropa und Mitglied des Executive Committee von Barry Callebaut

«Wir haben die gleichen Werte und Grundsätze wie unsere Partner. Dies ist ein wichtiger Ausgangspunkt für eine lange, gemeinsame Reise.»

von Raphael Wermuth

Ein Gespräch mit Massimo Garavaglia über das Geschäftsmodell von Barry Callebaut mit Kunden langfristige Outsourcing- und Partnerschaftsvereinbarungen abzuschliessen.

Herr Garavaglia, Sie waren an den meisten wichtigen, langfristigen Partnerschaftsvereinbarungen beteiligt, die Barry Callebaut jüngst abgeschlossen hat. Was sind die Hauptgründe, weshalb Nahrungsmittelhersteller eine langfristige Partnerschaft mit Barry Callebaut eingehen?

Wir können unseren Kunden ein attraktives Paket anbieten – von der Sicherstellung des notwendigen Kakaovolumens bis hin zur zeitgerechten Lieferung ihres Schokoladenbedarfs in der erforderlichen hohen Qualität am gewünschten Ort. Unsere langfristigen Partner schätzen es auch, Zugang zu unserer Innovationspipeline zu haben. Zudem können sich viele von ihnen dank der Partnerschaft mit Barry Callebaut stärker auf die Entwicklung ihrer Markenführungs- und Marketingaktivitäten konzentrieren.

Was sind die wichtigsten Hürden bei Verhandlungen mit Kunden über eine mögliche längerfristige Geschäftsbeziehung mit Barry Callebaut?

Eine Vereinbarung über eine langfristige Geschäftsbeziehung geht man nicht ohne reife Überlegung ein. Der Verhandlungsprozess dauert Monate, mitunter sogar Jahre. Denn die Auslagerung eines Produktionsprozesses an einen Dritten bedingt ein hohes Mass an gegenseitigem Vertrauen.

Wie überzeugen Sie einen Kunden davon, ein langfristiger Partner von Barry Callebaut zu werden?

Das überzeugendste Argument ist die Art, wie Barry Callebaut seine Geschäfte führt: Wir haben die gleichen Werte und Grundsätze wie unsere Partner. Dies ist ein wichtiger Ausgangspunkt für eine lange, gemeinsame Reise. Ein schlagendes Argument ist auch unsere ausgewogene geografische Präsenz mit einer starken Vertretung in den aufstrebenden Märkten: So sind wir stets in

der Nähe, wo auch immer unsere Hilfe gebraucht wird. Und dank unseren Nachhaltigkeitsprogrammen unterstützen wir unsere Geschäftspartner massgeblich dabei, den Erwartungen ihrer Kunden und Endverbraucher gerecht zu werden. Darüber hinaus garantieren wir Nahrungsmittelsicherheit sowie höchste Produktionsstandards.

Was macht das Geschäftsmodell für Barry Callebaut attraktiv?

Barry Callebaut hat sich voll und ganz dem Kakao- und Schokoladengeschäft verschrieben. Als spezialisiertes Unternehmen haben wir die Möglichkeit, bei den Produktionskosten und der Forschung & Entwicklung erhebliche Skaleneffekte zu erzielen, was für den Erhalt unserer Führungsposition wichtig ist. Als Kostenführer sind wir zudem in der Lage, unseren Kunden Produkte zu kompetitiven Preisen anzubieten. Und als Innovationsführer versorgen wir sie schon heute mit der Schokolade der Zukunft. •

Am 9. September 2010 schloss Barry Callebaut einen langfristigen globalen Rahmenproduktvertrag mit Kraft Foods Inc. ab und wurde damit weltweit der Hauptlieferant für Kakaoprodukte und Industrieschokolade des zweitgrössten Nahrungsmittelherstellers.

Was war für Kraft der wichtigste Beweggrund, eine langfristige Partnerschaft mit Barry Callebaut einzugehen?

«Unsere Vereinbarung ist ein gutes Beispiel dafür, dass strategische Beziehungen zu Schlüssellieferanten Mehrwert schaffen. Sie setzt unsere Grösse wirksam ein, senkt die Kosten und sorgt gleichzeitig für hohe Produktqualität.»

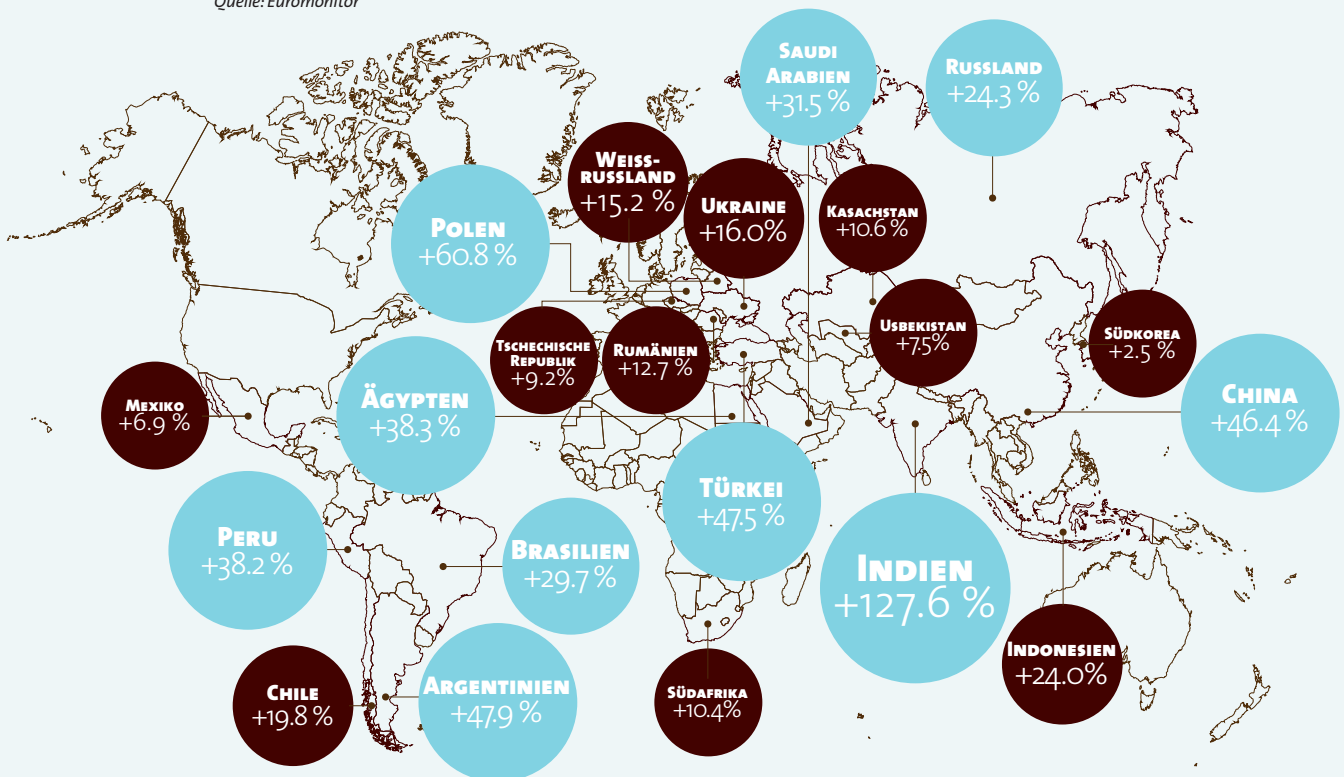
Kraft Foods Inc.

BRIC
bleibt Basis

Aber wo sind die Schokoladenmärkte der Zukunft?

von Jörn Wagenbach

Erwartetes Wachstum
des Schokoladenkonsums bis 2015
Quelle: Euromonitor



Weshalb beträgt der Schokoladenkonsum in Ländern wie der Schweiz oder Deutschland bis zu 13 Kilogramm pro Jahr, während er in anderen Ländern im Durchschnitt bei nur wenigen Gramm liegt? Ist es das Klima? Die Tradition? Die geopolitische Lage? Liegt es an den Handelswegen? Dem Ernährungsverhalten? Oder sind demografische Faktoren wie die Grösse und das Einkommen der jeweiligen Mittelklasse dafür verantwortlich?

Tatsächlich ist es eine Mischung aus all diesen Faktoren. In Brasilien, Russland, Indien und China (BRIC) beispielsweise erhöhte sich der Schokoladenkonsum in den letzten Jahren rasch. Für die Zukunft lohnt sich ein Blick auf die sogenannten Next11-Länder: Diese sollen wie die BRIC-Staaten das Potenzial haben, sich zu den am schnellsten wachsenden Volkswirtschaften des 21. Jahrhunderts zu entwickeln.

Fünf davon – die Türkei, Mexiko, Indonesien, Ägypten und Südkorea – stehen bereits auf unserer Liste der wichtigsten aufstrebenden Schokoladenmärkte, die überraschenderweise auch Namen wie Polen, Argentinien und die Ukraine umfasst. •

Conchieren und die CO₂-Bilanz verbessern – geht das?

Technologischer Fortschritt kommt dem Schokoladengenuss und der Umwelt zugute

Jörn Wagenbach, Head Corporate Communications & CSR, und Alessia Baccalà, Praktikantin in der Unternehmenskommunikation von Barry Callebaut, sprachen mit Dirk Poelman, Chief Operations Officer.

Barry Callebaut verfügt über ein eigenes Team für die Entwicklung neuer Produktionsverfahren. Wie ist dieses Team aufgebaut und was genau ist seine Aufgabe?

Unser Team für Prozess- und Technologieentwicklung besteht aus 15 Mitarbeitenden. Sieben davon sind auf die Regionen verteilt, wo sie die Produktion unterstützen und die Einführung von Best Practices leiten. Die übrigen acht arbeiten in unseren Kompetenzzentren für Kakao in Louviers, Frankreich, und für Schokolade in Wieze, Belgien. Ihre Hauptaufgabe ist es, neue Produktionsverfahren zu entwickeln. Unser Ziel ist es, die Produktion vorhandener Anlagen und Produktionslinien zu steigern. Damit wollen wir sowohl die Investitionskosten wie die Betriebskosten pro Tonne für

bestehende und neue Anlagen senken. Das Team arbeitet dabei eng mit unseren Fachingenieuren zusammen.

Ein weiterer Schwerpunkt besteht darin, im Einklang mit unseren Zielen der sozialen unternehmerischen Verantwortung unseren Energieverbrauch pro Tonne zu senken.

Ein geringerer Energieverbrauch bedeutet eine bessere CO₂-Bilanz. Würden Sie uns dafür einige Beispiele nennen?

Sicher, davon gibt es eine Menge. Nehmen wir die Installation der neuen Bohnenbrechanlagen. Mit dem Wegfall des Micronizers, der die Bohnen vorheizte, reduziert sich der Energieverbrauch beim Rösten um 20 bis 25 Prozent pro Tonne. Und weniger Ausrüstung bedeutet wiederum weniger Wartungsbedarf.

Ein anderes Beispiel sind die Hochgeschwindigkeits-Schokoladenwalzmaschinen. Während das Conchieren Geschmack, Geruch und Textur der Schokolade beeinflusst, dient das Walzen dem Zerkleinern der Zutaten. Durch die Justierung unserer Walzen kön-

Reduktion des Energieverbrauchs von

35%

nen wir den Prozess beschleunigen und damit die Produktion pro Maschine um über 30% steigern, ohne die Partikelgröße zu verändern. Durch das neue Vorgehen wird der Walzprozess verkürzt und der Energieverbrauch pro Tonne gesenkt.

Sie haben das Conchieren erwähnt – gibt es auch hier neue Entwicklungen?

