MONATSSERIE

Schokolade

TEIL 4

Schweizer Schokoladengipfel

Wir waren bei Felchlin, dem berühmten Unbekannten. Die Schwyzer Firma ist Zulieferer für Chocolatiers wie Fabian Rimann, in dessen Manufaktur unser Autor Erik Brühlmann Sie zum Schluss dieses Grand-Cru-Serienfinales führen wird. Halbfabrikate liefert Felchlin, aber wer da an Halbes denkt, liegt falsch, wie wir bald gemerkt haben. Bruchstücke zu einem Firmenporträt in fünf Verkostungsstufen.

von Gabrielle Boller und Andreas Nentwich

Fotos: zVg

«Bitte klingeln und eintreten»: Wir klingeln und treten ein. Eine freundliche junge Dame ist sofort da, bittet uns zu warten. Kultiviertes Heim, knarzende Stille. Der Blick fällt auf Kunst, dann auf Messingtafeln, die in grossen Rahmen zusammengefasst sind. Auf ihnen stehen Namen, Namen und Daten, Jahre von bis und Jahre von. Dann kommt Herr Künzli und antwortet dem fragenden Blick.

Eins: Firmenkultur Grand Cru

Stefan Künzli ist der Marketingchef der Firma, deren Name schon durch diese ganze Serie raunt: Felchlin. Wir treffen ihn in dem villenartigen Gebäude in der Bahnhofstrasse von Schwyz, das seit 1928 Stammhaus ist. Alle Mitarbeiter, sagt Herr Künzli, auch die KV-Lehrlinge, die man ausbildet, hätten hier ein Täfelchen, nicht aus Schokolade, sondern aus Messing: Eintrittsjahr, je nachdem Austrittsjahr. Die meisten, das haben wir schnell gesehen, sind lange da. Das Wort Berufsleben stellt sich ein. Gleich werden wir mit Herrn Künzli in einem Raum sitzen, der an einen Wintergarten erinnert, und ihn zum Selbstverständnis seines Unternehmens befragen, und er wird das Unternehmen mit seinen 55 Millionen Jahresumsatz mit blitzenden Augen als «Zwerg» und «Nobody» unter den Schokoladefabrikanten bezeichnen: «Was wir als Jahresmenge haben, produzieren die Grossen in einer Woche». Wir werden mit ihm über die Strasse ins «Condirama» gehen, das Weiterbildungszentrum für Confiseure, zuletzt wird er uns in sein Auto packen und zur Fabrik fahren. Überall werden wir erleben, wie eine Kultur aus dem Augenblick entsteht. Wir suchen nach Pferdefüssen, aber warum sollen wir uns täuschen: Alle Mitarbeiter merken auf, nicken den Störenfrieden aufmerksam zu. Einzelne, in deren Wirkungskreis wir mit Stefan Künzli treten, sprechen uns an, erklären, was sie machen, geben uns, so vorhanden, etwas zum Verkosten. Es ist ja nicht durchgehend eine angenehme Arbeit, Hitze, Kälte, Lärm, Geruch: Die Essigsäure, die beim Rösten der Bohnen entsteht, hängt in den Kleidern. Bringt sich da so etwas zum Ausdruck wie Stolz? Ach wie gut, dass niemand weiss, dass wir die Besten sind? Ein Zulieferer, der vielleicht nicht den Lack, die Zierleisten und Aussenspiegel liefert, aber eigentlich doch den ganzen BMW?

Zwei: Zunehmende Kakaointensität

1908 begann der Kaufmann Max Felchlin in Schwyz mit Honig zu handeln, 1924 produzierte er eigenen Kunsthonig, später kamen die Nougatmasse «Pralinosa» und das Cremepulver «Sowiso» dazu. Aber der Paukenschlag erfolgte 1920 mit der Herstellung eigener Schokoladen.

