

# Neue, weite Welt der Schokolade

**Weg vom Dessert, hin zum Hauptgang: Eine neue Aroma- und Kombinationsübersicht zeigt auf, wozu Schokolade fähig ist, und ist eine Bereicherung für Köche und Pâtisiers.**

RENATE DUBACH

Es ist etwas mehr als ein simples Aromarad, wie man es vom Wein und Getränken her kennt, die neue Broschüre «Aromawelt» der Max Felchlin AG: Sie listet die Kakaointensität, das Aromaprofil, Emotionen und Kombinationsmöglichkeiten übersichtlich für alle Couverturen, die meisten davon Grand Crus. Präzisieren muss man, dass die Schokolade-Spezialisten aus Schwyz schon vor über einer Dekade eine Aromauübersicht lancierten. Die neue, viel ausführlichere Variante ist so angelegt, dass sie Schokolade-Profis Inspirationen und Schokolade-Neulingen Hilfe bietet. So jeden-

falls formuliert es Pascal Schmutz, einer der rund 35 beigezogenen externen Experten, die an der «Aromawelt» mitgearbeitet haben: «Wir – nicht nur Köche, sondern auch Architekten, Winzer, Künstler und Fachlehrer – haben einmal einen Tag lang andere Zugänge zu Schokolade gesucht. Aber das war nur ein Teil der Arbeit, der in diese Broschüre geflossen ist. Ich arbeite schon lange mit Schokolade. Für mich ist «Aromawelt» trotzdem spannend, sie regt mich zum Denken an. Und für unsere Lehrlinge ist ganz einfach ersichtlich, was miteinander harmoniert, und sie kommen so zu besseren Kombinationen», er-



**Schokolade ist weit mehr als nur ein Dessert-Produkt und lässt sich mit unzähligen Speisen kombinieren.** Felchlin AG



**Erich Keller**

«Schokolade wird mehr zum Luxusprodukt.»

Stv. Verkaufsleiter Schweiz bei Max Felchlin AG, Schwyz

felchlin.com

**Erich Keller, Felchlin hat mit «Aromawelt» eine Übersicht über Ihre Couverturen und deren Kombinationsmöglichkeiten geschaffen. Ein Marketing-Werkzeug?**

Es ist viel mehr als das, es stecken eineinhalb Jahre Arbeit in diesem Werk, das sehr positiv aufgenommen wurde. Wir wollen die Informationen, die uns zur Verfügung stehen, weitergeben. Confiserie und Pâtisiers arbeiten oft mit den drei Standard-Sorten «dunkel», «Milch», «weiss». Wir wollen ihnen aufzeigen, welche Möglichkeiten es gibt, verschiedene Couverturen zu verarbeiten und individuelle Kreationen in den Betrieb zu bringen.

**Bei Ihnen gibt es insgesamt 24 verschiedene Sorten.**

Genau, und mit «Aromawelt» zeigen wir die Cacao-Intensität, die Aromen, die Charaktere und die Kombinationsmöglichkeiten. Ein bisschen viel zum Auswendiglernen, wenn man nicht täglich mit allen Schokoladen zu tun hat. Aber es geht ganz

einfach: Nehmen wir an, ich möchte etwas mit Mandelblüten oder Orangen kombinieren. Dann schaue ich nach, welche Sorte dieses Aroma aufweist. Oder wenn man eine spezielle Schoggi für den Valentinstag herstellen möchte, dient einem die Spalte «Emotionen» als Inspirationsquelle. «Maraicabo Crème» eignet sich, weil sie als feinsinnig, zärtlich und seidig umschrieben wird. Sehr aussagekräftig ist auch die Spalte «Aromen-Intensität»: Die Geschmacksabfolge zeigt auf, welche Aromen in einer Couverture zu finden sind. Suche ich zum Beispiel nach Grapefruit und Zitronenaromen, zeigt mir diese, dass die Couverture Bolivia 68% sich auszeichnet für ein warmes Schokoladenküchlein mit flüssigem Kern eignet.

**Kann man Schokolade wirklich als «zärtlich» beschreiben?**

Es ist nicht einfach, das stimmt. Aber wir haben die Charakterisierungen aufgelistet, die von unserem bestens geschulten

Sensorik-Panel – das sind 25 Personen aus unserer Firma – am meisten genannt worden sind. Wir möchten damit auch Inspirationen geben. Ich kann Ihnen versichern, die zärtliche Schokolade gibt es tatsächlich.

**Wie sieht die Zukunft der Schokolade aus?**

Der Trend wird dahin gehen, dass die Rohstoffe immer knapper werden. Dank unserer Flexibilität sind wir klar im Vorteil: Wir sind mit den Arbeits- und Produktionsbedingungen vor Ort vertraut. Zu den Cacaobauern pflegen wir nicht nur geschäftliche, sondern auch persönliche Kontakte und besuchen sie regelmässig. Das gibt uns die Möglichkeit, auf die Qualität der Cacaobohnen Einfluss zu nehmen: die besten Bohnen direkt vom Bauern. Wir bezahlen höhere Preise als Fairtrade-Organisationen und achten auf eine definierte Herkunftsbezeichnung und faire Bedingungen vor Ort. Die Schokolade wird immer mehr zum Luxusprodukt. rd

zählt der Küchenchef der Osteria Acqua in Basel.

