Naschen mit Pfiff

Handgemachte Bonbonspezialitäten, hergestellt wie schon vor über hundert Jahren. Im November 2014 hat in Schwäbisch Gmünd in der Kappelgasse, einer Seitenstraße vom Marktplatz, die Gmünder Bonbonmanufaktur, auch liebevoll „Bonbole" genannt, eröffnet. Alle Bonbons werden nicht nur direkt im Laden selbst hergestellt, sondern man kann sogar bei der Herstellung zuschauen. Ganz anders als in einer großen Fabrik bekommt man hier die Möglichkeit, live zu sehen, wie das hergestellt wird, was nachher in 50 Variationen über die Ladentheke geht.

Doch was wird genau hergestellt und wie funktioniert das alles genau? Denn: „Viele kennen den Beruf Bonbonmacher so gar nicht. In Deutschland gibt es nur circa 30 Bonbonmacher, in Baden Württemberg mit uns nur vier." Wir, von der Schülerzeitung, haben extra für euch nachgefragt.

as: „Woher kam die Idee für so einen Laden?"

Bonbole: „Wir waren immer in Dänemark im Urlaub und in Skandinavien gibt es noch viele Bonbonmacher, da ist diese Tradition erhalten geblieben. Daraufhin waren wir ganz neugierig und haben in jeder großen Stadt wo wir waren und es einen Bonbonladen gab, bei der Bonbonherstellung zugeschaut. Das war so interessant, dass wir das selbst probieren wollten. Dann haben wir das in der Küche nach einem Internetrezept probiert, Himbeerbonbons, und das ist ziemlich schief gegangen. Aber wir haben weiter gesucht und mit viel

Glück einen dänischen Bonbonmacher aus Kopenhagen gefunden, der uns nach zu ihm eingeladen hat, um mit ihm gemeinsam Bonbons herzustellen. Das hat uns so viel Spaß gemacht, dass wir uns gesagt haben, dass wir daraus etwas machen müssen."

as: „Wie war es für Sie, Ihre alten Berufe aufzugeben? Sie sind ja auch keine gelernten „Bonbonmacher", den Beruf gibt es schließlich auch offiziell gar nicht mehr."

Bonbole: „Das ist so wie bei jedem Handwerk, man tastet sich nach und nach an die Sache heran. Wenn wir uns die Bonbons aus den ersten Jahren anschauen, dann sehen die vielleicht nicht ganz so perfekt aus und nicht so, wie sie heute aussehen. Natürlich haben wir auch nicht mit 50-60 Sorten angefangen, sondern das ist nach und nach gewachsen."

as: „Wie viel kosten die Bonbons eigentlich?"

Bonbole: „100g kosten 2,90€, die Sorte ist dabei egal. Die Bonbons kann man selber abfüllen und zusammenstellen."

as: „Verdienen Sie Ihr Geld nur mit der Bonbonherstellung?"

Bonbole: „Wir verdienen unser Geld nicht nur mit unserem Laden, sondern auch mit Firmen, deren Firmenlogo dann in die Bonbons eingearbeitet wird. Wir haben auch viele Anfragen Hochzeiten betreffend, wo dann die Initialen der Braut und des Bräutigams mit einem Herz eingearbeitet werden. Wir bieten auch Kindergeburtstage an, wo Kinder selbst ihre Bonbons machen können, und Workshops für Erwachsene. Wir gehen auch auf Märkte, hauptsächlich Kunsthandwerkermärkte und führen auf dem Markt vor, wie man Bonbons macht. Wir stellen vier bis fünfmal täglich Bonbons her, bis zu 30kg am Tag."

as: „Können Sie eine Sorte empfehlen?"