Danke für die Frage. Ja, wir haben einen neuen, kontinuierlichen Conchierprozess entwickelt, der einen grossen Vorzug aufweist. Er erlaubt uns, bei gleicher Produktqualität den Durchsatz zu verdreifachen. Wir haben Verbesserungen des herkömmlichen Conchierungsprozesses getestet und an verschiedenen Standorten eingeführt. Dabei haben wir überwiegend auf zwei Gebieten Fortschritte erzielt: Zum

einen konnten wir den Energieverbrauch pro Tonne um 35% reduzieren, zum anderen die Prozesseffizienz verbessern, indem wir die Luftzirkulation im Gerät optimiert haben. Dadurch wurde der Prozess verkürzt und die Ergiebigkeit der verwendeten Kakaobutter verbessert. Die Technologie basiert auf Standardgeräten, die wir intern überarbeitet haben. Derzeit sind wir daran, die Effizienz dieses kontinuierlichen Conchierens noch weiter zu steigern. Aber was für andere Schokoladenhersteller gilt, gilt auch für uns: Wenn es um die Details des Conchierens und erfolgreiche Neuerungen geht, können wir bei aller Offenheit plötzlich sehr verschwiegen sein... •

Mit rund 40 Produktionsstätten in aller Welt, die für die ganze Bandbreite anspruchsvoller Kunden vom Industriehersteller bis zum Chocolatier Kakao verarbeiten und Schokolade produzieren, muss Barry Callebaut seine Prozesse und Technologien permanent weiterentwickeln und verbessern.



Kakao – ein Naturprodukt mit Zukunft

*Nachhaltiger Kakaoanbau
liegt uns am Herzen*

von Marina K. Morari

Weltweit nimmt die Nachfrage nach Schokoladenprodukten zu – vor allem in Asien, Osteuropa, Nord- und Südamerika. Die Kakao-Produktion hingegen geht seit Jahren zurück. Doch wie lässt sich dieser Rückgang aufhalten? Wie kann die Kakao-Produktion in Westafrika – wo rund 70% des weltweiten Kakaos angebaut werden – neu belebt werden? Marina K. Morari, Manager Corporate Social Responsibility bei Barry Callebaut, sprach mit Steven Retzlaff, President Globale Beschaffung & Kakao, über die Strategie von Barry Callebaut zur Förderung einer nachhaltigen Kakaowirtschaft, deren langfristige positive Wirkung auf die Bauern und ihre Gemeinschaften und den Grundsatz, dass jegliches Engagement bei den Bauern ansetzen muss.

Mit wenigen Ausnahmen entwickelt sich die Kakaoproduktion entweder leicht positiv oder sie bricht dramatisch ein. Auf die Gefahr hin, Hamsterkäufe von Schokoladenprodukten auszulösen, möchte ich mit der ganz grossen Frage anfangen: Geht uns der Kakao aus?

Der Kakao geht uns so schnell nicht aus, aber wir müssen die weltweiten Produktionszahlen ernst nehmen. Wir müssen vor allem besser verstehen, was es mit den Produktivitätseinbussen auf sich hat – vor allem in der Elfenbeinküste. Und wir müssen, wo möglich, die erforderlichen Schritte vornehmen, um den Trend umzukehren. Die Erfahrung zeigt, dass wir an bewährten Massnahmen wie Schulungen für Bauern und Unterstützung für ihre Organisationen festhalten sollten, gleichzeitig aber in gezielte Forschung investieren müssen, die dazu beitragen kann, die Lebensbedingungen der Bauern zu verbessern.

Inwiefern unterscheidet sich Barry Callebaut von anderen Unternehmen in der Branche, die bei der Kakaobelieferung vor demselben Problem stehen?

Die Hauptzutat von Schokolade ist nun einmal Kakao – nicht Zucker, Milchpulver oder Aromen. Kakao ist das, was Schokolade besonders macht. Unser gesamtes Geschäft dreht sich um Kakao und Schokolade. Kakao ist der für uns alles entscheidende Rohstoff. Ohne Kakao keine Schokolade, ohne Schokolade kein Geschäft. Daher ist es keine Frage, ob,

sondern wie wir dafür sorgen, dass unsere Versorgung mit Kakao auch morgen und in Zukunft sichergestellt ist.

Andere Pflanzen, wie Gummi, sind nicht nur stark gefragt, sondern auch leichter anzubauen als Kakao. Hat der Kakaoanbau für Kleinbauern noch Zukunft?

Der Kakaoanbau ist für Kleinbauern eine hervorragende Wahl! Er eröffnet einen Weg aus der Armut und hilft, die Lebensbedingungen zu verbessern. Die Startvoraussetzungen sind leicht zu erreichen und der Anbau lässt sich weder leicht mechanisieren noch industrialisieren. Ich denke, jeder, der bereit ist, ausreichend Energie in die Steigerung der Produktivität zu stecken, kann mit dem Anbau von Kakao Erfolg haben.

Ein Schwerpunkt der Nachhaltigkeitsbemühungen von Barry Callebaut ist die Schulung der Bauern – dabei bauen viele Bauern Kakao seit Jahren an. Weshalb braucht es noch Schulungen?

Wie in vielen landwirtschaftlichen Gemeinschaften lernen die meisten Bauern den Kakaoanbau von ihren Eltern, Grosseltern oder anderen Angehörigen. Unsere grösste Herausforderung besteht nicht darin, den Bauern zu sagen, was sie tun sollen, sondern sie davon zu überzeugen, ihr Wissen auch umzusetzen. Dieser Ansatz steht in direktem Zusammenhang mit unserem Grundsatz, dass jegliches Engagement bei den Bauern ansetzen muss. Wie

motivieren wir die Bauern, morgens, wenn sie aufwachen, zu beschliessen, ihre Energie in den Kakaoanbau zu investieren und nicht in etwas anderes? Wir würden die Bauern gerne zu mehr Eigeninitiative anregen, um die Produktivität ihrer Pflanzungen zu steigern. Zudem mögen die Bauern Erfahrung haben mit guten Anbaumethoden – Erfahrung mit drängenden Problemen wie geringer Bodenfruchtbarkeit, Erosion, Schädlingsbefall und verheerenden Pflanzenkrankheiten haben sie aber meist nicht. Deshalb ist es wichtig, dass wir die Bauern in kleinen Gruppen mit Fachleuten zusammenbringen, die mit ihnen über diese Probleme und entsprechende Abhilfemassnahmen reden. Schulungen vor Ort bieten auch die Gelegenheit, das Bewusstsein für das Problem der Kinderarbeit und die Notwendigkeit des Schulbesuchs zu schärfen. Und wir vermitteln den Bauern einfache Geschäftsgrundlagen, damit sie ihre Pflanzung profitorientiert führen können. Damit dürfte es für junge Menschen reizvoller werden, sich für Kakaoanbau zu entscheiden.

Selbst wenn die Bauern wissen, wie man Kakao richtig anbaut, kann ihnen wegen der geringen wirtschaftlichen Anreize die Motivation fehlen. Was unternimmt Barry Callebaut dagegen?

Im Rahmen der «Farmer Field Schools», die wir mit den Kooperativen unseres «Partenaire de Qualité»-Programms in der Elfenbeinküste durch-



Barry Callebaut und seine Strategie für eine nachhaltige Kakaowirtschaft

Die Kakaobauern befähigen, ihre Einkünfte zu steigern und die Lebensbedingungen ihrer Familien zu verbessern

Ohne Kakao gibt es keine Schokolade. Umso wichtiger ist es, sicherzustellen, dass wir auch künftig mit ausreichend Kakao beliefert werden. Wir arbeiten deshalb mit Kakaobauern zusammen, damit sie höhere und qualitativ bessere Ernteerträge erzielen und die Lebensbedingungen ihrer Familien verbessern können. Die Bauern steigern so ihre Einkommen und Barry Callebaut sichert sich die erforderlichen Mengen hochwertigen, verantwortungsbewusst angebauten Kakao, um der wachsenden Nachfrage nach Schokolade gerecht zu werden.



«Partenaire de Qualité»-Programm

Barry Callebaut gründete 2005 das «Partenaire de Qualité»-Programm (QPP) für Kakaobauernkooperativen in der Elfenbeinküste. Im Mittelpunkt steht dabei die Verbesserung der Pflanzungen, des Kakao sowie der Lebensqualität der Kakaobauern und ihrer Familien. Die Ziele sind:

- Steigerung der Einkommen der Bauern durch besseren Marktzugang und Schulungen, die ihnen helfen, Menge und Qualität der geernteten Bohnen zu verbessern
- Unterstützung der Kooperativen bei der Zusammenarbeit mit den Bauern durch die Bereitstellung von Fortbildungsmassnahmen und finanzieller Unterstützung
- Steigerung der Produktivität der Pflanzungen und ihrer Einnahmen durch die Bereitstellung von neuen Technologien und Forschungsergebnissen wie besserem Pflanzenmaterial und Nachernte-Verarbeitungsmethoden.

2010 wurde das «Partenaire de Qualité»-Programm in Kamerun eingeführt. Kamerun ist viertgrösster Kakaoproduzent und die Herausforderungen sind ähnlich wie in der Elfenbeinküste, womit das neue Programm auf den bisherigen Erfahrungen aufbauen kann. Schwerpunkt ist auch hier die Verbesserung der Qualität.



Biolands

Biolands arbeitet seit über zehn Jahren mit Kakaobauern in der Region Mbeya in Tansania, um qualitativ hochwertigen, vollständig rückverfolgbaren zertifizierten Bio-Kakao zu erzeugen. Mittlerweile beteiligen sich über 20,000 Bauern an dem Programm. Eine GPS-Tracking-Anwendung stellt sicher, dass jeder Sack Kakao bis zum Produzenten zurückverfolgt werden kann. Biolands bietet den angeschlossenen Bauern Schulungen, technischen Rat, Setzlinge und Zubehör für den Baumschnitt und hat die Pflanzung von über einer Millionen Kakaopflanzen und Schattenbäumen gesponsert. Barry Callebaut ist seit 2008 zu 49% an Biolands beteiligt und hat, angesichts des Erfolgs in Tansania, die Ausweitung dieses auf Kleinbauern ausgerichteten Geschäftsmodells auf Westafrika unterstützt. Mittlerweile haben sich den 2008 in Sierra Leone und 2009 in der Elfenbeinküste gegründeten neuen Unternehmen über 50,000 Bauern angeschlossen.

führen, betonen wir immer wieder, wie wichtig gute Anbaumethoden und einwandfreie Nachernte-Verfahren sind. Wir versuchen, die Produktivität der Pflanzungen von durchschnittlich 400 kg/ha auf 800 kg/ha zu steigern, indem wir sogenannte «Yield Enhancement Services», kurz YES, einführen. Gleichzeitig arbeiten wir daran, wieder wirtschaftliche Anreize zu schaffen. Liefert ein Bauer seiner QPP-Kooperative hochwertige Qualität – d.h. Kakao, der sauber fermentiert, gut getrocknet und frei von Fremdstoffen ist – so bekommt er dafür mehr Geld. Ein anderes Beispiel ist Biolands in Tansania. Biolands arbeitet mit einem auf Kleinbauern ausgerichteten Geschäftsmodell, das auf gegenseitigem Respekt und Vertrauen basiert. Die Bauern erklären sich damit einverstanden, biologisch angebauten Kakao zu liefern und Biolands garantiert ihnen dafür faire und transparente Preise und ein genaues Verwiegen. Das sind Bedingungen, die in landwirtschaftlichen Gemeinschaften keineswegs immer selbstverständlich waren.

Viele Entwicklungsprogramme legen heute grossen Wert auf Geschlechterfragen. Welche Rolle spielen Frauen im Kakaoanbau und wie werden sie von Barry Callebaut in die Nachhaltigkeitsaktivitäten einbezogen?

Viele Frauen arbeiten nicht nur auf den familieneigenen Pflanzungen, sondern auch als Kleinunternehmerinnen,

um das Familieneinkommen aufzustocken. Zudem war es in den landwirtschaftlichen Gemeinschaften schon immer Aufgabe der Frauen, für die Gesundheit und Schulbildung der Kinder zu sorgen. Wir achten daher verstärkt darauf, dass wir die Frauen in unsere Nachhaltigkeitsinitiativen einbeziehen. Ich bin überzeugt davon, dass sie massgeblich zum Wandel und zu einem Umdenken beitragen werden, insbesondere da sie verstärkt Zugang zu neuen Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten erhalten.

Barry Callebaut hat für seine Mitarbeitenden die sechste globale «Winning Together»-Initiative gestartet. Schwerpunkt ist diesmal Kamerun. Inwiefern unterstützt diese Initiative die Nachhaltigkeitsstrategie von Barry Callebaut?

