

# DIE WELT

## Die seltsame Liebe der Deutschen zur Nuss-Schokolade

Der deutsche Schokoladen-Geschmack ist einzigartig. Das Land ist voller Vollmilch-Fanatiker und Exotenfüllungs-Liebhaber. Diese Eigenarten kommen die Deutschen nun teuer zu stehen.

Von Carsten Dierig Wirtschaftskorrespondent



Der große Tisch im Testlabor von Milka steht voll mit kleinen Schüsseln. Dutzende Zutaten für die nächste Innovation. Ganz links verschiedene Nüsse, daneben Kekskrümel, Streusel und Schokoladentropfen, rechts ein paar Fruchtstücke und sogar einige Saaten und salzige Snacks. Experten mit geschultem Gaumen arbeiten hier an neuen Geschmacksvarianten für die Schokolade der Zukunft. Alleine 15 Forscher beschäftigt Marktführer Milka am Stammsitz in Lörrach, um neue Kompositionen und Texturen zu erfinden. Denn zwei bis drei Neuheiten pro Jahr müssen es schon sein, unabhängig von den Saisonsorten. Das verlangt der Handel – und vor allem der Verbraucher.

In Deutschland jedenfalls. Zwar greifen die Bundesbürger unabhängig vom Hersteller immer noch am liebsten zur Vollmilchschokolade. Fast jede dritte verkaufte 100-Gramm-Tafel hierzulande entfällt auf den Klassiker im Sortiment.

## Deutsche lieben Milkschokolade

Anteile an den Tafelschokoladen in Prozent

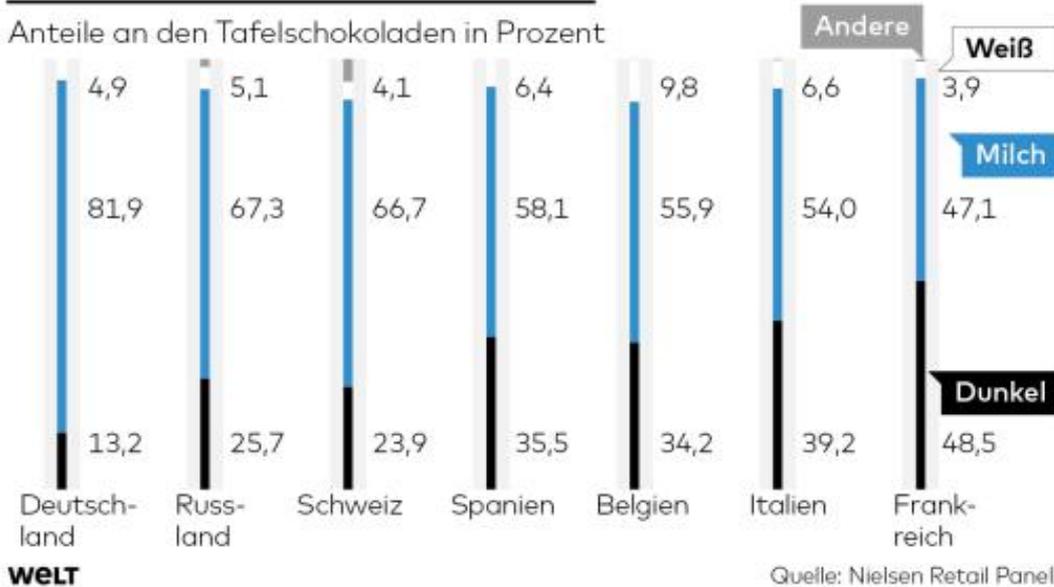


Foto: Infografik Die Welt

Dieser Anteil ist über die Jahre aber stetig gesunken – zum einen zulasten von Schokoladen mit Füllung, also mit verschiedenen Cremes wie Nougat, Joghurt oder Marzipan, und zum anderen gegenüber Tafeln mit bissfestem Inhalt wie Nüssen, Mandeln oder Früchten. Letztere sind mittlerweile der Favorit der deutschen Verbraucher. Mit einem Anteil von fast 37 Prozent liegen sie jedenfalls an der Spitze der Verkaufscharts, wie eine aktuelle Untersuchung des Süßwarenverbands Sweets Global Network (SG) aus München zeigt. Milka bietet deswegen schon 24 verschiedene Sorten an, bei Konkurrent Ritter Sport sind es sogar 28.

### In Frankreich muss es dunkel sein

Die Vorlieben der deutschen Verbraucher unterscheiden sich damit teils fundamental von denen in anderen europäischen Ländern. Auch das zeigt die Studie, für die Marktforscher Nielsen Daten in insgesamt neun Staaten erhoben hat. In Spanien und Italien etwa spielen die gefüllten Schokoladen lediglich eine untergeordnete Rolle. Dort gibt es eine ausgeprägte Vorliebe für einfache Schokolade: Fast zwei Drittel der verkauften Tafeln enthalten keine weiteren Zutaten.

## Einfache Schokolade in Italien beliebt

Anteile an den Tafelschokoladen in Prozent



welt

Quelle: Nielsen Retail Panel

Foto: Infografik Die Welt

Ähnlich ist es auch in Frankreich. Auf knapp 56 Prozent summiert sich der Anteil der einfachen Schokoladen. Und doch gibt es bei den Franzosen noch eine Besonderheit. Denn sie stehen wie keine andere Nation in Europa auf dunkle Schokolade. Fast jede zweite 100-Gramm-Tafel in Frankreich hat einen besonders hohen Kakao-Anteil. Zum Vergleich: In Deutschland liegt der Marktanteil von dunkler Schokolade bei gerade mal 13,2 Prozent – und damit nicht mal halb so hoch wie im europäischen Durchschnitt.

