

Medienmitteilung

Die nächste Generation von Konsumenten sucht nach Erlebnissen, die schmackhaft, gut für sie und gut für den Planeten sind

Barry Callebaut führt komplett milchfreie „Milk Chocolate“ als Teil einer genussorientierten „Plant Craft“-Produktpalette ein

- **Barry Callebaut führt die einzigartige und zu 100 % milchfreie „Milk Chocolate“ ein, um der wachsenden Nachfrage der Konsumenten nach Genuss auf Pflanzenbasis gerecht zu werden**
- **Die neue „Milk Chocolate“ ist Teil der „Plant Craft“-Produktpalette, die Schokolade, Kakao, Nussprodukte, Füllungen und Dekorationen umfasst**
- **Barry Callebaut wird eine Schokoladenfabrik in Europa vollständig von Milchverarbeitung trennen und der milchfreien Schokoladenproduktion widmen**

Köln, 2. Februar 2020 – Barry Callebaut, der weltweit führende Hersteller von hochwertigen Schokoladen- und Kakaoprodukten, gab heute die Einführung der zu 100 % milchfreien „Milk Chocolate“ als Teil einer „Plant Craft“-Reihe bekannt. Die neue Schokolade erfüllt die insbesondere bei den Generationen Y und Z wachsende Nachfrage nach Genuss auf Pflanzenbasis. Die neue Schokolade ist Teil eines breiteren Portfolios von „Plant Craft“-Produkten, die von Schokolade, Kakao, Nüssen und Füllungen bis hin zu Dekorationen reichen.

Die neue Generation wird zu Flexitariern

Die Generationen Y und Z möchten bewusst ein glückliches, gesundes Leben im Einklang mit der Welt um sie herum führen. Sie wollen Nahrungsmittel und Getränke, die schmackhaft sowie gut für sie und auch gut für den Planeten und seine Menschen sind.

Die Einführung erfolgt zu einer Zeit, in der nachhaltigkeitsbewusste Verbraucher, insbesondere die Generationen Y und Z, zunehmend einen flexitarischen oder freeganen Lebensstil annehmen. Sie navigieren nahtlos zwischen pflanzlichen Produkten an einem Tag und tierischen Produkten am nächsten oder nehmen an Ereignissen wie „Veganuary“ teil – hier ernährt man sich im Monat Januar ausschliesslich vegan –, um ihren CO₂-Fussabdruck zu reduzieren.

Bei den jüngeren Generationen sind diese Trends sogar noch stärker ausgeprägt: Eine kürzlich von Barry Callebaut durchgeführte Verbraucherstudie ergab, dass etwa 1 % der deutschen Befragten der Generation Z und Y behaupten, sich vegan zu ernähren, weitere 15 % sich als Vegetarier und über ein Drittel (34 %) als Flexitariern bezeichnen. Weitere bemerkenswerte Ergebnisse der Umfrage sind:

- Über ein Viertel (26 %) der jüngeren Generation konsumiert täglich milchfreie Optionen von Produkten – „ein starker Kontrast zu den Befragten im Alter über 37 Jahren, von denen 86 % nie milchfreie Varianten von Produkten konsumieren.
- Entscheidend ist, dass der Anteil der Bevölkerung, der sich pflanzlich ernährt, zunimmt: 42 % geben an, mehr vegane oder milchfreie Produkte zu konsumieren als vor fünf Jahren, und 40 % erwarten, dass ihr eigener Konsum von milchfreien Produkten in den nächsten fünf Jahren steigen wird.
- Das bedeutet jedoch nicht, dass sie mit dem derzeitigen Marktangebot zufrieden sind: 36 % sind der Meinung, dass es nicht genug schmackhafte vegane oder milchfreie Optionen auf dem Markt gibt, und 27 % derer, die Produkte auf Pflanzenbasis ablehnen, führen dies auf eine Abneigung gegen den Geschmack oder die Beschaffenheit zurück.

Pflanzenbasierte Genusserlebnisse, die keine Kompromisse beim Geschmack eingehen

Die neue milchfreie „Milk Chocolate“ ist cremig, milchig und hat den typischen Geschmack sowie die Beschaffenheit von Milkschokolade. Sie wird mit einer Zutat natürlichen Ursprungs

hergestellt, die exklusiv für Barry Callebaut erhältlich ist und von einer einzigartigen Wurzel stammt. Ein F&E-Team von Barry Callebaut benötigte zwei Jahre, um diese Innovation zu entwickeln.

„Die nächste Generation von Konsumenten sucht nach Erlebnissen, die schmackhaft, gut für sie und gut für den Planeten sind. Wir wollen die Industrie bei dieser pflanzenbasierten Revolution begleiten“, kommentierte Pablo Perversi, Chief Innovation, Sustainability and Quality Officer und Leiter des Bereichs Gourmet bei Barry Callebaut. „Wir haben mehr als 175 Jahre Erfahrung im Schokoladenhandwerk und stellen die Schaffung von Genusslebnissen in den Mittelpunkt unseres Handelns. Wir sind stolz darauf, dank unserer Innovation Schokoladenkreationen mit genau der Cremigkeit anbieten zu können, welche die Konsumenten lieben, und das ganz ohne Milchprodukte.“

Um gewerbliche Anwender und Nahrungsmittelmarken auf der ganzen Welt dabei zu unterstützen, Genusslebnisse auf Pflanzenbasis zu schaffen, präsentiert Barry Callebaut „Plant Craft“, eine breite Produktpalette an milchfreien und veganen Zutaten: Schokolade, Kakaopulver, Nussprodukte von der Paste bis zur Füllung sowie Dekorationen.