Ziel der «Winning Together»-Initiativen ist es, wie der Name schon sagt, die Mitarbeitenden unter einem gemeinsamen Thema zu einen. Die Initiativen stehen im Zusammenhang mit CSR-Projekten für die Kakao anbauenden Gemeinschaften. Damit haben alle Mitarbeitenden weltweit – unabhängig von Verantwortungsebene und Funktion – die Gelegenheit, etwas über Kakao zu lernen: seinen Anbau, die Bauern und was wir tun, um ihre Lebensbedingungen zu verbessern. Und je mehr sie über Kakao wissen, desto besser. Schliesslich basiert darauf unser Geschäft. •



Callebaut® 100 Jahre «Feinste belgische Schokolade»

von Raphael Wermuth



Callebaut wurde 1850 von Eugenius Callebaut in Wieze, im Herzen Bel-

giens, als Brauerei gegründet. 1911 stellte Callebaut erstmals Schokoladenriegel und 1925 Schokoladenkuvertüren her. Callebaut gehört zu den wenigen Schokoladenherstellern, die ihre Kakaobohnen noch immer selber auswählen, rösten und mahlen. Zudem ist



Callebaut®, Finest Belgian Chocolate, die einzige Marke, deren Schokoladenkuvertüren von der Verarbeitung der Kakaobohnen bis zur Schokolade

ausschliesslich in Belgien hergestellt werden. Mit den Jahren hat sich Callebaut® als bevorzugter Partner von Süswaren-, Patisserie-, Restaurant- und Catering-Spezialisten etabliert. Das breite Angebot von Callebaut® umfasst Füllungen, Dekorationen, Schokoladenmousse-Pulver, Saucen und Toppings, für die alle die Callebaut® Garantie für höchste und konsistente Qualität gilt. Heute zählt Callebaut®, Finest Belgian Chocolate, zu den zwei globalen Gourmetmarken von Barry Callebaut – eine stolze und angesehene Premium-Schokoladenmarke mit einer erfolgreichen 100-jährigen Geschichte.



Was macht Callebaut® für Sie so besonders?

Callebaut® bietet ein umfassendes Produktportfolio an. Egal, um welche Anwendung es geht: Auf die Callebaut® Produkte ist stets Verlass. Und es ist immer wieder ein Vergnügen, mit den Menschen zusammenzuarbeiten, die hinter der Marke Callebaut® stehen.

Warum haben Sie sich entschieden, Callebaut® Schokolade zu verwenden?

Im Wesentlichen aus zwei Gründen: Zum einen wegen der konsistent hohen Qualität aller Callebaut® Produkte. Zum anderen kommt es bei Callebaut® Schokolade nie zu Lieferengpässen. Für mich als Inhaber eines eigenen Geschäfts ist dies sehr wichtig, weil ich meine Kunden nicht enttäuschen darf.

Wie könnten wir Callebaut® Schokolade noch besser machen?

Meine Kunden fragen vermehrt Schokolade mit Bio-, Fairtrade- oder UTZ-Gütesiegel nach. Hätte ich einen Wunsch, dann den, dass Callebaut® noch mehr zertifizierte Schokoladen in sein aktuelles Sortiment aufnimmt.

ARTHUR TUYTEL

BESITZER VON ARTHUR TUYTEL CHOCOLATIER/PÂTISSIER

ALBLASSERDAM/NIEDERLANDE

Cacao Barry® Seit 1842 Partner von kreativen Schokoladen- künstlern

von Raphael Wermuth



Feinheit, dem überlegenen Geschmack und der optimalen Textur. Die französische Marke bietet ein breites Sortiment an hochwertigen Kakaoprodukten, Schokoladenglasuren, Füllungen, Dekorations- und geformten Produkten. 1996 fusionierte Cacao Barry® mit dem belgischen Unternehmen Callebaut. Seither gehört die Marke Cacao Barry® zu den zwei globalen Gourmetmarken von Barry Callebaut.



Zuerst verkaufte Charles Barry, ein innovativer Unternehmer und Schokoladenliebhaber, nur Tee und Kaffee.



Mit dem Ziel, eine Schokolade für echte Kenner zu kreieren, reiste er 1842 nach Afrika, um eine Auswahl der besten Bohnen zu treffen. Nachdem sich sein Unternehmen bereits seit vielen Jahren einen Namen in der lokalen Beschaffung und meisterhaften Verarbeitung von Kakao gemacht hatte, markierte die Eröffnung der ersten Produktionsstätten in Kamerun und der Elfenbeinküste in den 1920er-Jahren einen wichtigen Meilenstein. Um die gleiche Zeit baute die Familie Barry auch eine Fabrik im französischen Meulan, die noch heute zu den wichtigsten Produktionsstandorten von Cacao Barry® gehört. Chocolatiers, Confiseure, Bäckermeister und Patissiers auf der ganzen Welt wählen die Markenprodukte von Cacao Barry® aufgrund ihrer Eigenschaften wie der perfekten

Feinheit, dem überlegenen Geschmack und der optimalen Textur. Die französische Marke bietet ein breites Sortiment an hochwertigen Kakaoprodukten, Schokoladenglasuren, Füllungen, Dekorations- und geformten Produkten. 1996 fusionierte Cacao Barry® mit dem belgischen Unternehmen Callebaut. Seither gehört die Marke Cacao Barry® zu den zwei globalen Gourmetmarken von Barry Callebaut.



Was macht Cacao Barry® für Sie so besonders?

Cacao Barry® hat viele Stärken. Am besten gefällt mir, dass die Marke nach wie vor einen tadellosen Kundenservice bietet, dass sie innovative Produkte mit herkunftstreuer Schokolade entwickelt und dass sie Plattformen wie die World Chocolate Masters unterstützt.

Warum haben Sie sich entschieden, Cacao Barry® Schokolade zu verwenden?

Ein Grund war, dass ich die Möglichkeit haben wollte, unsere eigene Schokolade zu entwickeln. Ich bin Thierry Charrette, dem Kundenberater von Cacao Barry®, sehr dankbar für seine Unterstützung. Dank seinem Ohr für unsere Bedürfnisse und seiner Geduld konnten wir eine aussergewöhnliche Schokolade kreieren, die unsere Kunden ganz bestimmt begeistern wird!

Wie könnten wir Cacao Barry® Schokolade noch besser machen?

Am allermeisten sehe ich enormes Wachstums- und neues Kundenpotenzial für die Marke Cacao Barry® wenn es gelingt, den personalisierten Service des Or Noir Lab noch bekannter zu machen.

LAURENT JEANNIN

CHEF-PÂTISSIER

LE BRISTOL PARIS / FRANKREICH



Carma® Schweizer Premium- Qualität – seit 1931

von Raphael Wermuth

RAPHAEL UND
MATTHIAS BACHMANN

INHABER DER CONFISERIE BACHMANN

LUZERN / SCHWEIZ

Was macht Carma® für Sie so besonders?

Höchste Qualität ist heute Standard. Es sind die Menschen, die den Unterschied machen. Carma® tut viel für seine Kunden. Das schätzen wir sehr!

Warum haben Sie sich entschieden, Carma® Schokolade zu verwenden?

Als führende Zentralschweizer Confiserie wollen wir das beste Produkt verwenden und mit dem besten Partner zusammenarbeiten. Carma® und die Menschen dahinter unterstützen uns, unsere hochgesteckten Ziele zu erreichen.

Wie könnten wir Carma® Schokolade noch besser machen?

Wer aufgehört hat, besser zu werden, hat aufgehört, gut zu sein. Wir von der Confiserie Bachmann und das Carma®-Team haben beide diesen Ehrgeiz!



Carma® geht auf den Zürcher Carl Maentler zurück. Er gründete das Unternehmen 1931 mit dem Ziel, qualitativ hochwertige und gebrauchsfertige Produkte für Pâtisseries auf den Markt zu bringen. Seit 80 Jahren gilt Carma® als anerkannte Referenzmarke im Pâtisserie- und

Konfiserie-Sektor wie auch in der Schweizer Gastronomie und Hotellerie. Carma® ist mittlerweile Barry Callebauts Schweizer Gourmet-Schokoladenmarke, die von einer breiten Kundenbasis in der Schweiz wie auch auf internationalem Terrain sehr geschätzt wird.



Gut, besser, am besten

*Kontinuierliche Verbesserungen
als Basis für Kostenführerschaft*



Roderick Parayno
in den USA



Stephane Bizard
in Frankreich



Norimasa Kushida
in Japan

von Jörn Wagenbach

Was haben Roderick Parayno in den USA, Stephane Bizard in Frankreich und Norimasa Kushida in Japan gemeinsam? Sicher: Sie alle arbeiten für Barry Callebaut. Aber das ist noch nicht alles. Obwohl sie tausende Kilometer voneinander entfernt leben und arbeiten, haben sie ein gemeinsames Ziel, das sie gemeinsam angehen: eine Steigerung der Produktion ohne Ausbau der Kapazitäten. Das bisherige Ergebnis kann sich mit einem Anstieg zwischen 15% und 55% durchaus sehen lassen!

So weit kommt man vor allem durch koordinierte Planung und die Anpassung von Anlagen und Abläufen. Die wirkliche Stärke des Programms besteht jedoch darin, dass es die Mitarbeitenden und ihre Leidenschaft nach der

optimalen Lösung in den Mittelpunkt stellt. Roderick Parayno, Continuous Improvement Manager USA, erläutert: «Was wir hier eingeführt haben, ist einzigartig, weil es über ein reines Regelwerk weit hinausgeht. Das Programm verbessert die Abläufe strukturell und sorgt so dafür, dass sich die Mitarbeitenden gemeinsam engagieren, um nachhaltige Ergebnisse zu erzielen.»

Zu Beginn des Projekts wurden die Zuständigkeiten und Aufgaben innerhalb der einzelnen Standorte festgelegt und spezifische Leistungsindikatoren auf alle Ebenen heruntergebrochen. Die Mitarbeitenden wurden gezielt geschult, um Leistungsfragen analysieren und angehen zu können. Fazit: Die operativen Ergebnisse verbesserten sich

zusehends. Nun werden in allen Werken Produktionsstatistiken und Ursachen für Ineffizienzen veröffentlicht und erläutert. «Verbesserungsmassnahmen werden jetzt schneller kommuniziert und umgesetzt», so Stephane Bizard, Supply Chain, Louviers.

Rasch zeichneten sich in der Produktion und anderen Bereichen betriebliche Veränderungen ab. Doch auch in kultureller Hinsicht und im Verhalten der Mitarbeitenden fand dank Schulungen und Coachings ein grundlegender Wandel statt. Norimasa Kushida, Production Manager in Tsukaguchi, bringt die Veränderungen auf den Punkt: «Unser Programm zur kontinuierlichen Verbesserung hat die abteilungsübergreifende Kommunikation zwischen Produktion, Supply Chain,

Qualitätssicherung und Wartung verbessert und ist zu einer Plattform geworden, über die wir uns austauschen und uns neue Verbesserungsziele setzen.»

Bald werden die drei Kollegen mit vielen weiteren fachsimpeln können: In einer zweiten Phase wird das Programm auf Standorte in Belgien und Malaysia ausgeweitet. Weitere Standorte in Osteuropa und Afrika werden folgen. •

Angesichts seines kapitalintensiven Geschäfts muss Barry Callebaut die Leistung seiner Standorte permanent hinterfragen und verbessern. Die wachsenden Kundenerwartungen veranlassen das Unternehmen zudem, sich auch weiterhin als Kostenführer in der Branche zu behaupten.



Natürlich SÜSS — dank Stevia

*Eine Schokoladeninnovation
entwickelt in einer
starken Partnerschaft*

Im Oktober 2010 hat Barry Callebaut als erster Hersteller im industriellen Massstab eine Schokolade lanciert, die statt mit Zucker mit Stevia-Extrakt gesüsst ist. Dank spezieller Rezeptur kann die Schokolade von jedermann bedenkenlos genossen werden. Vertrieben wird die innovative Schokolade exklusiv vom renommierten belgischen Schokoladenhersteller Cavalier. In einem Interview erklärt Felix Verdegem, der Besitzer von Cavalier, weshalb ihn diese jüngste Innovation so begeistert.

Über Cavalier

Seit 1996 entwickelt, produziert und vertreibt Cavalier ausschliesslich Schokoladenprodukte ohne Zuckerzusatz. Damit beschränkt sich Cavalier als weltweit einziges Unternehmen auf die Herstellung gesunder, zuckerfreier Schokolade. Cavalier verkauft seine Produkte in mehr als 45 Ländern. Weitere Informationen finden Sie unter: www.cavalier.be.