Die Geschichte des Hauses Felchlin: eine patriarchale Verführung. 1962 übernahm Max junior den Stab, nicht weniger originell als der Vater, zusätzlich polyglott, Unternehmensberater in den USA, ein Enfant-terrible-Patron, der sich als «Industriebürger» verstand, als ein Geist, der, weil er frei war, diente: seiner Heimat, der Kultur, den Mitarbeitern, und schliesslich, als dienender Zulieferer, der Schokoladenveredelung. Er baute eine neue Fabrik, verwandelte die Firma in eine AG und richtete 1988 das «Condirama» ein. Seinen Nachfolger fand er nicht in der Familie, sondern per Inserat: «Wir suchen einen Menschen (Mann oder Frau)». Seit 1992 führt der auf Augenschein und Bauchkriterien hin eingestellte Christian Aschwanden das Unternehmen mit seinen derzeit etwa 130 Mitarbeitern. Die Felchlin-Rezeptur: Durch kühne Schnitte und Schritte das Kleinbleiben zukunftsfähig machen. Unter Aschwanden wurde nicht nur die Produktion unter Beibehaltung alter Verfahren weiter modernisiert: Spätestens um die Jahrtausendwende war Felchlin Synonym für Nachhaltigkeit und Hochwertigkeit. 2004 wurde die Edelschokolade «Grand Cru Maracaibo Clasificado 65%» bei einer Blindverkostung zur «World's Best Chocolate» gekürt.

Drei: Von Bohnen, Bauern und Begeisterung

Wenn man, wie bei Felchlin, auf Qualität anstatt Quantität setzt, kann es einem natürlich nicht egal sein, wo die Kakaobohne herkommt. Über die Börse, wo der Grosshandel stattfindet, läuft hier gar nichts, die gewünschte Qualität ist dort nicht zu finden. Felchlin schickt vielmehr seinen erfahrenen Einkäufer, Felix Inderbitzin, zu den Anbaugebieten in den verschiedenen Ländern, wo Verträge direkt mit den Bauern, mit Genossenschaften und Kooperativen, abgeschlossen werden. Mit einer Vertrauensperson vor Ort wird die Ware eingekauft und immer wieder aufs Sorgfältigste bemustert und mit dem Sensorikpanel analysiert. Auf diese Weise könne man auch schon vor Ort auf die Qualität des späteren Kakaos Einfluss nehmen. «Diskret und diplomatisch», so sagt Stefan Künzli, könne man den Bauern gewisse Tipps geben – zum Beispiel wie man optimal fermentiert. Die Fermentation und die Sonnentrocknung sind erste wichtige Schritte bei

Oben: Kleinste Kuvertüreneinheit: Rondos zum Einschmelzen.

Links: Langsam und schonend werden die Bohnen bei Felchlin geröstet.

der Verarbeitung. «Wenn da etwas schiefgeht, können Sie keine gute Schokolade mehr aus den Bohnen machen», so Künzli. Die aus den Kakaofrüchten herausgeschabten und selektionierten Bohnen müssen nämlich erst einmal fermentiert werden, ein Reifungsprozess, bei dem die Bildung der Aromen erst in Gang gesetzt wird. Dazu werden die Kakaobohnen in hölzerne Fermentierungskisten gebracht und gären dort, je nach Sorte, fünf bis acht Tage lang. Beendet wird dieser spontan ablaufende Prozess mit der Trocknung. Dass dieses Prozedere heikel ist und viel Erfahrung benötigt, leuchtet ein – beim Transport sollten die Bohnen nicht mehr als 6,5 Prozent Feuchtigkeit enthalten. Es ist von Vorteil, wenn Felchlin mit den Bedingungen vor Ort vertraut ist – wenn sie deshalb für die Bohnen gut, sogar noch über dem Fair-Trade-Preis liegend, zahlen, ist das durchaus nicht bloss uneigennützig. Nur durch nachhaltige Zusammenarbeit mit den Produzenten, faire Preise und die Förderung von Biodiversität ist eine hohe Qualität zu halten: «Wir haben grosses Interesse daran, dass die Bauern auch mittelfristig noch Kakao anbauen. Das ist ein zentraler Punkt unserer Firmenphilosophie», erklärt Stefan Künzli.

Die neue Produktionsstätte in Ibach bei Schwyz wurde 2014 in Betrieb genommen.

Vier: Von der Kakaobohne zur Schokolade

Nach weiteren Qualitätskontrollen in Rotterdam und Basel gelangen schliesslich die Säcke mit dem «Rohstoff», den Kakaobohnen, bei Felchlin in Schwyz an. Sie stammen hauptsächlich aus Anbaugebieten in Südamerika, Costa Rica, Venezuela, Bolivien etwa, aber auch Ghana, Madagaskar oder Java. Eine rare Besonderheit bilden die viel kleineren Bohnen aus Wildsammlungen, die in unberührt belassenen Urwaldinseln im Amazonasgebiet von Indianerfamilien gesammelt werden – und ja, alle diese Sorten werden natürlich nicht gemischt, sondern separat verarbeitet, sodass jede Schokolade ihre eigene, spezielle Aromatik hat. Auf die Sensorikausbildung wird bei Felchlin denn auch grossen Wert gelegt – jeder Mitarbeiter, der dafür Flair hat, kann Teil des Verkosterteams werden, jener Gruppe von etwa fünfundzwanzig ständig weitergeschulten Leuten, die über die gleichbleibend hohe Qualität der Schokolade wachen.