Der Team-Captain des Junior-Kochnationalteams, Norman Hunziker, weist auf einen anderen Aspekt hin, der aus der «Aromawelt» hervorgeht: «Bei Felchlin hat man die Gewissheit, dass die Aromen und Röstungen konstant sind – und so bleiben, wie sie aufgelistet sind. Zudem erfährt man, woher die Kakaobohnen kommen.» Hunziker hat nicht nur eine Vorliebe für erstklassige Schokolade, sondern auch für ungewöhnliche Kombinationen: Eine Komponente einer aktuellen Vorspeise besteht aus weisser Schokolade, Frischkäse und Vanille.

**Zwiebelcrème mit Schokolade und Saucen mit Kakao-Noten**

Es geht natürlich auch extrem: Ralph Schelling hat schon eine mit lokalem Kirschholz geräucherte Zwiebelcrème mit Schokolade kombiniert. Der Gewinner des «Swiss Culinary Cup 2008» ist einer der Experten, die schon längere Zeit mit Felchlin zusammenarbeiten. Besonders die Varianten «Lait de Terroir» mit Bergheumilch von Kühen der Unesco Biosphäre Entlebuch haben es dem Ostschweizer angetan: «Diese Schokolade schmeckt einfach reiner, purer.» Schelling, dessen Wanderjahre ihn zu Horst Petermann, Ferran Adrià, Heston Blumenthal und Andreas Caminada führten, ist heute auf der ganzen Welt als «Private Chef» sowie für Events unterwegs. Und dabei arbeitet er am liebsten mit lokalen Zutaten. Aus Mexiko kennt Schelling die Saucen mit feinen Kakaonoten, die dort zu Tortillas gereicht werden. «Eine Sauce mit schwarzer Schokolade, die per se nicht sehr süß ist, passt auch bei uns hervorragend zu dunklem Fleisch wie Wildkaninchen oder Rehpfleger.»

Durch die angegebenen Kombinationsmöglichkeiten

mit weiteren Produkten eröffne sich ganz allgemein für seine Küche ein «gezielter Aromaeffekt», ist Florian Gilges überzeugt, Küchenchef vom Parkhotel Weggis. So richtig in die (Menü-)Karten blicken lässt er sich dennoch nicht: «Wir werden uns auf die Sommersaison das eine oder andere einfallen lassen, wie man Schokolade an den Herd und zum Gast bringen kann. Schokolade ist ein Alleskönner; wenn man sie richtig einsetzt und ihre Qualitäten als «Würze» richtig einsetzt, hat sie viele Reize. Wenn man sie nicht richtig behandelt, bleibt sie verschlossen, wie ein guter Wein.» Und die Pâtisiers im Parkhotel? Die hätten die Freiheit, sich mit den vorgeschlagenen Produkten rund um die Schokolade «auszutoben».

Allzu fest «astoben» mag sich hingegen Pascal Schmutz nicht: «Klar, Schokolade in dunklen Saucen oder in Kombination mit Käse ist toll. Ich habe auch schon Fleisch in Schokolade gelagert. Aber ich mag es nicht allzu extrem. Schokolade ist ein edles Produkt mit einem hervorragenden Geschmack, den ich unbedingt erhalten möchte», schiebt der «Acqua»-Küchenchef nach. Ob und wie schnell sich die Schokolade vom Dessertbereich weg in Richtung Vorspeise und Hauptgang verschiebt, ist noch unklar. «In der Schweiz geht es bekanntlich manchmal etwas länger, bevor sich etwas durchsetzt», betont er.



**Opus Lait 38% Schokolade mit Heumousse und caramelisiertem Trockenfleisch.** Felchlin AG/Tania Quispe

**FBK Eine positive Messebilanz mit 207 Ausstellern und 22 770 Besuchern**

Das Thema Schokolade war auch an der diesjährigen Schweizer Fachmesse für Bäckerei-, Konditorei- und Confiseriebedarf (FBK) ein grosses: Im Trendforum führte der Food-Journalist und Sensoriker Patrick Zbinden mit multisensorischen Erlebnissen in die Welt der Schokolade. Zudem warteten weitere spannende Fachdemonstrationen vom Kaffee bis zum Sauerteig auf die Besucher. Die FBK 2017,

die vom 22. bis 25. Januar in Bern stattfand, schloss mit einer positiven Bilanz: mit konstanten Besucherzahlen während vier Tagen und insgesamt 22 770 Interessierten. Die 33. Fachmesse präsentierte 207 Aussteller aus dem In- und Ausland und positionierte sich einmal mehr als Branchen-Treffpunkt und Inspirationsquelle. fee

fbk.ch

**BIG BUSINESS ...**  
**SIND NUR BIG SIZE, BIG IDEAS, BIG DATA DIE GARANTEN FÜR DEN ERFOLG?**  
 27. TOURISMUSFORUM ALPENREGIONEN VOM 27. - 29. MÄRZ 2017 IM ÖTZTAL / SÖLDEN (A)  
 ... oder smaller is beautiful?  
 Wissen und Zukunftsimpulse am Think Tank für den alpinen Tourismus - und das am berühmten 007-Drehort u.a. mit Blaise Carrig (Vail Resorts, US), Dr. Burkhard Weiss (airBnB), Hanni Rützler (future food), Dr. Hans-Georg Häusel (Hirnforscher), Marco Büchel (Ex-Skirennfahrer)  
**www.tourismusforum.ch**  
 ANZEIGE  
 TOURISMUS TFA FORUM ALPENREGIONEN  
 Jetzt anmelden! hotelleriesuisse-Mitglieder profitieren von Sonderkonditionen - Ihr Code: GR73HTR1712