Felix Verdegem, Besitzer des belgischen Schokoladenherstellers Cavalier

von Raphael Wermuth

Ihr Unternehmen ist auf Schokolade ohne Zuckerzusatz spezialisiert. Was hat Sie zu diesem speziellen Geschäftsansatz veranlasst?

Unsere Familie ist bereits seit meinem Grossvater in der Nahrungsmittelindustrie tätig. Als Cavalier vor 15 Jahren gegründet wurde, haben wir zwei Erfolgsfaktoren identifiziert: Erstens wollten wir qualitativ hochwertige Produkte anbieten. Und zweitens waren wir aufgrund der zunehmenden Verbreitung von Diabetes und Fettleibigkeit überzeugt, dass ein grosser, noch nicht erschlossener Markt für verführerisch schmeckende und gleichzeitig gesunde Schokoladenprodukte existiert.

Normalerweise basieren Ihre Produkte auf Maltitol. Weshalb bringen Sie nun mit Stevia-Extrakt gesüsste Schokoladen auf den Markt?

Maltitol ist ein hervorragender Zuckerersatz, der vorzüglich schmeckt. Trotzdem haben wir festgestellt, dass einige Kunden Maltitol als etwas Künstliches wahrnehmen, obwohl es aus natürlicher Quelle gewonnen wird. Ausserdem muss auf der Verpackung von Schokoladenprodukten, die mehr als 10% Maltitol enthalten, vor einer möglichen abführenden Wirkung gewarnt werden. Stevia-Extrakt hingegen gilt als natürlicher Süsstoff ohne abführenden Effekt, und so habe ich

Barry Callebaut um Hilfe bei der Entwicklung einer mit Stevia-Extrakt gesüssten Schokolade gebeten.

Dienen Zuckerersatzstoffe wie ein Stevia-Extrakt nur dazu, den Kaloriengehalt von Schokolade zu verringern?

Weder am Anfang noch jetzt ist es primär die Kalorienreduzierung, die mich veranlasst hat, Stevia-Extrakt zu verwenden. Das Hauptproblem ist, dass wir alle zu viel Zucker zu uns nehmen: Im Schnitt konsumieren wir weltweit 2,5 Mal so viel Zucker wie die Weltgesundheitsorganisation (WHO) empfiehlt. Daher geht es uns allein darum, den in der Schokolade



Barry Callebaut Schokolade mit Stevia-Extrakt – und weitere zuckerreduzierte Schokoladen

Die Stevia-Pflanze wird in Asien und Südamerika kultiviert, wo sie seit über 200 Jahren als Nahrungsmittelzutat verwendet wird. Mittlerweile wird Stevia auch in Japan, Korea und China angepflanzt. Raffinierter Stevia-Extrakt besitzt die 100- bis 400-fache Süßkraft von Zucker, ohne Kalorien zu enthalten. Dies macht Stevia für Menschen, die nach einem gesünderen Lebensstil suchen, zu einem idealen Süßstoff.

Barry Callebaut bietet seit 2011 Schokolade an, die mit Stevia-Extrakt gesüßt ist. Nach Einführung einer ersten dunklen Variante wurde das Sortiment um eine Milchvariante erweitert. Eine weiße Schokolade mit Stevia-Extrakt befindet sich zurzeit in der Spätphase der Entwicklung und dürfte demnächst auf den Markt kommen.

Seit 2006 vermarktet Barry Callebaut auch andere zucker- und kalorienreduzierte Schokoladen, die mit verschiedenen Süßmitteln gesüßt sind. Zudem hat Barry Callebaut eine speziell verarbeitete, mit Isomaltulose gesüßte Schokolade entwickelt, die Karies vorbeugt. Sie ist von der «Toothfriendly»-Organisation zertifiziert und wird von Zahnärzten empfohlen.

enthaltenen Zucker zu ersetzen, nicht aber die gesunden natürlichen Inhaltsstoffe von Kakao.

Weshalb haben Sie Barry Callebaut ausgewählt, um mit Ihnen Ihre neue Schokolade zu entwickeln?

Als Unternehmer setze ich auf bewährte Partnerschaften. Cavalier verbindet mit Barry Callebaut eine lange, erfolgreiche Geschäftsbeziehung. Zudem wollte ich für die Entwicklung der Stevia-Schokolade mit einem Partner zusammenarbeiten, der über umfassende Erfahrung und Know-how im Umgang mit Nahrungsfasern verfügt, da mir bewusst war, dass darin der Schlüssel zum Erfolg lag. Mit Barry Callebaut habe ich den idealen Partner gefunden, der diese spezifischen Forschungs- und Entwicklungsfähigkeiten mitbringt.

In welchen Formen werden Sie die neuartigen Schokoladen nun anbieten?

Cavalier wird ein breites Sortiment an Schokoladenprodukten anbieten, die mit Stevia-Extrakt gesüßt sind. Unser Ange-

bot umfasst Tafeln, Riegel und eine Vielfalt von Pralinen – vom niedrigen Preissegment bis hin zum Premium-Bereich.

Wann und wo werden Sie mit dem Verkauf Ihrer neuen Schokoladen starten?

Aufgrund der unterschiedlichen nationalen Gesetze dürfen mit Stevia-Extrakt gesüßte Schokoladen von Cavalier zurzeit in Europa noch nicht verkauft werden. Dies wird sich jedoch demnächst ändern. Das Produkt an sich ist in Form von Milch- und dunkler Schokolade bereits marktreif. Sobald die EU-Zulassung des Stevia-Extrakts vorliegt, werden wir unsere Produkte in Europa einführen. Ich gehe davon aus, dass dies im Dezember 2011 der Fall sein wird. In den USA ist der Verkauf von Cavalier Schokolade mit Stevia-Extrakt bereits angelaufen. •

Anti-Aging-Schokolade

*Der verführerischste Weg,
etwas für Ihre Gesundheit
zu tun*

von Jörn Wagenbach

Vergessen Sie Pillen und Anti-Aging-Cremes! Gesund und glücklich bis an Ihr Lebensende werden Sie Wissenschaftlern zufolge auf appetitlichere Weise!

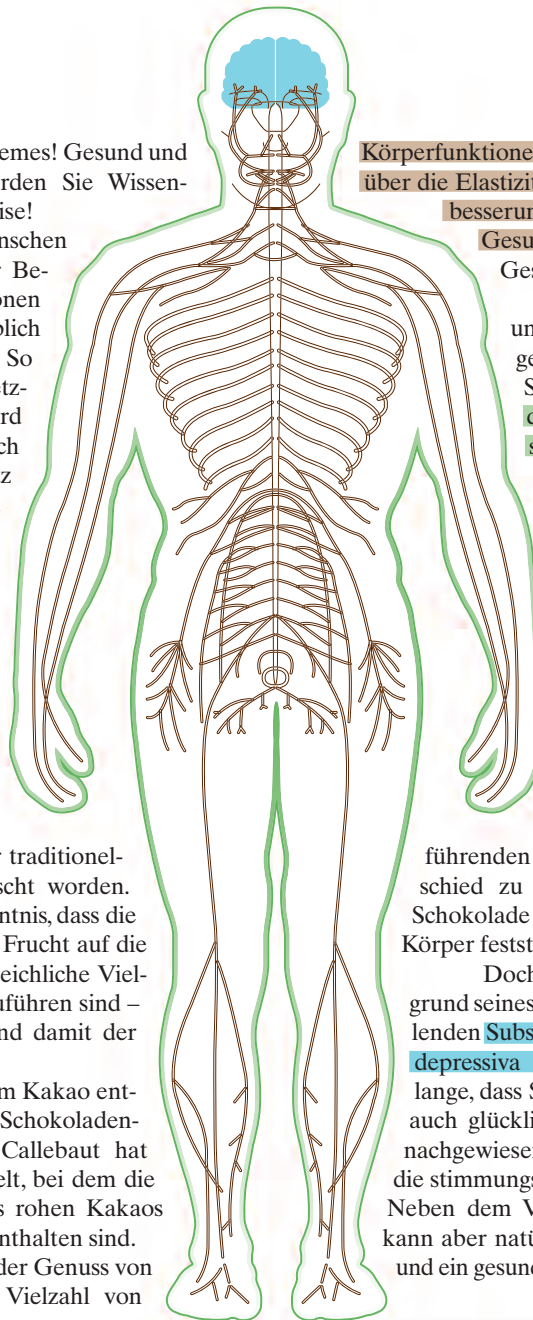
Nie zuvor gab es so viele ältere Menschen auf der Welt – laut der Abteilung für Bevölkerungsfragen der Vereinten Nationen wächst ihr Anteil auf der Welt erheblich schneller als die Gesamtbevölkerung. So hat sich die Zahl der Senioren in den letzten 50 Jahren verdreifacht, und sie wird sich in den kommenden 50 Jahren noch einmal verdreifachen. Der Prozentsatz der älteren Menschen wird sich damit im nächsten halben Jahrhundert weltweit mehr als verdoppeln.

Kein Wunder also, wenn internationale Verbraucherumfragen zeigen, dass Schokoladenliebhaber zunehmend Produkte suchen, die neben dem Genuss einen klinisch erwiesenen Gesundheitsnutzen bieten. Kurz: Anti-Aging-Schokolade, die gut ist für Körper und Seele. Eine verlockende Vorstellung.

Der Nährwert von Kakao ist in der traditionellen Medizin seit Jahrhunderten erforscht worden. Nicht ganz so alt ist hingegen die Erkenntnis, dass die zahlreichen Gesundheitsvorteile dieser Frucht auf die in der Kakaobohne enthaltene unvergleichliche Vielfalt und Menge an Flavonolen zurückzuführen sind – einer Unterklasse der Polyphenole (und damit der Antioxidantien).

Allerdings werden die meisten der im Kakao enthaltenen Flavonole bei konventionellen Schokoladenherstellungsverfahren zerstört. Barry Callebaut hat daher ein spezielles Verfahren entwickelt, bei dem die meisten der natürlichen Flavonole des rohen Kakaos auch im fertigen Schokoladenprodukt enthalten sind.

Jüngsten Studien zufolge wirkt sich der Genuss von flavonolhaltiger Schokolade auf eine Vielzahl von



Körperfunktionen positiv aus, angefangen beim Blutdruck über die Elastizität der Venen bis hin zum Blutfluss – Verbesserungen, die überwiegend der Herz-Kreislauf-Gesundheit zugutekommen. So lecker kann Gesundheitsvorsorge sein!

Aber das ist noch nicht alles. Wie aus unabhängigen klinischen Studien hervorgeht, kann der Genuss flavonolhaltiger Schokolade signifikant vor der schädigenden Wirkung ultravioletter Strahlung schützen. Die Studien erbrachte den Nachweis dafür, dass der regelmäßige Verzehr von Schokolade mit einem hohen Gehalt an Kakaoflavonolen die Widerstandskraft der Haut gegenüber UV-Licht mehr als verdoppeln und dazu ihren Feuchtigkeitsgehalt und ihre Elastizität verbessern kann. Die Autoren vermuten, dass der Effekt auf die antiinflammatorische Wirkung der Kakaoflavonole und ihre Fähigkeit zur Verbesserung der Durchblutung der Haut zurückzuführen ist. Die Ergebnisse brauchen den Vergleich mit führenden Kosmetika nicht zu scheuen. Im Unterschied zu diesen jedoch wirkt der Verzehr von Schokolade «von innen» und ist damit am gesamten Körper feststellbar.

Doch es kommt noch besser: Kakao kann aufgrund seines natürlichen Gehalts an stimmungsaufhellenden Substanzen eine Alternative zu gängigen Antidepressiva darstellen! Konsumenten wissen schon lange, dass Schokolade nicht nur köstlich ist, sondern auch glücklich macht. Doch nun konnte tatsächlich nachgewiesen werden, dass Kakao Substanzen enthält, die stimmungsaufhellend wirken.