Bonbole: „Empfehlen können wir insgesamt die fruchtigen Bonbons. Pfirsich-Maracuja war letzten Sommer der Verkaufshit. Mango läuft auch immer gut und dann die klassischen Sorten Erdbeer, Himbeer, Orange, Zitrone und Apfel. Manche Bonbons sind auch von der Jahreszeit abhängig. Zu Weihnachten laufen die schokoladigen und nussigen Bonbons besser, im Sommer werden mehr fruchtige und saure Bonbons verkauft."

as: „Wie genau werden die Bonbons hergestellt? Ich kann mir darunter nicht so viel vorstellen."

Bonbole: „Wir kochen die Zuckermasse (Zucker, Glukosesirup und Wasser) auf 150 Grad, dann wird das ausgegossen. Anschließend wird die Farbe reingerührt und zum Schluss der Geschmack. Dann baut man die Bonbons entsprechend auf. Wenn es nur Streifen gibt, setzt man die unterschiedlich gefärbte Zuckermasse in Streifen zusammen oder wenn man Bildbonbons

macht, werden sie dreidimensional zu einem runden Bonbon aufgebaut. Wir haben momentan drei Verfahren zur Bonbonherstellung. Das erste ist eine Walzenmaschine, wo man den Bonbonteig durchwalzt, damit die Masse die Prägung der Walzen annimmt. Dann haben wir eine Kissenpresse, die Bonbons macht, die wie kleine Kopfkissen aussehen. Diese könnte man aber auch problemlos mit einer Schere schneiden. Das dritte Verfahren geht ganz ohne Maschine, so werden zum Beispiel die Bildbonbons hergestellt. Unsere Maschinen sind alle aus der Zeit um die Jahrhundertwende. Eine ist aus dem Jahr 1890, die andere von 1908. Um solche Maschinen erwerben zu können, muss man weltweit die Augen offen halten."

as: „Möchten Sie etwas über Ihre Firmenphilosophie erzählen?"

Bonbole: „Wir arbeiten nur mit natürlichen Aromen und Farben. Das machen nicht viele Bonbonmacher, was ich erstaunlich finde, denn es gibt in dem Bereich Farben, gerade Azo-Farben, die in Deutschland als Lebensmittelfarben zugelassen sind, aber Allergieauslösend sein sollen. Auch auf die Etiketten muss man bei solchen Farben draufschreiben, dass sie ADHS bei Kindern hervorrufen können und ich bezweifle, dass so etwas in Süßigkeiten enthalten sein sollte. Manche Unternehmen interessiert so etwas gar nicht, aber wir möchten so etwas allein aus Prinzip nicht machen. Momentan haben wir eine Ausnahme, unsere grüne Farbe viel bei einer Neuregulierung der EU aus dem Definitionsfenster der färbenden Lebensmittel raus, und darf nicht mehr benutzt werden, da sie keine Zulassung für eine E-Nummer hat. Deswegen sind wir gezwungen, ein nicht zu 100% natürlichen grün zu benutzen. Das war schlecht für uns, weil wir nur mit natürlichen Farben geworben haben. Deswegen bewerben wir dies, obwohl es eigentlich unser Alleinstellungsmerkmal ist, zurzeit nicht aktiv."

as: Wer ist Ihre größte Konkurrenz?"

Bonbole: „Die circa 30 Bonbonmacher in Deutschland arbeiten alle verteilt, weil sie alle Manufakturen sind, die nur eine begrenzte Menge herstellen können. Deswegen haben wir keine richtige Konkurrenz. Die Bonbons, die es im Supermarkt zu kaufen gibt, sehen wir nicht als Konkurrenz an, weil das ein ganz anderer Kundenkreis ist. Die Leute, die nur den günstigeren Preis der Industriebonbons sehen, würden sowieso nicht bei uns kaufen."

as: „Woher sind Ihre Kunden?"

Bonbole: „Die Leute, die unseren Laden besuchen, sind nicht nur aus der Region. Es kommen sogar Busunternehmen extra zu uns, um zuzuschauen, wie Bonbons gemacht werden. Der Laden wird immer bekannter, die Leute kommen extra zu uns. Dann spielt die Lage auch keine große Rolle."

as: „Wer sind die Zielkunden?"