Doch zum Geschmack später – begleiten wir die Bohnen erst einmal durch den Fabrikationsprozess! Nach der Reinigung mit 127 Grad heissem Wasserdampf und einer auf die Eigenschaften der jeweiligen Sorte abgestimmten, schonenden Röstung kommen die Bohnen in den sogenannten Brecher, werden von den Schalenteilen gesäubert und zu Cacaonibs verarbeitet. Anschliessend werden die Nibs erst von Mahlsteinen und danach Keramikkugeln zu einem feinen Pulver von 15 bis 20 Mikrometern zermahlen. Dann wird gemischt und geknetet, für dunkle Schokolade Kakaobutter und Kristallzucker, für die helle zusätzlich Milchpulver beigegeben. Diese Knetmasse wird schliesslich über fünf Walzen so bearbeitet, dass auf der Zunge nicht das kleinste Körnchen mehr spürbar ist. Die endgültige Veredelung erfolgt dann allerdings in der Conche, zum Beispiel in jener von Rodolphe Lindt 1879 erfundenen Maschine, in der sich durch stundenlanges Bewegen und Belüften der Schokoladenmasse die im Kakao vorhandenen Aromen erst richtig entfalten und die Schokolade zu ihrem zarten Schmelz findet. Die ältesten Längsreiber-Conchen bei Felchlin sind an die siebzig Jahre alt – und fast wäre es ihnen an den Kragen gegangen. Man hätte sie entsorgt, wenn nicht ein Kunde aus Asien auf seiner traditionellen, manchmal bis zu 72 Stunden conchierten Schokolade bestanden hätte.

Das war vor ungefähr 25 Jahren, heute lässt man die alten Maschinen sogar wieder aufwendig nachbauen, denn es hat sich viel verändert im Schokoladenbereich. Als man feststellte, dass der Kakao aus den verschiedenen Regionen auch je spezifische Aromen aufweist, begann eine mit dem Weinbau vergleichbare Entwicklung. Der Kakao – die Edelsorten Criollo, Nacional und Trinitario – wird nach seiner Herkunftsregion benannt, also etwa Maracaibo, was einer «Appellation» beim Wein entspricht. Dann bezeichnet man mit Cru, oder eben Grand Cru, wie beim Wein die Lage, den Rebberg sozusagen. Und, wie bei einem guten Wein, sollte man sich auch bei einer edlen Schokolade Zeit zum Verkosten nehmen, um alle Aromen zu erkennen. Blumig? Blütenhonig? Dörrbirne? Muskatnuss? Pfeffer? Himbeere? Solche und noch viele weitere Nuancen lassen sich aus einem Stück Schokolade mit etwas Sensorikschulung herausschmecken – nur zu, probieren Sie es aus!

Fünf: Kuvertürenkonfektion nach Mass

Stefan Künzli, wie muss man sich Ihre Halbfabrikate denn nun vorstellen?

Wir stellen Kuvertüre her, ein Rohprodukt, das der Confiseur, Chocolatier oder Beck weiterverarbeitet. Von allen Kuvertürenanbietern weltweit offerieren wir die meisten Kakaovarianten. Wir haben über 80 Jahre Qualitäten aufgebaut, dank derer wir die grossen und berühmten und die grossen kleinen Chocolatiers beliefern dürfen.

Was ist Kuvertüre?

Kuvertüre ist hochwertige Schokolade, die speziell für die Weiterverarbeitung hergestellt wird. Abgesehen davon, dass wir separat Füllungen für Pralinés anbieten, gibt es bei uns wirklich nur das Rohprodukt. Unsere Kunden schmelzen die Schokoladen wieder auf und machen ihre eigenen Spezialitäten daraus.

Aber schon die verschiedenen Kakaovarianten sind eine Wissenschaft?