Neben dem Verzehr von flavonolhaltiger Schokolade kann aber natürlich auch eine ausgewogene Ernährung und ein gesunder Lebenswandel nützlich sein können... •

Barry Callebaut hat ein spezielles Verfahren namens ACTICOA™ entwickelt, welches das köstliche Aroma von Kakao und Schokolade mit gesundheitsfördernden Eigenschaften kombiniert, indem es bis zu 80% der Flavonole

des Rohkakaos erhält. ACTICOA™ Schokolade ist besonders reich an natürlichen Kakaoflavonolen. Derzeit sind weltweit in über zehn Ländern rund 30 Produkte mit ACTICOA™ Kakao oder Schokolade erhältlich.

Chocolate Ambassadors 2011 Brasilien



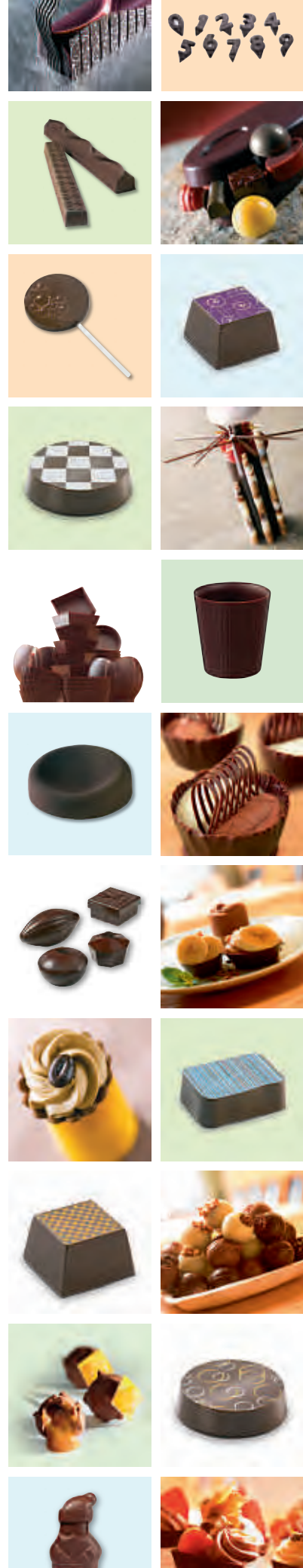
Erster gemeinsamer Besuch in einem Kakao-Anbaugebiet
Der Ambassadors Club von Barry Callebaut vereint mehr als 150 der bekanntesten Chefköche, Pâtisseries und Confiseurs von internationalem Rang und Namen. Sie sind Botschafter für die drei Gourmetmarken von Barry Callebaut: Callebaut®, Cacao Barry® und Carma®. Ihre Aufgabe ist es, anderen Schokoladenprofis rund um die Welt ihr Know-how und ihre Techniken zu vermitteln.



Für Schokoladenkreationen, die sich abheben

Barry Callebaut betreibt in Europa vier auf das Dekorationsgeschäft spezialisierte Fabriken, die anspruchsvolle Kunden auf der ganzen Welt bedienen. Schokoladenkreationen wie Blüten, Vermicelli, Pencils, Späne, Splitter, Hohlkugeln, Streusel und Schalen sowie die Verwendung von Giessformen oder Transferfolien verwandeln Schokoladenkreationen in wahre Kunstwerke. Mehr als 6000 Dekorationen bietet Barry Callebaut seinen Kunden an – vom kleinen, im Premiumbereich tätigen Confiseur, Bäcker oder Pâtisier bis zum grossen industriellen Kunden. Damit verfügen wir im Dekorationsbereich über das weltweit breiteste Sortiment. Unser Innovationsteam entwickelt laufend neue Dekorationen für unsere Kunden, damit sie sich von ihrer Konkurrenz abheben und ihre Kunden überraschen können. Zum Beispiel Transferfolien: Sie eignen sich ideal, um Schokoladen- und Pâtisserieprodukte zu personalisieren und ihnen eine Premium-Note zu verleihen. •

Tausende innovativer Dekorationen





von Tamara Frey

Dem Herzstück von Schokoladenköstlichkeiten wird oftmals zu wenig Beachtung geschenkt. Die Vielfalt an cremigen, knusprigen, schokoladigen, nussigen oder fruchtigen Füllungen, die sich in Desserts, Schokoladenriegeln, Patisserieprodukten und anderen süssen Verführungen verstecken, sind besondere kulinarische Leckerbissen. Eine wichtige Rolle spielen für unser Genussleben auch die volumemässige etwas kleineren Einschlüsse. Sowohl Einschlüsse als auch Füllungen verleihen praktisch allen Anwendungen – von Süswaren über Eiscremen bis hin zu Backwaren – eine zusätzliche Dimension bezüglich Geschmack, Textur und Vielfalt.

Innere Werte

Einschlüsse und Füllungen – umhüllte Geschmackserlebnisse

Der attraktive Markt für Füllungen und Einschlüsse wächst. Zur Freude von Kunden und Konsumenten auf der ganzen Welt bietet Barry Callebaut von allen Schokoladenproduzenten weltweit die breiteste Palette an neuen und einzigartigen Füllungen und Einschlüssen an.

Unsere Forschungs- und Entwicklungsteams nehmen sich den Markttrends an und achten dabei unter anderem speziell auf gesundheitsbezogene Belange – auch bei Füllungen. Jüngst präsentierte Barry Callebaut verschiedene innovative, gesündere Süswarenzutaten mit weniger gesättigten oder gehärteten Fetten. Auf die Verwendung von Transfettsäuren verzichtet Barry Callebaut mittlerweile fast vollständig. Dem Trend zu gesünderen Snacks begegnen wir weiter mit Füllungen auf Wasser- statt Fettbasis. Trotz der technischen Natur dieser Entwicklungen halten wir an unserer Devise fest, bezüglich Funktionalität und Geschmack keine Kompromisse einzugehen. Geniessen wir nicht alle eine süsse Kleinigkeit zwischendurch? •

Füllungen verleihen Frühstückshappen, Desserts, Pralinen, Ostereiern und vielen anderen Produkten, die Millionen Menschen auf der ganzen Welt geniessen, einen cremigen, nussigen, knusprigen, schokoladigen, luftigen oder fruchtigen Kern.



Die Gesundheit liegt uns am Herzen: Bei der Entwicklung von Füllungen und Einschlüssen schenkt Barry Callebaut daher Gesundheitsaspekten besondere Aufmerksamkeit. Beispiele für gesunde Varianten:

- Mit Luft durchsetzte Füllungen zählen weniger Kalorien
- Reduktion bzw. Elimination von Transfettsäuren, gesättigten und gehärteten Fetten
- Füllungen und Glasuren auf Fruchtbasis



Einschlüsse können unsere Sinne herausfordern, indem sie Textur, Geschmack, Farbe, Gestalt oder Volumen eines Produkts verändern.



Nicht nur «aus der Kälte», sondern auch «in in die Kälte» – ChocMelts Einschlüsse von Barry Callebaut sind aus 100% reiner Schokolade hergestellt.

Schokolade und Eiscreme – wer wird nicht schwach beim Gedanken an diese Kombination? Aufgrund ihrer unterschiedlichen Schmelzpunkte erwies sich die Verbindung dieser beiden Köstlichkeiten in ihrer reinsten Form jedoch als praktisch unmöglich. Praktisch unmöglich? Nicht für uns!

Der Genuss, der in die Kälte kam

von Jörn Wagenbach

Seit tausenden Jahren wird Eis für die Zubereitung schmackhafter Desserts verwendet. Ernährungshistorikern zufolge wurde in China bereits 200 vor Christus eine gefrorene Mischung aus Milch und Reis zubereitet. Zweieinhalb Jahrhunderte später liess sich der römische Kaiser Nero Eis aus den Bergen kombiniert mit Fruchtzubereitungen servieren. In der Region des heutigen Saudi Arabien verwendete man dann vermutlich erstmals Milch als Hauptbestandteil von Eiscreme. Als Süsstoff wurde eher Zucker als Fruchtsaft genutzt und man entwickelten Methoden zur Produktion im grossen Massstab.

Auch Schokolade hat eine lange Geschichte, die vor rund 4.000 Jahren mit den alten Zivilisationen Mexikos, Zentral- und Südamerikas begann. Trotzdem dauerte es fast eine Ewig-

keit, bis Eiscreme gemeinsam mit Schokolade in perfekter Harmonie zusammenfinden sollte.

Um Textur und Schmelzverhalten von Schokolade auch bei niedrigen Temperaturen beizubehalten, bedienten sich die meisten Eiscremehersteller während sehr langer Zeit lediglich Mischungen mit Kakaoteilen. Aber anstelle von Kakaobutter enthielten ihre Glasuren und Einschlüsse andere pflanzliche Fette.

Als eines der ersten Unternehmen kreierte Barry Callebaut Eiscreme-Glasuren und -Einschlüsse aus hundert Prozent Schokolade. Sie vereinen die günstigen technischen Eigenschaften von Mischungen mit dem unverwechselbar intensiven Geschmack und der Textur echter Schokolade. Da sie gemeinsam mit der Eiscreme schmelzen, entfalten diese innovativen Gla-

suren und Einschlüsse ein sehr viel reicheres und intensiveres Schokoladenaroma als herkömmliche Anwendungen aus Mischungen. Das Geheimnis liegt in der Art der Verarbeitung und der damit verbundenen kristallinen Struktur der Kakaobutter, die selbst bei der niedrigen Temperatur von Eiscreme für ein echtes Schokoladenerlebnis sorgt.

Hans Vriens, Chief Innovation Officer von Barry Callebaut: «Choc-Melts™, wie wir unsere neuen Einschlüsse nennen, sind mit ihrem perfekte Schmelzverhalten eine wirklich aufregende Innovation. Choc-Melts™ eröffnen unermessliche Möglichkeiten für Produkte mit neuen Geschmackserlebnissen im industriellen Massstab.»

Noch nie war zartschmelzender Genuss so köstlich und unverfälscht. •

Fokus Zutatengeschaffung

Die komplexen Rohstoffmärkte verstehen und erfolgreich agieren

von Raphael Wermuth

Steven Retzlaff, worin besteht die Aufgabe des Segments Globale Beschaffung & Kakao?

Das Segment Globale Beschaffung & Kakao ist innerhalb von Barry Callebaut eine separate operative Einheit –

wie unsere drei Regionen. Das Segment ist verantwortlich für die weltweite Beschaffung unserer qualitativ hochwertigen Rohstoffe wie Kakao, Zucker und Milchprodukte. Ausserdem ist es die globale Produktionseinheit für Halbfertigprodukte wie Kakaomasse, -butter und -pulver. Globale Beschaffung & Kakao besitzt eigene Beschaffungsteams in Afrika, Asien und Europa sowie in Nord- und Südamerika. Innerhalb der Einheit werden insgesamt 1'600 Mitarbeitende beschäftigt.

Roman Müggler, die Kakaobeschaffung ist offensichtlich ein komplexes Geschäft, wie kommt das?

Das ist sie in der Tat. Kakao ist eine an



Die drei Gesprächspartner: Roman Müggler, Steven Retzlaff und Massimo Selmo (von links nach rechts).

grund verschiedener Faktoren erheblich variieren. Um dieser Komplexität gerecht zu werden, steht unseren lokalen Beschaffungsteams in der Elfenbeinküste, Ghana, Kamerun, Sierra Leone, Tansania, Brasilien, Ecuador und Malaysia ein Team von zwölf Kakaospezialisten zur Seite. In Nigeria, Indonesien und den meisten anderen Kakaoanbauländern arbeiten unsere Spezialisten mit lokalen Partnern zusammen. Wir untersuchen die Zusammenhänge zwischen verschiedenen Ereignissen und ihre Auswirkungen auf den Preis. Unser Ziel ist es, si-

Börsen gehandelte Ware. Die Bedingungen für deren An- und Verkauf ändern sich permanent. Je nachdem, welche Kräfte am Markt dominieren, steigen oder fallen die Preise. Zudem kann die Verfügbarkeit von Kakao auf-

cherzustellen, dass wir zum richtigen Zeitpunkt die notwendige Menge Kakao in der geforderten Qualität bekommen – und das zu einem wettbewerbsfähigen Preis.

Massimo Selmo, Sie sind zuständig für die Beschaffung aller anderen Rohstoffe. Was benötigt man sonst noch für die Herstellung von Schokolade?

