

Medienmitteilung

Herstellung von Schokolade neu gestaltet

Barry Callebaut führt die zweite Generation von Schokolade ein

- **Um die Reinheit des Kakaogeschmacks genießen zu können, hat Barry Callebaut den Anbau, die Fermentierung und die Röstung der Kakaobohnen neu konzipiert**
- **Bei der „zweiten Generation“ von Schokolade steht 'Kakao zuerst, Zucker zuletzt'. Während Dunkle Schokolade nur aus Kakao und Zucker hergestellt wird, enthält Milkschokolade auch Milchpulver.**
- **Mit der „zweiten Generation von Schokolade“ will Barry Callebaut die Bemühungen der Branche beschleunigen, den sich ändernden Konsumentenvorlieben und dem Wunsch der Konsumenten nach einem bewussteren Genuss Rechnung zu tragen**

Venedig/Italien, 27. Oktober 2022 – Barry Callebaut, der weltweit führende Hersteller von hochwertigen Schokoladen- und Kakaoprodukten, kündigte heute, mehr als 140 Jahre nach dem Erscheinen der ersten Generation von Schokolade, die Einführung der „zweiten Generation“ von Schokolade an. Marken und gewerbliche Anwender sollen in die Lage versetzt werden, sich auf die Wünsche der Konsumenten einzustellen: Lebensmittel und Getränke, die den Aromen der Natur gerecht werden und ihnen gleichzeitig helfen, gesünder zu leben.

Traditionelle Techniken, zukunftssicher gemacht

Die besonderen Geschmackseigenschaften der Kakaobohne, die während des Anbaus kultiviert und während der Fermentierung und Röstung geweckt werden, sind für die neue Schokolade von grundlegender Bedeutung.

Barry Callebaut hat die Herstellung von Schokolade neu gestaltet - qualifiziert als [Kakaoanbau & Handwerksprinzip](#) (Cocoa Cultivation & Craft - CCC) - um die besonderen Eigenschaften jeder Kakaobohne zu erkennen und die Nuancen des Geschmacks herauszuarbeiten. Barry Callebaut hat in einem mehrjährigen Forschungsprogramm in Zusammenarbeit mit der Jacobs University Bremen, Deutschland, neue Erkenntnisse gewonnen, die bis ins Jahr 2000 zurückreichen. Fortschrittliche Erkennungstechnologien in Verbindung mit neuen sensorischen Methoden ermöglichen die Identifizierung einzigartiger Merkmale in den Kakaobohnen.

Die Reinheit des Kakaogeschmacks genießen

Durch die Anwendung des CCC-Prinzips konnte Barry Callebaut die Schokolade neu definieren: 'Kakao zuerst, Zucker zuletzt'. Zudem ist die Rezeptur der zweiten Generation der Schokolade so rein wie möglich und enthält 60 -80% mehr Kakao. Dunkle Schokolade enthält zwei Zutaten: Kakao, dem nur Zucker zugesetzt wird. Milkschokolade besteht aus Kakao, Milch und Zucker.¹

Die neue Produktgestaltung ist nicht nur ein Beleg für die Aromen der Natur, sondern auch für den achtsam lebenden Konsumenten. Die Schokolade enthält 50 % weniger Zucker als 80+% der weltweit konsumierten Schokolade.

Der Schokoladengeschmack reicht von einem natürlichen und reichhaltigen Kakaogeschmack bis hin zu komplexeren Geschmacksprofilen. Mit der Einführung der „zweiten Generation“ von Schokolade möchte Barry Callebaut Marken und gewerbliche Anwender inspirieren und sie dabei unterstützen, ihre nächste Generation von Schokoladenkreationen in Süßwaren, Backwaren, Gebäck, Desserts und Speiseeis zu definieren.

¹ Zum Vergleich: Der derzeitige Branchendurchschnitt enthält 30-40 % Kakao für Milkschokolade und 45-50 % Kakao für Zartbitterschokolade und enthält 6-9 Zutaten.

Peter Boone, CEO der Barry Callebaut Gruppe, sagte: "Die zweite Generation von Schokolade entspricht genau den sich ändernden Konsumentenvorlieben und dem Wunsch der Konsumenten nach einem bewussteren Genuss. Sie wird Marken und gewerbliche Anwender inspirieren und dabei unterstützen, ihre Schokoladenkreationen der nächsten Generation zu entwickeln, und belegt unsere führende Rolle bei der Gestaltung der Zukunft des Schokoladengenusses."

Achtsamer Genuss ist auf dem Vormarsch

Auf der Suche nach Glücksmomenten und Lebensfreude wollen immer mehr Konsumenten heute in Harmonie mit ihrem Körper, ihrem Geist und ihrer Umwelt leben. Dementsprechend wächst die Unterkategorie von Schokolade, die mit bewusstem Genuss verknüpft ist, mit +6,0 % stärker als der Gesamtmarkt mit +1,8 % im Zeitraum 2016-2021.²

Schokolade, die nach dem CCC-Prinzip hergestellt wird, wurde in einem quantitativen Konzept- und Produkttest durch das unabhängige, weltweit tätige Marktforschungsunternehmen MMR Research Worldwide³ in den USA, im Vereinigten Königreich und in China erfolgreich validiert, was auf eine positive Anziehungskraft und Kaufabsicht der Konsumenten schliessen lässt.

Seit 2017 hat Barry Callebaut mit der Einführung von Ruby-Schokolade, WholeFruit-Schokolade und dem ersten nutrazeutischen Fruchtgetränk Elix und seine Innovationsbemühungen beschleunigt und sein Erkenntnis der Konsumenten vertieft. Mit der Einführung der „zweiten Generation“ von Schokolade bekräftigt Barry Callebaut sein Ziel, „Schokoladenglück“ zu schaffen und dafür zu sorgen, dass Schokolade auch für die Generationen von heute und morgen der beliebteste Genuss der Welt bleibt. Es vergehen etwa 12 bis 18 Monate, bis Marken und gewerbliche Anwender ihre Produkte einführen.

² Euromonitor International Limited [2022] © Alle Rechte vorbehalten, 2016-2021 Daten, Umfang der Unterkategorie enthält Produkte mit den Bezeichnungen: allergenfrei, natürlich, pflanzlich, Zuckerreuzierte Lösungen, Schätzung von Barry Callebaut.

³ MMR Research Worldwide: Quantitative Verbraucherstudie 2021.

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

Mit einem Umsatz von rund CHF 7.2 Milliarden (EUR 6.6 Milliarden / USD 7.9 Milliarden) für das Geschäftsjahr 2020/21 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 13,000 Mitarbeitenden.

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 globalen Marken [Callebaut](#)[®], [Cacao Barry](#)[®], [Carma](#)[®] und dem Dekorations-Spezialisten [Mona Lisa](#)[®].

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: [LinkedIn](#) [Instagram](#) [Twitter](#) [YouTube](#) [Flickr](#) [Facebook](#)**Contact****for the media**

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

for investors and financial analysts:

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