Noch zumindest. Denn auch in Deutschland wächst die Nachfrage. "Die Dynamik ist derzeit in keinem Bereich so groß wie bei der dunklen Schokolade", sagt Hans Strohmaier, der Vorstandsvorsitzende von Sweets Global Network. Als Grund für diese Entwicklung hat der Experte zum einen das stetig steigende Gesundheitsbewusstsein in Europa ausgemacht. Zum anderen rechnet Strohmaier aufgrund aktueller Preisentwicklungen mit weiteren Verschiebungen im Käuferverhalten.

## Ein-Euro-Grenze ist geknackt

Ritter Sport zum Beispiel hat für diesen Monat eine Preiserhöhung angekündigt. Für den Großteil des Sortiments beträgt die unverbindliche Preisempfehlung (UVP) nun 1,09 Euro, das sind zehn Cent mehr als bislang. Noch deutlicher fällt der Aufschlag bei den sechs Vollnussvarianten aus. Deren UVP steigt nun sogar auf 1,29 Euro. "Wir müssen uns den gestiegenen Rohstoffkosten und unserer dadurch angespannten Ertragslage beugen", begründet das Familienunternehmen den Schritt auf seiner Internetseite.



Foto: picture alliance / dpa Kleine Schokoladentafeln von Ritter

Der durchschnittliche Kilopreis für Haselnüsse habe sich in den vergangenen Jahren mehr als verdoppelt, zeitweise sogar fast verdreifacht und liege auch aktuell noch weit über dem langjährigen Mittel. "Die Erfahrung hat gezeigt, dass Agrarrohstoffe in der Regel leider nicht mehr günstiger werden. Daher können wir nicht damit rechnen, dass zum Beispiel der Preis für Haselnüsse wieder deutlich sinkt. Somit war dieser Schritt unausweichlich." Ob der Handel der UVP folgt, muss jeder Supermarkt und Discounter selbst entscheiden. "Das können wir nicht beeinflussen. Denn der Handel legt die Preise selber fest, genauso wie Aktionspreise, die es weiterhin geben wird."

Branchenexperten rechnen jedenfalls mit spürbaren Auswirkungen. "Jede Preiserhöhung straft der Kunde ab", heißt es. Denn Schokolade sei ein Impulsartikel, steht also in der Regel nicht auf dem Einkaufszettel, sondern wird am Regal spontan in den Einkaufswagen gelegt. Eine Preisdifferenz von immerhin 20 Cent kann dabei enorme Folgen haben.

## Mischpreis im Supermarkt

Noch dazu ist die Situation neu für den deutschen Verbraucher. "Der Konsument hat gelernt, dass die verschiedenen Sorten einer Marke den gleichen Preis haben", beschreibt Hans Strohmaier. Auch wenn der Kakao-Anteil bei einer Vollmilchschokolade deutlich niedriger liegt als beispielsweise bei der Sorte Zartbitter. Und auch, wenn Nüsse und Marzipan verarbeitet wurden. "Der Handel macht einen Mischpreis", erklärt Strohmaier.

Ob das auch in Zukunft so bleibt, werden die nächsten Monate zeigen. Das Handeln von Ritter Sport jedenfalls dürfte in der Branche genau beobachtet werden. Zumal der Druck auf die Hersteller groß ist. "Die Rohstoffsituation ist weiterhin angespannt", sagt Stephan Nießner, Vorsitzender des Bundesverbands der Deutschen Süßwarenindustrie (BDSI).

## Kakao

17.03.2016 17:54:59 2260,00 +0,04%



Kursdetails auf [finanzen.net](http://finanzen.net)

Kakao zum Beispiel notiert derzeit so hoch wie nie zuvor. Ende 2015 lag der Preis für eine Tonne bei 2261 Britischen Pfund, das sind umgerechnet derzeit fast 2900 Euro. Zum Vergleich: Vor zehn Jahren lag der Preis noch bei 872 Pfund. Zwar gab es im Januar eine leichte Preisberuhigung. "Mittlerweile haben wir das Niveau von Dezember 2015 aber sogar überschritten", sagt SG-Chef Strohmaier. Dazu kommen erhebliche Aufschläge auch bei anderen Zutaten. Haselnüsse etwa verteuerten sich im vergangenen Jahr laut BDSI wegen eines Frosteinbruchs während der Blütezeit um knapp die Hälfte im Vergleich zu 2014. Bei Mandeln wiederum habe eine Trockenheit in Kalifornien den Preis um 42 Prozent verteuert.

## **Rund 1,7 Milliarden Euro Umsatz**

Dennoch setzen Handel und Industrie große Stücke auf die Tafelschokolade. Zumal sie so beliebt ist wie kein anderes Produkt im Süßwarenregal und im vergangenen Jahr ein Wachstumsbringer, wie es beim Zentralverband Gewerblicher Verbundgruppen heißt. Allein von den 100-Gramm-Tafeln werden hierzulande rund zwei Milliarden Stück pro Jahr verzehrt, meldet Sweets Global Network – so viele wie nirgends sonst auf der Welt.

Dazu kommen noch die großen Tafeln mit mehr als 100 Gramm Gewicht und schließlich kleine Täfelchen mit weniger als 100 Gramm. Den Umsatz beziffert der Verein auf knapp 1,7 Milliarden Euro. Zum Vergleich: Die dahinter folgenden Schokoriegel kommen laut SG auf knapp 1,3 Milliarden und Kartoffelchips auf knapp 650 Millionen Euro.