Unser Team aus rund 40 Einkaufsprofis kauft Zutaten wie Milchprodukte, Zucker, Öle und Fette. Um Ihnen eine Vorstellung von der Grössenordnung zu geben: Die Milch, die wir kaufen, entspricht in etwa der Jahresproduktion von 200'000 Kühen. Die Anbaufläche für die 3,3 Millionen Tonnen Zuckerrüben, die wir kaufen, ist etwa so gross wie 30'000 Fussballfelder. Ausserdem kümmert sich mein Team um den Einkauf technischer Geräte und Ersatzteile, von Verpackungsmaterial und Energie, wie Strom oder Gas.



Agieren Ihre beiden Teams vom Hauptsitz von Barry Callebaut in Zürich aus?

M. Selmo: Wir sind ein Team mit drei Hauptstandorten: Zürich, Chicago und Kuala Lumpur.

Während die fertige Schokolade am süßen Ende steht, beginnt die Geschichte der Schokolade von Barry Callebaut schon viel früher: mit der Beschaffung der Rohmaterialien. Spezialisierte Teams kaufen die Rohstoffe, die für die unternehmenseigenen Kakao- und Schokoladenprodukte erforderlich sind, um letztlich die Kundenwünsche optimal zu erfüllen. Wir sprachen mit Steven Retzlaff, President Globale Beschaffung & Kakao, Roman Müggler, Vice President Cocoa Procurement, und Massimo Selmo, Head of Purchasing, um mehr darüber zu erfahren, wie sie Rohstoffe beschaffen und worauf es dabei ankommt.

Darüber hinaus sind wir an kleineren, lokalen Standorten in Schwellenländern wie Russland, Brasilien und China präsent. Damit gewährleisten wir die Nähe zu unseren internen und externen Kunden und schnelle Reaktionszeiten rund um die Uhr. Zudem braucht es diese internationale Präsenz, weil Agrarprodukte wie Zucker und Milchprodukte nicht global, sondern auf lokalen, physischen Märkten gehandelt werden, die oft wiederum durch Importbeschränkungen und Zölle geschützt sind.

R. Müggler: Gemeinsam mit unserer lokalen Beschaffungsorganisation kauft unser Team in etwa 15% der globalen Kakaovernte, um den Bedarf des Unternehmens zu decken. Wir haben ein Kernteam in Zürich, aber auch lokale Ansprechpartner, die nah am Kunden und am Lieferanten sind.

Was sind die Hauptaufgaben des Beschaffungsteams?

S. Retzlaff: Zuerst einmal müssen wir sicherstellen, dass wir die Rohstoffe zu einem gegebenen Zeitpunkt in der erforderlichen Quantität und Qualität bekommen,

und das zu einem möglichst wettbewerbsfähigen Preis. Darüber hinaus unterstützen unsere Beschaffungsteams unsere drei Regionen und ihre Kunden mit Marktwissen und massgeschneiderten Lösungen für spezielle Rohstoffbedürfnisse.

In der jüngsten Vergangenheit waren die Rohstoffpreise an den jeweiligen Märkten hoch und stark volatil. Gibt es noch andere Risiken, mit denen Sie umgehen müssen?

R. Müggler: Die starke Preisfluktuation ist sicher ein Punkt, mit dem wir umgehen müssen. Gleiches gilt für die Beschaffungsrisiken. In den Schwellenländern beispielsweise werden Autos immer populärer. Kakao konkurriert daher mit anderen Pflanzen wie Gummi, der zur Herstellung von Autoreifen benötigt wird. Ein weiterer Faktor sind Qualitätsrisiken. Deshalb sind wir zunehmend bemüht, näher an den Anfang der Kakaolieferkette zu rücken und uns damit näher zu den Bauern zu bewegen. Die Direktbeschaffung ist nun einmal die wirksamste Methode, die Beschaffungs- und Qualitätsrisiken zu bewältigen.



Über welche Instrumente verfügen Sie, um die verschiedenen Marktrisiken abzufedern?

S. Retzlaff: Barry Callebaut wendet eine Reihe von Beschaffungsstrategien und Best Practices an, um mit inhärenten Marktrisiken umzugehen und saisonale Schwankungen von Angebot und Nachfrage am Rohstoffmarkt auszugleichen. Hierzu gehören die Diversifizierung der Herkunftsländer, Lieferantenbewertungen, Kakaopreis-Absicherungen durch Futures-Transaktionen, Warentermingeschäfte sowie Arbitrage-Management.

Wie hat sich das Exportverbot in der Elfenbeinküste Anfang 2011 auf die tägliche Arbeit der Kakaoeinkäufer ausgewirkt?

R. Müggler: Wir haben in unserer langjährigen Präsenz von über 50 Jahren vor Ort einige Krisen erlebt, allerdings waren wir noch nie mit einem Exportverbot konfrontiert. Da wir die Entwicklung jedoch genau beobachtet und permanent evaluiert haben, war für uns absehbar, dass sich die Lage im Land zuspitzen würde. Wir haben daher alternative Szenarien entwickelt und einen Notfallplan aufgestellt; beides hat uns geholfen, den temporären Engpass in der Kakaoversorgung zu überbrücken. •

VON DER BOHNE ZUM PRODUKT IM REGAL

Die Lieferkette von Kakao – vom Ursprungsland bis zum Verbraucher

von Tamara Frey

1

Kakao-anbau

Trinitario

Forasterio

KAKAOBAUM

BEFRUCHTUNG ELFENBEINKÖSTE

Westafrika

SCHATTENBÄUME Anbau

Criollo

ÄQUATOR

ERNTE

Kakaofrucht
Fruchtbrei

Kakaobohne

FEL

Reif

2

Kakaoverarbeitung und -veredelung

AUSWAHL, REINIGUNG UND TROCKNUNG DER BOHNEN

«NIBS» RÖSTUNG

KAKAOMASSE – KAKAOBUTTER, KAKAOKUCHEN

QUALITÄTS-PRÜFUNG

Mahlwerke
dunkel weiss
SEHR FEINE KAKAOMASSE

TYPISCHE AROMEN

Kernstückchen oder Nibs
Aufbrechen

hoher Druck
KAKAOPULVER
vermahlen

Nibs

Milch



4

Die Schokolade nimmt Form an

Abkühlen Blöcke
Tropfen
GIessen VON SCHOKOLADEN-BLÖCKEN

FESTE FORMEN

KUNDEN-SEGMENTE

VERPACKUNG, LAGERUNG

LOGISTIK



Eine Kakaobohne geht auf eine lange Reise, bevor sie zu einer wertvollen Zutat für köstliche Schokolade wird. Nur wenige Nahrungsmittel haben eine so spannende Geschichte wie Kakao und Schokolade. So wie den Kaffee verdanken wir auch die Kakaobohne den präkolumbianischen Kulturen Lateinamerikas. Als Hernando Cortés zum ersten Mal Kakao nach Europa brachte und lernte, wie man daraus ein Getränk zubereitet, war das eine aufregende Sache: göttlich für die einen, ketzerisch für die anderen. Und auch heute noch verströmen Kakao und Schokolade eine geheimnisvolle Aura von Luxus und Genuss.

Gehen Sie mit uns auf die Reise, auf die sich die Kakaobohne von ihrem Ursprungsland in alle vier Himmelsrichtungen begibt.



AROMA

FERMENTATION

Reifungsprozess
5-7 Tage

TROCKNUNG

Wenden
Sonne
ca. 6 Tage
Qualität
Regelmässigkeit

ABFÜLLEN

Transport
Gemeinschaft von Kleinbauern
Sammelstelle

QUALITÄTSPRÜFUNG

Sammelstelle
erste Qualitätsprüfung
Qualitätskodex
Sammelstelle

Grad

Lagerhaus BC-Fabrik
Herkunft aller Bohnen registriert

TRANSPORT, VERSCHIFFUNG

Einkaufsunternehmen Ballen von 50-60 kg
zweite Qualitätsprüfung
Export Kooperation
Jutesäcke

3
Vom
Schokoladenteig
zum
Endprodukt

Mischung **REZEPTE** 2000 REZEPTE
Sojalezithin **CONCHIERN** Zeit Viskosität **FLÜSSIGSCHOKOLADE;**
Walzen **BEREIT ZUM ABFÜLLEN,**
Kakao- **HITZE** **VERARBEITUNG, LAGERUNG**
butter
Aroma- **TEMPERIEREN**
entwicklung **WEITERTRANS-**
GLATTE SCHOKOLADENMASSE **PORT ZU ANDEREN**
HERSTELLERN



Tanks

LKWs Footprint

BARRY CALLEBAUT



Dynamis
Agroforst
wirtschaft
Mischung



che

st-

it – die

g macht's

von Petra Heid

Die Entwicklung von Angebot und Nachfrage in der Kakao- und Schokoladenindustrie macht eines deutlich: Die Kakaoproduktion muss steigen, will die Branche mit dem wachsenden Appetit nach Schokolade in den Märkten in aller Welt mithalten. Aufstrebende Industrienationen wie die BRIC-Staaten Brasilien, Russland, Indien und China und Länder im Nahen Osten beispielsweise kommen in punkto Schokolade zunehmend auf den Geschmack. Zwar ist der Trend erfreulich für die Kakao- und Schokoladenindustrie, er bedeutet jedoch auch, dass die Kakaoproduktion signifikant und dauerhaft steigen muss.

Wie dies gelingen soll, darüber wird in Fachkreisen heftig gestritten. Galt der konsequente Einsatz von chemischen Betriebsmitteln lange als einzige gangbare Lösung, so rückt heute ein neuer Ansatz in den Mittelpunkt: die dynamische Agrowirtschaft. Sie setzt auf einen Mischanbau von Agrar- und Forstpflanzen. Ziel dabei ist es, den Kakao zusammen mit anderen Pflanzen so anzubauen, dass dabei vor allem der Kakaobaum profitiert.

Kakaoanbaumethoden

Jahrzehntlang wurde eine Steigerung der Kakaoproduktion überwiegend durch die Umwandlung von tropischem Regenwald in Anbauflächen erzielt. Nach rund 20 Jahren beobachtete man einen Rückgang der Bodenfruchtbarkeit und in einigen Anbaugebieten eine starke Zunahme von Krankheiten und Schädlingen, denen man mit einem immer höheren Einsatz von Kunstdünger und Pestiziden zu Leibe rückte. Dennoch wurde man der Pflanzenkrankheiten vor allem in Westafrika und Asien nicht Herr. Zudem ist heute allgemein anerkannt, dass die grossflächige Rodung von tropischem Regenwald massgeblich zum Klimawandel beigetragen hat. Eine Ausweitung der Kakaoanbauflächen auf Kosten der wenigen verbleibenden tropischen Regenwälder lässt sich heute nicht

mehr verantworten. Die grösste Herausforderung für die Kakaoindustrie besteht nun darin, auch weiterhin die Bereitstellung ihres wichtigsten Rohstoffs Kakao in der erforderlichen Quantität und Qualität zu garantieren. Dies wird nur durch die Anwendung guter Anbaumethoden auf den bestehenden Kakaopflanzungen möglich sein.

Aus Malaysia...

Wer wissen will, wie komplex die Problematik ist, braucht sich nur einmal die Entwicklung in Malaysia in den vergangenen drei Jahrzehnten anzuschauen.

Für das durch Grosspflanzungen geprägte Land war es relativ einfach, mit Anbauprogrammen, billigen Krediten und Subventionen durch die Weltbank die Kakaoproduktion innerhalb weniger Jahre rasant zu steigern. Hohe Weltmarktpreise in den 70er und Anfang der 80er Jahren motivierten Staat und Investoren, die Kakaoanbauflächen auch auf suboptimale Standorte auszuweiten, Monokulturanbau zu forcieren und die Erträge durch den Einsatz von Kunstdünger und Pestiziden zu maximieren. So gelang es dem Land, seine Kakaoproduktion von 35'000 Tonnen im Jahre 1980 auf 241'000 Tonnen 1990 zu steigern. Malaysia war das viertstärkste Kakaoanbauland, hinter Ghana (295'000 Tonnen), Brasilien (362'000 Tonnen) und der Elfenbeinküste (704'000 Tonnen). Kakao war damit zum dritt wichtigsten Exportprodukt Malaysias avanciert.

Ende der 80er Jahre war Malaysia im Begriff, sich mit einer explodierenden Kakaoproduktion an die Spitze der meistproduzierenden Kakaoanbauländer zu katapultieren. Im Jahr 2000 jedoch war die Jahresernte wieder auf 35'000 Tonnen gesunken. So rasant der Aufstieg, so schnell der Niedergang. Was war passiert?