Wir sprechen Empfehlungen für Kombinationen als Hilfestellungen für unsere Kunden aus, also sagen zum Beispiel: Diese Grenada mit 65 Prozent Kakaoanteil kannst du im fruchtigen Bereich kombinieren mit Aprikose, Orange, Himbeere, im würzigen mit Zimt, das passt zusammen. Aber nichts davon ist abschliessend.

Wenn der Confiseur ehrgeizig ist, macht er das selber.

Wenn der Confiseur das Flair hat, macht er das selber oder ergänzt unsere Vorschläge.

Dürfen Sie sagen, wer zu Ihrem Kundenkreis gehört? Ich habe von 4500 Abnehmern in der Schweiz gelesen.

Zum Beispiel Vollenweider oder Sprüngli mit einem Teilsortiment. Mövenpick bezieht die Komponente für Glace-Schokoladenüberzüge bei uns. Vor allem aber haben wir Gewerbekunden, Kleinbetriebe von einer Person aufwärts, auch da gibt es Prominente wie zum Beispiel Fabian Rimann. Viele Abnehmer sind übrigens in der Westschweiz, die ja eine grosse und generell auch etwas innovativere Schokoladenkultur hat.

Und wie liefern Sie?

Wir liefern grosse Blöcke, sogar Tanks von einer Tonne Inhalt, die beim Transport flüssig gehalten wird. Abnehmer sind unsere Produzentenkunden, die mit Einkäufern arbeiten und teilweise massgeschneiderte Produkte bekommen. Wir haben vier Aussendienstmitarbeiter, von denen jeder ein paar Hundert Kunden betreut. Die grossen Mengen liefern wir selbst, kleinere über den Logistiker Pistor oder per Post. Sechs Kilo pro Kuvertüre müssen abgenommen werden.

Der Trend geht zu dunklen Schokoladen, weil sie gesünder sind und als edler gelten?

Wer sich damit befasst, weiss: Es ist wie beim Wein. Bis vor Kurzem konnte man noch hören: Je mehr Alkohol, desto besser. Aber in der Intensität geht eben auch die Aromatik ein bisschen unter. Man geht inzwischen lieber etwas dahin zurück, wo die Feinheiten der Fruchtaromen spürbar werden, statt sich erschlagen zu lassen von der Kakaointensität. Wobei ja auch 65 Prozent nicht gleichbedeutend sind mit 65 Prozent. Der Charakter der Bohne sollte die Unterschiede spürbar werden lassen. Auf der Milchseite gilt das ebenso: Deren Eigencharakter sollte nicht vom Karamelligen überdeckt werden, weswegen auch hier nur das Beste gut genug sein darf wie unsere Milch aus dem Terroir der Unesco-Biosphäre Entlebuch. So einfach «Schweizer Herkunft» genügt uns und unseren Kunden nicht. Übrigens gilt immer noch der Ost-West-Gegensatz: In der Westschweiz dunklere Schokoladen, im Osten mehr Milchanteil.

Fotos: zVg

Stefan Künzli mit dem Gold von Felchlin: Fünf Verkostungstäfelchen.

Sie sind stolz, unsichtbar zu sein?

Felchlin will seine Kunden nicht konkurrenzieren, deswegen gibt es keine eigene Konsumenten-Produktlinie. Profil gibt man sich mit dem Kakao und mit der Weitergabe der Differenzierungskultur in der Sortenvielfalt und ihrer genauen Beschreibung, über Fachberatungen zu Verarbeitungen oder Maschineneinstellungen und natürlich auch in den Kursen für Chocolatiers aus aller Welt in unserem Condirama. Dass Felchlin zunehmend auch im Kleingedruckten auf Verpackungen auftaucht, hat nur einen Grund: Die Endkunden, anspruchsvoller und kritischer geworden, wollen heute wissen, woher die Grundbestandteile kommen.

Guter Geschmack ist kein Luxus mehr, sondern ein Ethos geworden, und davon profitiert Felchlin jetzt?

So kann man es sagen.

Informationen unter www.felchlin.com

Der grosse Kleine: Fabian Rimann

Wettingen ist wahrlich nicht der Nabel der Welt – aber ein Zentrum des guten Schokoladegeschmacks! Denn seit Februar dieses Jahres betreibt hier der Chocolatier Fabian Rimann einen neuen Laden, Produktionsstätte und Café inklusive. Schon auf den ersten Blick wird klar: Hier bekommt man keine Fliessbandware, sondern Produkte, die man in neudeutschem «Marketingsprech» als «Premium» einstuft. Der 35-jährige Chef, ein Bär von einem Mann, ist bodenständig und unkompliziert – aber ein Künstler des Süssen, der das Thema Schokolade, wie er selbst es nennt, zelebriert.