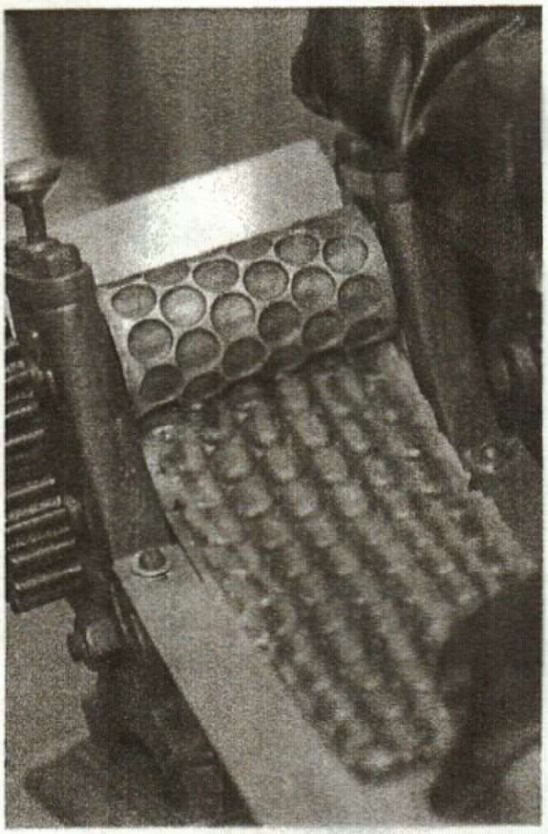
Bonbole: „Einen richtigen Zielkunden gibt es nicht. Wir haben Kindergartenkinder, die sich mit ein paar Cent zwei Bonbons kaufen. Wir haben Leute, die gar keine Bonbons kaufen, sie aber so schön finden, dass sie sie gerne verschenken möchten. Bonbons mag zwar nicht jeder, aber man kann nicht sagen, dass nur Leute in einem bestimmten Alter Bonbons essen. Unsere Kunden reichen vom kleinen Kind bis zum älteren Herren, durch alle Gesellschaftsschichten. Es gibt immer mehr, die Wert darauf legen, sich etwas Gutes zu gönnen, anstatt Massenware zu kaufen."

as: „Was macht das Unternehmen besonders?"

Bonbole: „Unser Unternehmen macht besonders, dass die Leute bei der Bonbonherstellung zuschauen können und wir ihnen erklären, was wir machen. Immer mehr Leute legen wieder Wert darauf, zu wissen, woher ihr Lebensmittel kommt und sind auch bereit, dafür mehr zu bezahlen. Den Beruf des Bonbonmachers hat man 1984 abgeschafft, es gibt dieses Handwerk eigentlich nicht mehr, deswegen ist es für viele etwas ganz neues. Sie haben weder gesehen, wie Bonbons hergestellt werden, noch sich Gedanken darüber gemacht. Bei uns darf man alles probieren, niemand muss etwas kaufen, dass ihm nicht schmeckt."

as: „Wie sieht die Zukunft der Bonbonbranche aus?"

Bonbole: „Die Branche der Bonbonherstellung wächst wieder. Vor 10, 20 Jahren gab es in Deutschland vielleicht zwei oder drei Bonbonmacher, aber der Markt wächst. In der Regel sind das Seiteneinsteiger, wie wir auch, die das irgendwo gesehen haben und es dann auch machen wollten. Das ist auch auf den Wandel zurückzuführen, dass wieder mehr Leute regionale Produkte beziehen. Sie wollen nicht nur wissen, wo die Sachen herkommen, sondern auch, ob sie nachhaltig sind. Das kann in zehn Jahren auch wieder komplett anders aussehen, das ist schwer zu sagen. Wir haben einen weltweiten Markt genügend Potenzial"



as