Das anfänglich sehr hohe Ertragsniveau in Malaysia von zwei Tonnen pro Hektar, das durch einen hohen Input an Düng- und Pflanzenschutzmitteln erreicht

Der wachsende Appetit nach Schokolade unterstreicht die Notwendigkeit, dass die Kakaoproduktion signifikant und dauerhaft steigen muss.

wurde, konnte nicht mehr aufrechterhalten werden. Dies war vor allem dadurch bedingt, dass die Böden trotz Düngemittelapplikationen zunehmend ausgelaugt und Krankheiten sowie Schädlinge resistent gegenüber bestimmten Pestiziden wurden. Die ausser Kontrolle geratene Zunahme dieser Schädlinge und Krankheiten traf mit einer Periode sinkender Weltmarktpreise zusammen, woraufhin die Kakaoproduktion unrentabel und nach und nach durch Gummi- und Ölpalmenanbau ersetzt wurde.

... und anderen Anbauregionen lernen

Etwas zeitversetzt, jedoch mit ähnlich dramatischem Verlauf, war in Brasilien die Hexenbesenkrankheit (*Crinipellis Perniciosa*) aufgetreten und hatte dort eine ähnliche Krise verursacht. Anfang der 90er Jahre sank dort die Kakaoproduktion innerhalb von zehn Jahren von mehr als



400'000 Tonnen auf unter 150'000 Tonnen, was erhebliche ökonomische und soziale Folgen für die gesamte Kakaoanbauregion im Bundesstaat Bahia hatte.

Indonesien hat sich im Laufe der letzten zwei Jahrzehnte mit einer Jahresproduktion von 800'000 Tonnen im Jahr 2009 zum drittgrössten Kakaoproduzenten weltweit entwickelt. Besorgniserregend dabei ist, dass dort heute dieselben Anbautechniken angewendet werden, die in Malaysia zum Zusammenbruch der Kakaoproduktion geführt hatten.

Die Elfenbeinküste und Ghana, die zusammen die Hälfte der Kakaogamternte erzeugen, haben ebenfalls mit dem Problem sinkender Bodenfruchtbarkeit und der Zunahme von Krankheiten und Schädlingen zu kämpfen, die ihnen relativ niedrige oder gar sinkende Hektarerträge auf ihren Kakaopflanzungen bescheren. Neben anderen Krankheiten tritt in bestimmten Regionen zunehmend das Swollen Shoot Virus auf, das sich nur durch die vollständige Vernichtung der befallenen Kakaopflanzen bekämpfen lässt, was wiederum die betroffenen Erzeuger in ihrer Existenz gefährdet.

Barry Callebaut hat beschlossen, sich der neuen Herausforderung zu stellen und das Thema von verschiedenen Seiten anzugehen.

Barry Callebaut und die F&E zum Kakaoanbau

Barry Callebaut hat beschlossen, sich der neuen Herausforderung zu stellen und das Thema von verschiedenen Seiten anzugehen. So befasst sich die unternehmenseigene F&E unter anderem mit dem Ansatz der dynamischen Agroforstwirtschaft. Auch wenn es sich dabei um eine Nische handelt, hat die dynamische Agroforstwirtschaft auf Kakaofarmen in mehreren Ländern Lateinamerikas mit Produktionssteigerungen und verbesserter Bodenfruchtbarkeit bereits vielversprechende Ergebnisse erzielt.

Die Agrarforschung von Barry Callebaut greift auf die Erfahrung und Expertise von internationalen Experten zurück, die durch eigene langjährige Anbauversuche und in Zusammenarbeit mit rund 1000 Kakaoproduzenten in Lateinamerika erfolgreich innovative Kakaoproduktionssysteme entwickelt und in der kleinbäuerlichen Praxis eingeführt haben. Aufbauend auf dieser Erfahrung wurde 2011 unter Mitarbeit des Forschungsinstituts für Biologischen Landbau (FiBL), Schweiz, und der Beratungsfirma ECOTOP, Bolivien, ein erster wissenschaftlich begleiteter Anbauversuch in Malaysia durchgeführt. Die Ergebnisse dieses mehrjährigen Versuchs sollen helfen, neue Strategien zur Steigerung der Kakaoproduktion zu entwickeln.

Was ist das Besondere an diesem Kakaoanbausystem?

Der Kakaobaum stammt aus dem Amazonasregenwald sowie aus Regenwaldgebieten Zentralamerikas. Dort wächst er im Schatten einer Vielzahl unterschiedlichster Bäume. Jüngsten Forschungsergebnissen zufolge sollten sich die Bedingungen für das Wachstum und die Produktion von Kakao in optimaler Weise an diesen natürlichen Standortbedingungen orientieren.

Die dynamische Agroforstwirtschaft beruht darauf, dass Agrarökosysteme nur dann eine hohe Produktivität erreichen, wenn sie einen hohen Energieumsatz haben, das heisst, wenn innerhalb eines

Systems viele Pflanzen wachsen und dabei der Energieträger Kohlenstoff angereichert wird. Sobald die Pflanzen absterben, werden sie von Mikroorganismen in mineralische Nährstoffe umgewandelt, die von den lebenden Pflanzen aufgenommen werden. Je mehr Biomasse ein System produziert, desto höher ist sein Energieumsatz, desto intensiver laufen Wasser- und Nährstoffkreisläufe ab, desto mehr Nährstoffe stehen den lebenden Pflanzen zur Verfügung und desto höher sind Produktivität und Bodenfruchtbarkeit.

Die Herausforderung eines dynamischen Kakao-Agroforstsystems besteht darin, möglichst viele Pflanzen so zu kombinieren, dass sie keine Konkurrenz zum Kakaobaum darstellen, sondern eine positive Wachstumsdynamik entwickeln, unter der die Kakaopflanze optimale Erträge liefert. Zudem ist ein hoch produktives und diversifiziertes Kakao-Ökosystem auch gegenüber Schädlingen und Krankheiten sehr stabil.

Durch die gezielten Massnahmen sind die erwirtschafteten Erträge auch ökonomisch rentabel: Der Einsatz von Dünger und Pestiziden ist so gering, dass die Erträge der Bauern langfristig über den Produktionskosten liegen. Bauern sind stets daran interessiert, den Einsatz externer Betriebsmittel zu reduzieren, vor allem, wenn dies stabile hohe Erträge bei geringen Kosten für externe Betriebsmittel bedeutet. Zusätzlich zum Kakao können die Bauern nun eine Vielzahl anderer landwirtschaftlicher Erzeugnisse ernten – wie verschiedene Obst- und Wurzelfrüchte und natürlich Holz.

Ein weiterer, zunehmend bedeutender Vorteil des Ansatzes ist, dass die dynamische Agroforstwirtschaft besser an die immer häufigeren Klimaschwankungen angepasst ist bzw. diese sogar regional reduziert. Sollte die dynamische Agroforstwirtschaft auch grossflächig und unter verschiedenen agronomischen und kulturellen Bedingungen erfolgreich sein, so wäre ein Meilenstein auf dem Weg zu einem nachhaltigeren Kakaoanbau erreicht. •

Eine Frage der Qualität

Wer Barry Callebaut wählt, entscheidet sich für Qualität. Weltweit stellen wir durch strenge Abnahmebedingungen und Kontrollen sicher, dass unsere Zutaten und Produkte höchsten Qualitätsstandards gerecht werden.



von Rahel Lehmann

Weltweite Qualitätssicherung ist ein komplexes Unterfangen und der Schlüssel zum Erfolg. Das gilt insbesondere für die Schokoladenindustrie, wo die Gewähr einer konsistenten Qualität eine tägliche Herausforderung ist. Für einen Schokoladenhersteller beginnt Qualitätssicherung bei der Kakaobohne. Unsere Präsenz in den Herkunftsländern, nicht nur für die Beschaffung der

Bohnen, sondern auch für die Produktion von Halbfertigprodukten wie Kakaopulver, Kakaobutter und Kakaomasse, ist für Barry Callebaut ein Wettbewerbsvorteil und erleichtert die Qualitätskontrolle.

Nehmen wir Afrika, von wo der Grossteil unserer Kakaobohnen stammt: Lokale Teams von Barry Callebaut stellen hier sicher, dass die Bohnen, die wir kaufen, strengste Qualitäts-

kontrollen durchlaufen. In unseren vier Fabriken in der Elfenbeinküste, Ghana und Kamerun gewährleisten Qualitätssicherungsteams, dass sämtliche Kakaoprodukte unsere Qualitätsstandards erfüllen. Sie sorgen dafür, dass die Produkte den Kundenanforderungen und technischen Vorgaben entsprechen, die richtige Farbe, mikrobiologischen Eigenschaften, Fettgehalt und Feuchtigkeit

haben, richtig verpackt und dokumentiert sind, gut schmecken – und vor allem unbedenklich für den Verzehr sind. •

Ziel des Qualitätssicherungssystems von Barry Callebaut ist es, unser Qualitätsniveau permanent zu verbessern. Es sorgt für die Einhaltung von wichtigen Standards wie den GMP-Richtlinien (Good Manufacturing Practices) und ist nach BRC (British Retail Consortium), einem globalen Standard für Nahrungsmittelsicherheit, zertifiziert.

Strenge Qualitätskontrollen in den Herkunftsländern gewährleisten, dass die Bohnen, die wir verarbeiten, höchste Qualitätsstandards erfüllen.



Frauen in der Welt der Schokolade



Kristin Terada
CALLEBAUT
AMBASSADORE

CALLEBAUT
Anita Hauer

CALLEBAUT
Barbara Kelly

Carmen
Katalina Lopez

CALLEBAUT
Karin M. Beller

Ein genauerer Blick...

... auf die weibliche Seite der Schokoladenkunst

von Raphael Wermuth

Statistisch gesehen könnte man leicht den Eindruck gewinnen, dass die Welt der Schokoladenkunst eine reine Männerdomäne sei. Weit gefehlt! Wir möchten Ihnen vier engagierte Frauen vorstellen, die es leicht mit ihren männlichen Berufskollegen aufnehmen. Sie sind allesamt Meisterinnen ihres Handwerks und verfügen über eindrucksvolle künstlerische Fähigkeiten sowie eine umfangreiche Liste herausragender Leistungen – ganz zu schweigen von ihrer grossen Leidenschaft für Schokolade.

Die vier weiblichen Chocolatiers gehören alle zum Ambassadors Club von Barry Callebaut. Ende Mai 2011 hatten sie Gelegenheit, an einer Reise in ein Kakao-Anbaugebiet teilzunehmen – für einige von ihnen war dies das erste Mal. Mit mehr als 100 Kolleginnen und Kollegen haben sie sich die brasilianische Kakaoproduktion und die lokale Verarbeitung in der Kakaofabrik von Barry Callebaut in Ilhéus angeschaut. Eine exklusive Gourmet-Schokoladen-Vorführung im Caesar São Paulo International Airport Hotel bildete den krönenden Höhepunkt für die Botschafter von Barry Callebaut aus Europa, den USA, Kanada, Asien und Ozeanien.

Kirsten Tibbals – vermittelt ihr Schokoladen-Know-how «Down Under»

Kirsten Tibbals ist Direktorin der Savour Chocolate & Patisserie School in Melbourne (Australien), der ersten Schule im asiatisch-pazifischen Raum, die sich ausschliesslich auf Schokolade und Backwaren konzentriert. Kirsten Tibbals ist eine der bekanntesten und international anerkanntesten Patissiers aus Australien. Sie war Mitglied des Australian Pastry Teams und wurde von führenden Patissiers und Chocolatiers der Welt ausgebildet. Im Juli 2004 vertrat sie Australien an der World Pastry Championship in Las Vegas, an der sie für ihre handgefertigten Schokoladen als Beste der Welt ausgezeichnet wurde. Kirsten Tibbals erhielt zudem an der Olympiade der Köche 2004 eine Goldmedaille und zahlreiche nationale Auszeichnungen in Australien.

Was finden Sie an Schokolade so faszinierend?

Ich liebe ihre Vielseitigkeit; es gibt kein anderes Lebensmittel, das so unglaublich gut schmeckt und sich auch noch so wunderbar künstlerisch gestalten lässt. Schokolade kann je nach Hersteller, dem Anbau im Ursprungsland und den Umweltfaktoren viele verschiedenartige Geschmacks- und Aromaprofile aufweisen.

