

Neue Zürcher Zeitung

Die süssen Phantasien aus Giubiasco

Wenn Schweizer KMU Schokolade produzieren, sollten sie auf Nischenprodukte und den Export setzen. Sonst werde das wirtschaftliche Überleben schwierig, befindet Alessandra Alberti, Direktorin der Tessiner Chocolat Stella SA.

Peter Jankovsky

10.03.2019, 17.34 Uhr

Ein charakteristischer Duft weht ums Firmengebäude in Giubiasco. Und betritt man den Empfangsraum der Chocolat Stella SA, wähnt man sich beinah im Schlaraffenland. Denn die Réception fungiert vor allem als Verkaufsladen für die zahllosen Schokoladekreationen. Erst nach einer Weile entdeckt man die Tür zum Lift, der zwischen den reich beladenen Regalen schier verschwindet. Nur mit ihm gelangt man zur Managerin der Schokoladenfabrik.



Alessandra Alberti, Direktorin von Chocolat Stella (Bild: PD)

Doch auch im Sitzungsraum ist der süsse Stoff gegenwärtig. Ein grosser Schaukasten bietet einen Überblick über die trendigsten Produkte. «Begehrt ist unsere laktosefreie Schokolade, die vegane Variante, dann auch die Schoggi mit Tessiner Brot sowie mit Amaretti oder Biskuits aus dem Bedretto-Tal», sagt Alessandra Alberti, die Direktorin von Chocolat Stella. Dazu komme als letzter Schrei schwarze Schokolade mit Kurkuma-Pfeffer.

Cornflakes-Schoggi fürs Militär

Die Tessiner Firma Chocolat Stella wurde 1928 in Lugano gegründet. Seit 1980 ist sie im Besitz der Familie Müller, der auch die Kreuzlinger Chocolat Bernrain AG gehört. Schon in den 1960er Jahren vollbrachte Chocolat Stella eine Pionierleistung, als sie Schokolade ohne Zuckerzusatz zu produzieren begann. Dazu gesellte sich in den 1990ern die Bioproduktlinie.

Seit Jahren reisen auch Rabbis aus Israel und den USA an, um sich die Produktion koscherer Schokolade in Giubiasco persönlich anzusehen. Nicht zu vergessen ist auch, dass Chocolat Stella seit einigen Jahren die Schweizer Armee mit einem exklusiven Spezialprodukt beliefert: Die Soldaten kommen in den Genuss von Milkschokolade mit Cornflakes und Crispies.

Die Entwicklung und Produktion dieser süssen Nischenprodukte ist aufwendig. Aber die Mühe lohnt sich: In der Schweiz existieren 18 Schokoladefabriken – und die kleineren sind flexibel genug, um die Produktionsmaschinen und Teams kurzfristig auf verschiedene Produkte umzustellen. «Nischenprodukte sichern das Überleben und die Weiterentwicklung der Schweizer KMU, die Schokolade produzieren», betont Alberti.

Laut der Chocolat-Stella-Managerin ist der Schweizer Markt seit längerer Zeit übersättigt. Denn in unserem Land werden «nur» noch 11,1 Kilogramm Schokolade pro Kopf und Jahr konsumiert – Deutschland übertrifft die Schweiz mit 11,5 Kilogramm. Diese Zahlen machen vollends klar: Das Überleben der Schweizer KMU im Schokoladegeschäft hängt auch vom Export ab. 75% der Produktion von Chocolat Stella gehen denn auch ins Ausland, in 50 verschiedene Länder.

Direktorin Alessandra Alberti liess sich an der ETH zur Lebensmittelingenieurin ausbilden. Nach einigen Zwischenstationen übernahm sie 1999, mit gerade einmal 31 Jahren, die Leitung von Chocolat Stella. Sie legt viel Wert auf Teamwork: Alle Mitarbeiter müssten sich engagieren, um die Zukunft der Firma zu sichern. Unter anderem markieren Vertreter von Stella-Bernrain seit Jahren auf verschiedenen internationalen Messen Präsenz und rühren die

Werbetrommel, um das Exportvolumen langfristig mit den vielen hauseigenen Schokoladespezialitäten zu steigern.