Erste vollständig von Milchverarbeitung getrennte Fabrik für milchfreie Schokolade in Europa

Um diese pflanzenbasierten Produkte auf den Markt zu bringen, entwickelt Barry Callebaut eine einzigartige europäische Präsenz vollständig milchfreier Produktionsanlagen, einschliesslich einer hochmodernen Schokoladenfabrik in Norderstedt, Deutschland. Die neue Fabrik wird die erste Anlage des Herstellers sein, die den europäischen Markt mit milchfreier Schokolade beliefern wird. Die jährliche Produktionskapazität dürfte Zehntausende von Tonnen erreichen. Die bereits bestehende Schokoladenfabrik wird in der ersten Hälfte des Jahres 2021 als komplett milchfreie Anlage eröffnet.

Das neue Sortiment an milchfreier Schokolade, Kakao und Nussprodukten wird die Industrie-Konditoren mit allem ausstatten, was sie für die Herstellung genussvoller milchfreier Kreationen benötigen. Nahrungsmittelmarken und –gewerbliche Anwender können von der Unterstützung des neuen „Plant Craft“-Zentrums auf www.barry-callebaut.com profitieren, das als Quelle der Inspiration und als fachliche Beratung bei der Entwicklung köstlicher Kreationen auf Pflanzenbasis dient. Es bietet Rezepte, Branchentrends und Empfehlungen von Konditoren. Ausserdem stehen fachkundige Berater zur Verfügung, um bei der Geschmackspaarung und der Verarbeitbarkeit zu helfen.

Über die Umfrage

Barry Callebauts eigene Online-Umfrage wurde im Januar 2020 mithilfe der Qualtrics Consumer Research-Plattform durchgeführt und richtete sich an Verbraucher über 18 Jahre in sechs Ländern: Belgien, Frankreich, Deutschland, Italien, Spanien und dem Vereinigten Königreich. Ziel war es, die sich ändernden Essgewohnheiten der Verbraucher und ihre Einstellung zu veganen oder pflanzenbasierten Produkten zu untersuchen. Die Teilnehmer wurden repräsentativ für die Bevölkerung des jeweiligen Landes ausgewählt und über ein Online-Forschungspanel angeworben. Insgesamt wurden 1800 Antworten – je Land 300 – gesammelt.

In der Umfrage wurden die folgenden Definitionen verwendet:

Vegetarisch: Produkte, die ohne Fleisch, Geflügel, Wild, Fisch oder Schalentiere hergestellt werden, die aber mit Milch oder Eiern hergestellt werden können.

Flexitarisch: eine gemischte Ernährung, hauptsächlich vegetarisch mit gelegentlichem Fleischkonsum.

Vegan/pflanzenbasiert: Produkte, die ohne tierische Zutaten hergestellt werden. Können Spuren von Milchprodukten enthalten.

Milchfrei: Produkte, die in einer kontrollierten Umgebung ohne Spuren von Milch hergestellt werden. Für Milchallergiker geeignet.

Über die Barry Callebaut Gruppe (www.barry-callebaut.com):

Mit einem Umsatz von rund CHF 7.3 Milliarden (EUR 6.5 Milliarden / USD 7.4 Milliarden) für das Geschäftsjahr 2018/19 ist die in Zürich ansässige Barry Callebaut Gruppe der weltweit grösste Hersteller von hochwertigen Schokoladen- und Kakaoprodukten – von der Beschaffung und Verarbeitung der Kakaobohnen bis zur Herstellung der feinsten Schokoladen, einschliesslich Füllungen, Dekorationen und Schokoladenmischungen. Die Gruppe unterhält weltweit mehr als 60 Produktionsstandorte und beschäftigt eine vielfältige und engagierte Belegschaft von mehr als 12,000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern.

Die Barry Callebaut Gruppe steht im Dienst der gesamten Nahrungsmittelindustrie, von industriellen Nahrungsmittelherstellern bis zu gewerblichen und professionellen Anwendern wie Chocolatiers, Confiseurs, Bäckern, Hotels, Restaurants oder Cateringunternehmen. Diese Gourmet-Kunden bedienen wir mit den zwei globalen Marken Callebaut® und Cacao Barry®. Die Barry Callebaut Gruppe setzt sich dafür ein, nachhaltige Schokolade bis 2025 zur Norm zu machen, um die künftige Versorgung mit Kakao sicherzustellen und das wirtschaftliche Auskommen der Bauern zu verbessern. Sie unterstützt die Stiftung Cocoa Horizons in ihrem Ziel, eine nachhaltige Kakao- und Schokoladenzukunft zu gestalten.

Folgen Sie der Barry Callebaut Gruppe:**Kontaktperson
für Medien**

Frank Keidel
Head of Media Relations
Barry Callebaut AG
Telefon: + 41 43 268 86 06
frank_keidel@barry-callebaut.com

für Investoren und Finanzanalysten:

Claudia Pedretti
Head of Investor Relations
Barry Callebaut AG
Telefon: +41 43 204 04 23
claudia_pedretti@barry-callebaut.com