Steiler Aufstieg

Fabian Rimann hätte sich sein Berufsleben wahrlich einfach machen können. Nach der Lehre als Bäcker-Konditor bildete er sich zum Konditor-Confiseur weiter. «Danach ging ich auf meine Wanderjahre», sagt er, der schon als Kind ein Faible für Süsses hatte, mit einem Schmunzeln. Diese Wanderjahre führten ihn erst nach Baden in die Konditorei Himmel, dann zu Vollenweider nach Winterthur, wo er Produktentwickler wurde. Damals war er noch nicht einmal 25 Jahre alt. «Ich wollte schon immer ohne Abstriche nur das Beste machen – das merkte man wohl», erklärt er. Bei Vollenweider half er dabei, den neuen Absatzmarkt in Dubai zu erobern. 2006 rief dann das traditionsreiche Zürcher Fünfsternehaus Baur au Lac. Der 25-Jährige wurde Chefpatissier. Nun hätte er sich mit dem Erreichten durchaus zufriedengeben können. Doch so ist der gebürtige Ennetbadener eben nicht geschnitzt.

Nächster Halt: Selbstständigkeit

Nach drei Jahren in Zürich verschlug es Fabian Rimann nach Luzern, wo er zwei Jahre lang Max Chocolatier führte und nebenher die Konditor-Confiseur-Meisterprüfung ablegte. Welt- und Europameistertitel hatte er bei internationalen Anlässen ebenfalls schon gesammelt. Also wohin mit all der kreativen und unternehmerischen Energie, die in jeder Faser von Rimanns Körper steckt? «Es war Zeit, mich selbstständig zu machen», sagt der Chocolatier fast lapidar. «Das war die einzige Möglichkeit, ohne Kompromisse so arbeiten zu können, wie ich es mir vorstelle.»

Von Anfang bis Ende selbstbestimmt

Diese Vorstellungen haben sehr viel mit Einstellung zu tun, zum Beruf und zur Schokolade. «Ich möchte allein entscheiden und die Entscheidungen schnell umsetzen können», sagt der Chocolatier und nennt als Beispiel die Formen für seine Schokoladefiguren. Neben alten Originalformen benutzt Rimann nur noch Formen, die er selbst entworfen und hergestellt hat. «Wenn wir wollen, können wir mit unseren Geräten innerhalb von 24 Stunden eine neue Form herstellen. Normalerweise dauert dies Monate.» Doch dies ist nur die Spitze des Schokobergs. Vor drei Jahren gehörte der Ennetbadener zu den Ersten, die nach dem mittlerweile trendigen Prinzip «Bean to Bar» arbeiteten. Rimann: «Zusammen mit Kollegen entwarf und baute ich eine Maschine, mit der wir selber conchieren können. Wir stellen die Schokolade für unsere ‹Authentic Hand Made Chocolate› seither selbst her; für das normale Programm beziehen wir sie von Felchlin.»

Anders muss es sein

Dank des Schokoladenproduzenten Felchlin kann Fabian Rimann heute für die Eigenproduktion sogar auf eine eigene Plantage in Trinidad zurückgreifen: «Die Plantage wird nach biologisch und ethisch einwandfreien Massstäben bewirtschaftet, die Produktion wird von Felchlin kontrolliert und die Bohnen werden an uns geliefert.» Sich qualitativ von der Masse abzuheben, sei der einzig gangbare Weg für einen selbstständigen Chocolatier. Qualität statt Quantität lautet die Devise, auch wenn das bedeutet, dass das eine oder andere Produkt halt im ungünstigsten Moment einmal ausverkauft ist. Aber das sei immer noch besser, als Unmengen zu produzieren und die nicht verkauften Reste zu vernichten. Wegen des Verzichts auf Zusatzstoffe mit E-Nummern seien seine Pralinés auch nur etwa drei Wochen lang haltbar. «Aber sind unsere Produkte nach drei Wochen immer noch nicht gegessen, haben wir sowieso etwas falsch gemacht!»