Was war bisher Ihr schönstes Erlebnis während Ihrer beruflichen Karriere?

Mein schönstes Erlebnis war die Teilnahme an der Olympiade der Köche und der World Pastry Team Championship als Vertreterin für Australien. Die Wettbewerbe selbst waren sehr interessant, aber auch die Zeit der Vorbereitung und der Vertiefung meiner Kenntnisse als Patissier habe ich sehr genossen. Es war zwar recht anstrengend, an beiden Wettbewerben im selben Jahr teilzunehmen, aber doch ein wunderbares Erlebnis.

Renata Arassiro – Schokolade mit brasilianischer Note

Renata Arassiro ist Maître Chocolatier und Eigentümerin des erfolgreichen Geschäfts Renata Arassiro Chocolates in São Paulo, das vor Kurzem von einem Gourmet-Magazin als das beste Schokoladengeschäft der Stadt ausgezeichnet wurde. Für ihr Schokoladensortiment verwendet sie typisch brasilianische Produkte wie lokale Früchte oder Cachaça, eines der beliebtesten alkoholischen Destillate in Brasilien aus fermentiertem Zuckerrohr. Ihre einzigartigen Schokoladenprodukte sind in den besten Hotels und den elegantesten Gourmetmärkten von São Paulo erhältlich. Renata Arassiro hat vor zwölf Jahren ihre Ingenieur-Karriere an den Nagel gehängt, um sich ganz der Liebe zur Schokolade zu widmen. Heute bitten sie Unternehmen im ganzen Landes um Rat, wenn es um die Herstellung von Schokoladenspezialitäten geht.

Was finden Sie an Schokolade so faszinierend?

Alles, was mit Schokolade zu tun hat, fasziniert mich! Sie inspiriert und fordert einen heraus, alle fünf Sinne einzusetzen, um ein einzigartiges Genusslebnis zu schaffen. Ich finde es äusserst faszinierend, die flüssige Masse in ein wunderschönes, glänzendes Stück köstlicher Schokolade zu verwandeln.

Was war bisher Ihr schönstes Erlebnis während Ihrer beruflichen Karriere?

Da fallen mir drei Dinge ein: An erster Stelle steht meine Entscheidung, meine solide Karriere als Textilingenieurin aufzugeben und in die Welt der Schokolade einzusteigen. Zweitens die Ehre, die erste und bisher einzige Botschafterin für Callebaut® in Brasilien zu sein. Und schliesslich die Eröffnung meines eigenen Schokoladengeschäfts, auf das ich sehr stolz bin.

Marianne Valentine Nysted – nordische Schokoladenliebhaber verwöhnen

Marianne Nysted erhielt ihre erste Auszeichnung, als sie ihre Pâtissier-Ausbildung mit dem höchsten Notendurchschnitt abschloss, der jemals von einem Lehrling dieser Fachrichtung in Dänemark erzielt worden war. Sie ist Eigentümerin der Schokoladenboutique Sweet Valentine im Herzen von Kopenhagen. 1992 und 1996 gewann sie jeweils den nationalen Schokoladenwettbewerb in Dänemark. Aber auch auf internationaler Ebene glänzte sie: 1995 gewann sie den ersten Platz an einem internationalen Schokoladenwettbewerb in Frankfurt und 1994 erhielt sie die Bronzemedaille an der Nordic Championship in Oslo.

Was finden Sie an Schokolade so faszinierend?

Die Arbeit mit einem Material, das so lebendig ist und so viele Geschmacksvarianten aufweist, eröffnet unzählige Möglichkeiten. Es macht einfach so viel Spass, mit all diesen Möglichkeiten zu spielen.

Was war bisher Ihr schönstes Erlebnis während Ihrer beruflichen Karriere?

Oh, da gibt es so viele davon. Zu meinen schönsten Erlebnissen zählten der Abschluss meiner Ausbildung mit dem höchsten Notendurchschnitt und der Erhalt eines Stipendiums, das mir die grossartige Möglichkeit bot, ein

Jahr lang durch Europa zu reisen. Während dieser Zeit war ich Praktikantin an mehreren Privatschulen und bei verschiedenen Pâtissiers in der Schweiz, in Belgien, Frankreich und Österreich. Ein weiterer riesiger Schritt war die Eröffnung meines ersten Schokoladengeschäfts im Jahr 2000. 2011 eröffnete ich dann den zweiten Laden. Und schliesslich habe ich die Brasilien-Reise 2011 mit dem Ambassadors Club von Barry Callebaut sehr genossen. Es war sehr interessant, mehr über die Herkunft von Kakao zu erfahren und mein tägliches Arbeitsmaterial aus einer anderen Perspektive zu sehen.

Estella M. Belfer – mit Schokolade ins Fernsehen

Estella M. Belfer ist Gründerin und Leiterin von Estella Master Class in Pastry & Chocolate, des führenden kulinarischen Instituts in Israel. Sie graduierte (cum laude) am Pâtisserie-Lehrgang der Cordon Bleu School in Paris. Anschliessend vertiefte sie ihre Kenntnisse an verschiedenen Schulen und in mehreren Unternehmen in Frankreich, Deutschland und Grossbritannien. Zu ihrer umfangreichen Berufserfahrung zählt auch die Pâtisserie-Herstellung in den angesehenen Dan Hotels. Sie war die erste Expertin in Israel, die Fachkräfte in modernen Schokoladentechniken schulte. Vor Kurzem hat Estella M. Belfer ihre eigene TV-Show auf dem Israeli Culinary Channel gestartet. Sie hält überall im Land sowie in den USA Vorträge und entwickelt Schokoladen- und Pâtisserieprodukte für führende Hersteller in ihrem Heimatland.

Was finden Sie an Schokolade so faszinierend?

Schokolade ist ein einzigartiges Material, das alle Sinne anspricht. Schokolade kann einen nicht gleichgültig lassen. Wo immer Sie hingehen, überall werden Sie auf Schokoladenliebhaber treffen.

Was war bisher Ihr schönstes Erlebnis während Ihrer beruflichen Karriere?

Mein schönstes Erlebnis war zu sehen, wie der wunderbare Rohstoff

Kakao hergestellt wird und wie erfahrene Bauern in einem überwiegend manuellen Prozess mit den Launen des Wetters sowie den verschiedenen Pflanzenschädlingen und -krankheiten umgehen müssen. Zu sehen, wie alte und neue Technologien eingesetzt werden, um Kakao in Schokolade zu verwandeln, hat mich inspiriert, die Wunder der Schokolade noch weiter zu erforschen und mit neuen Kreationen zu experimentieren.

Herausgeber

Barry Callebaut AG
West-Park
Pfungstweidstrasse 60
8005 Zürich
Schweiz

Das Journal von Barry
Callebaut erscheint auf
Deutsch und Englisch.

Konzept / Design

hilda design matters,
Zürich

Text

Barry Callebaut AG
Corporate
Communications

Prepress/Druck

Klimaneutral produziert
durch Linkgroup.

Diese Publikation ist
auf FSC-zertifiziertem
Papier gedruckt.

Die im Journal ver-
öffentlichten Beiträge
und Bilder sind
urheberrechtlich
geschützt.

Nachdruck – auch
auszugsweise – nur mit
schriftlicher Genehmi-
gung des Herausgebers.



MIX
Paper from
responsible sources
FSC® C007447

UNTERNEHMENSGESCHICHTE

Barry Callebaut mit Sitz in der Schweiz ist aus der Fusion des belgischen Schokoladenherstellers Callebaut mit dem französischen Schokoladenproduzenten Cacao Barry im Jahr 1996 hervorgegangen. Die Fusion vereinte das Know-how von Cacao Barry in der Beschaffung und den ersten Verarbeitungsschritten von Kakao mit der umfangreichen Erfahrung von Callebaut in der Herstellung und Vermarktung von Schokoladenprodukten. Seit 1998 ist Barry Callebaut an der Schweizer Börse SIX Swiss Exchange kotiert.

Heute ist Barry Callebaut ein voll integrierter Schokoladenkonzern mit globaler Präsenz. Die Firma bietet im Bereich Schokolade umfassende Lösungen für die gesamte Lebensmittelindustrie an. Barry Callebaut ist in 27 Ländern präsent, betreibt derzeit 40 Produktionsstätten, beschäftigt rund 6000 Mitarbeitende und hat im Geschäftsjahr 2010/11 einen Umsatz von CHF 4,6 Milliarden erwirtschaftet.

1999

Akquisition der Carma AG, Schweiz

2002

Akquisition der Stollwerck-Gruppe, Deutschland

2003

Akquisition der niederländischen Gruppe Graverboom B.V. (einschliesslich Luijckx B.V.)

Akquisition der Brach's Confections Holding Inc., USA

2004

Akquisition des Vending-Mix-Geschäfts (Getränkemischungen für Verkaufsautomaten) der AM Foods, Schweden

2005

Eröffnung einer Schokoladenfabrik in Kalifornien, USA

2007

Eröffnung einer Schokoladenfabrik in Tschechow, Russland

Veräusserung von Brach's Confections Holding, Inc., USA

Unterzeichnung von bedeutenden langfristigen Outsourcing-Verträgen mit Nestlé, Hershey und Cadbury

Akquisition einer Kakaofabrik in Pennsylvania, USA

2008

Eröffnung einer Schokoladenfabrik in Suzhou, China

Erwerb einer 49%-igen Beteiligung an Biolands, Tansania

Akquisition eines 60%-Anteils an KLK Cocoa in Malaysia

Eröffnung eines Verkaufsbüros und einer Chocolate Academy in Mumbai, Indien

Eröffnung von neuen Chocolate

Academies in Suzhou, China; Zundert, Niederlande; Tschechow, Russland; und Chicago, USA

Akquisition des Dekorations-spezialisten IBC in Kortrijk-Heule, Belgien

Outsourcing-Vereinbarung mit Morinaga in Japan und Start der Produktion in der neuen Fabrik

2009

Eröffnung einer Schokoladenfabrik in Monterrey, Mexiko

Verkauf des Verbrauchergeschäfts Van Houten Singapore an Hershey

Unterzeichnung einer Vertriebsvereinbarung mit Bunge Alimentos in Brasilien

Akquisition des dänischen Herstellers von Vending-Mix-Produkten Eurogran

Akquisition des spanischen Schokoladenherstellers Chocovic, S.A.

2010

Eröffnung einer Schokoladenfabrik in Extrema, Brasilien

Unterzeichnung eines langfristigen globalen Liefervertrags mit Kraft Foods

2011

Akquisition der Rest-Beteiligung von 40% an Barry Callebaut Malaysia Sdn Bhd, vormalig KLK Cocoa

Unterzeichnung eines langfristigen Outsourcing-Vertrags mit Chocolates Turin, Mexiko

Verkauf des europäischen Verbrauchergeschäfts an die belgische Baronie Group

**BARRY
CALLEBAUT
IN NUMMERN**
FÜR DAS
GESCHÄFTSJAHR
2010/11

**ANZAHL
MITARBEITENDE**

5'972

ANZAHL FABRIKEN

40

**ANZAHL KUNDEN
AUS DER
NAHRUNGSMITTEL-
INDUSTRIE**

6'000

ANZAHL REZEPTE

2'000

**ANTEIL DES DIREKT
IN DEN HER-
KUNFTSLÄNDERN
BESCHAFFTEN
KAKAOS**

61%

**ANZAHL DER
F&E-PROJEKTE**

1'918

**ANZAHL
AMBASSADOREN
WELTWEIT**

155

**VIA OPP-KOOPERA-
TIVEN BEZOGENER
KAKAO (IN TONNEN)**

59'303

**REDUKTION DES
CO₂-AUSSTOSSES**

9,8%

**ANZAHL IN UNSEREN
CHOCOLATE ACADE-
MIES AUSGEBILDETE
KUNDEN PRO JAHR**

26'000

Barry Callebaut ist der welt-
weit grösste Hersteller von
hochwertigen Kakao- und
Schokoladenprodukten. Die
Firma steht im Dienst der
gesamten Nahrungsmittel-
industrie, von industriellen
Nahrungsmittelherstellern
bis zu gewerblichen und
professionellen Anwendern.