Dies funktioniert offenbar sehr gut: Als Alberti als Direktorin antrat, arbeiteten bei Chocolat Stella 28 Personen, und es wurden 500 Tonnen Schokolade pro Jahr produziert. Heute kümmern sich 60 Angestellte um eine Jahresproduktion von 1700 Tonnen, und zwar im Zweischichtenbetrieb von 6 bis 22 Uhr.

Personalisierte Produktion

Einige Schokolade fabrizierende EU-Länder wie Belgien, Italien oder Frankreich stellen jedoch eine immer grössere Konkurrenz für Chocolat Stella dar. Dazu kommt das Verlangen der Konsumenten nach weniger süssen Produkten und kleineren Portionen – eine zusätzliche Herausforderung im Hinblick auf die Produktionskosten.

Daher ist es zur wichtigsten Aufgabe des Stella-Bernrain-Teams geworden, die Entwicklung neuer Nischenprodukte voranzutreiben. Notwendig sind mehrere neue Kreationen pro Jahr. Hierbei dürfen alle Mitarbeiter in Kreuzlingen und Giubiasco ungeniert eigene Vorschläge anbringen, gleichgültig wie spontan sie erscheinen. «In unserer Branche muss man unablässig viel Phantasie in Sachen Produktkreation haben, um konkurrenzfähig zu bleiben», betont die Managerin Alberti.

Einer der Unique Selling-Points von Chocolat Stella ist die personalisierte Kleinproduktion. Kunden aus aller Welt reisen persönlich nach Giubiasco und geben Massgeschneidertes in Auftrag. So zum Beispiel die Produktion von Vegi-Schokolade, die mit verschiedenen originellen Zutaten produziert wird – eine dieser Kreationen wurde 2018 in New York sogar mit einer Auszeichnung bedacht.

Kein Tag ohne Schokolade

Aber wie viel Schokolade isst eigentlich die Stella-Managerin selber? Das sei wegen der vielen Degustationen, die zum Teil schon morgens um sieben stattfänden, gar nicht so wenig, sagt Alessandra Alberti schmunzelnd. Sie degustiere immer sehr gerne Schokolade, und ein Tag ohne Versüssung sei schwierig für sie, fügt die sportlich wirkende Direktorin hinzu.

Viele Degustationen von Chocolat Stella sind übrigens öffentlich. Alberti lässt sie regelmässig in den firmeneigenen Läden in Giubiasco und im Bahnhof Bellinzona durchführen: Tessiner Kunden wie auch Touristen können so neue Kreationen probieren und eine möglichst genaue Beurteilung abgeben. So ist die Produkteoptimierung der Tessiner Schoko-Fabrik stets felderprobt.



Wie ein Stück Schweizer Schokolade

Auf Instagram wird der «Toblerone-Tunnel» gefeiert. Ist das frauenfeindlich?

Sarah Pines 08.06.2018



Lindt kann sich dem Preisdruck der Detaillisten nicht entziehen

Neben dem Umsatz hat auch die Ertragsentwicklung die Erwartungen erfüllt. Eine positive Überraschung, wie von Analytikern erhofft, ist ausgeblieben. Immerhin wurde bekannt, dass die krisengeplagte Amerikanische Tochter Russell Stover auf dem Weg zu Besserung sein soll.

Sergio Aiolfi 05.03.2019



Lindt & Sprüngli wächst wieder stärker und investiert in den herausfordernden Markt USA

Der Schokoladehersteller Lindt & Sprüngli ist im ersten Semester kräftig gewachsen und hat auch die Profitabilität deutlich verbessert. Herausgefordert ist das Unternehmen besonders in den USA, wo man nun viel Geld in neue Anlagen investieren will.

Christoph G. Schmutz 24.07.2018



Copyright © Neue Zürcher Zeitung AG. Alle Rechte vorbehalten. Eine Weiterverarbeitung, Wiederveröffentlichung oder dauerhafte Speicherung zu gewerblichen oder anderen Zwecken ohne vorherige ausdrückliche Erlaubnis von Neue Zürcher Zeitung ist nicht gestattet.