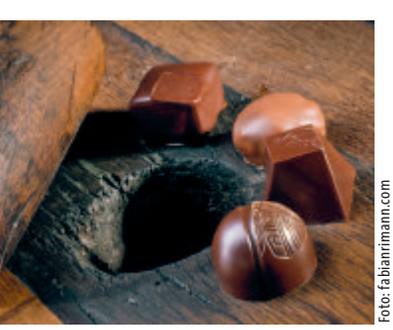

Foto: fabianrimann.com

Foto: Andreas Fischer, Andris T, Tim UR, dule964, fotolia.com

Geschmacksexperimente

Was kann denn ein einzelner Chocolatier noch alles tun, um zwischen all den massenproduzierten Schoggiriegeln, -hasen oder -pralinés wahrgenommen zu werden? «Er muss die Arbeit und die Schokolade mit Leidenschaft und ohne Kompromisse zelebrieren!», sagt Rimann. Es gehe nicht einfach darum, die gute alte Erdbeerschokolade besser zu machen als die Konkurrenz, sondern darum, Neues zu probieren und das Schokoladenrad immer wieder neu zu erfinden. Genügend Raum für geschmackliche Innovationen bleibe in jedem Fall. «Wir kreieren zum Beispiel jeden Monat vier neue Pralinésorten nach saisonalen Gesichtspunkten», erzählt der Chocolatier. «Am Anfang war dies für die Kundschaft vielleicht gewöhnungsbedürftig; mittlerweile wäre sie vermutlich sogar enttäuscht, würde sich das Sortiment nicht ständig ändern.» So kann man es auch einmal mit exotischen Varianten wie Erdbeer-Anis-, Gurken- oder Speckschokolade versuchen.

Transparenz und Vertrauen

Natürlich haben die hochwertigen Produkte ihren Preis. Doch Fabian Rimann ist überzeugt, dass seine Kundschaft bereit ist, diesen auch zu bezahlen, zumal er keinen Hehl daraus macht, wie die Mehrkosten zustande kommen. Selbst bei der Produktion – alles Handarbeit, versteht sich – können die Kundinnen und Kunden durch eine grosse Glasscheibe zusehen. «Und man kann bei uns alles probieren – so wie es früher eigentlich normal war», sagt der Chocolatier. Schliesslich kaufe niemand gern die Schokoladenkatze im Sack. «Absolute Transparenz auf jeder Ebene führt zu Vertrauen, und auf diesem Vertrauen wächst eine Kundenbasis», ist Fabian Rimann überzeugt.

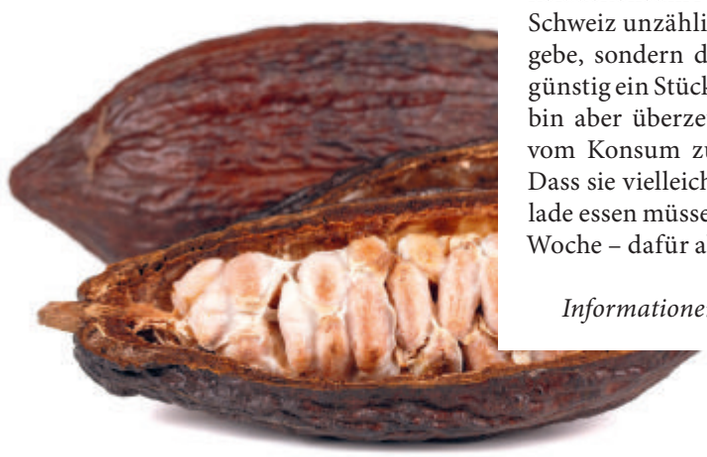

Foto: Adrian Ehrbar Photography

Besser, nicht mehr!

Rund elf Kilo Schokolade verzehren die Schweizerinnen und Schweizer pro Jahr – Platz zwei weltweit! Eigentlich beste Voraussetzungen, um auch als Einzelkämpfer wirtschaftlich erfolgreich zu sein, oder? Der Chocolatier winkt ab: «Die Schweiz wird von den Branchenriesen beherrscht, sie sind im In- und Ausland Synonyme für die Schweizer Schokoladekultur.» Der enorme Schokoladekonsum rühre ja nicht daher, dass es in der Schweiz unzählige kleine Schokoladenhersteller gebe, sondern daher, dass jedermann jederzeit günstig ein Stück Schokolade kaufen könne. «Ich bin aber überzeugt, dass die Schweizer wieder vom Konsum zum Genuss übergehen werden. Dass sie vielleicht nicht mehr jeden Tag Schokolade essen müssen, sondern nur noch einmal die Woche – dafür aber qualitativ hochstehende.»

Informationen unter www.fabianrimann.com