

Online Modelling per Smartphone?

Bei den Herstellern von Schokoladenmaschinen und Schokoladenformen hat die Digitalisierung längst das Kerngeschäft erreicht – KoCa-Gespräch mit Rudi Schwaiger, Geschäftsführung Hans Brunner Schokoladenformen, und Carmen Rist, Marketing und Verkauf LCM Schokoladenmaschinen GmbH

Online Modelling heißt ein Trend, der den Kunden mit seinem Formenhersteller vernetzt. Bald könnte das Smartphone vielleicht auch die Schokoladenmaschine bedienen und die Mischung der Zusatzstoffe für die Kuvertüre oder die Temperierqualität bestimmen. Auf der anderen Seite werden so bewährte Produktionsvorgänge wie das Kaltstempel-Stempelverfahren noch immer angewendet – allerdings momentan weiterentwickelt.

Fragen an Rudi Schwaiger, Geschäftsführung Hans Brunner Schokoladenformen
Gibt es neuartige Verfahren bei der Herstellung von Schokoladen?

Die Idee des Kaltstempel-Verfahrens zur Herstellung von Schalen und Hohlkörpern wird derzeit weiterentwickelt. Aus verschiedenen Ecken wird berichtet, dass auch für kleinere und mittelständische Firmen Anlagen entwickelt werden, die vom Platz- und Finanzbedarf interessant sind. Das Verfahren, in dem ein gekühlter Stempel in eine mit Schokolade gefüllte Form eintaucht, ist zwar viele Jahrzehnte alt, wird aber aktuell mit neuem Leben erfüllt. Die Hans Brunner GmbH hat sich rechtzeitig darauf eingestellt und hochpräzise Anlagen in Betrieb genommen, die den gestiegenen Anforderungen an Qualität und Maßhaltigkeit genügen. Auch haben wir den Kunden eine genaue

Bewährte Technik: Das Unternehmen Hans Brunner bietet für das Kaltstempel-Verfahren auch großflächige Formate mit Formen bis zu 1400 mm Länge.



Vorstellung gegeben, wie man diese Artikel zielgerichtet umsetzen kann.

Inwieweit haben sich gegebenenfalls die Kundennachfragen gewandelt in Bezug auf den Geschmack oder die Veredelungen von Schokolade?

Unser Job ist mehr die Optik, ein Teil des Geschmackserlebnisses ist immer auch der visuelle Eindruck. Denn: Das Auge isst mit! Dieser alte Spruch hat immer noch seine Gültigkeit. Auch wenn neue Trends, wie etwa „mouthfeeling“ eine genauere Beschreibung des Genusses skizzieren sollen, so ist der erste Eindruck doch sehr

oft entscheidend für den Kauf des Produkts. Wissenschaftler berichten, dass wir oft minutenlang durch bewusstes Abwägen nicht korrigieren können, was wir im Zehntel-Sekundenbereich als attraktiv empfunden haben. Mit einem Augenzwinkern darf ich daran erinnern, dass dies bei der Auswahl der Schokolade genauso abläuft wie bei anderen Entscheidungen des täglichen Lebens. Wir sehen es als unsere Aufgabe, hier unseren Beitrag zu leisten. Ein echter Hingucker hat nun mal die besten Voraussetzungen, ein Bestseller zu werden.

Optisch veredelt: Witzige Figuren und edle Tafeln helfen, die Aufmerksamkeit des Verbrauchers auf neue Geschmacksrichtungen zu lenken, weiß man bei Hans Brunner.



Online Modelling: Der Kunde sieht, was der Gestalter macht und kann das Geschehen beeinflussen.



Gibt es also neue Verfahren, mit denen die Qualität der Produkte gesteigert werden kann?

Um die Wünsche und Anforderungen exakt erfüllen zu können, bedienen wir uns einer Vielfalt von technischen Hilfen. Beim „online modelling“ wird der Computer des Kunden mit unserem System verbunden, und man kann online erleben, wie eine neue Figur oder ein Dekor auf einer Tafel entsteht. Wünsche werden sofort eingearbeitet und optimiert. Dieses Verfahren ist nur bei einem Teil der Entwicklungen nötig, steht aber jederzeit zur Verfügung. Zeitliche und räumliche Hürden werden so überwunden. Als Trend hierzu können wir feststellen, dass immer mehr Endverbraucher sehen wollen, was im Produkt enthalten ist. Die Formgebung soll also bereits einen Hinweis geben oder sogar die Aufmerksamkeit darauf lenken, dass gewisse Ingredienzen enthalten sind. Durch unsere positive Voreinstellung haben wir alle ein höheres, feineres und intensiveres Geschmackserlebnis.

Fragen an Carmen Rist, Marketing und Verkauf LCM Schokoladenmaschinen
Wie muss sich die Maschinenteknik weiterentwickeln, um den neuen Trends in der Schokoladenherstellung gerecht zu werden?

Unsere Kunden verarbeiten mindestens drei, manche sogar bis zu acht Sorten Kuvertüre. Daher müssen schnelle Wechsel der Schokoladensorten mit wenig Verlust

an Kuvertüre möglich sein. Speziell nach der Zugabe von Zusätzen in die Temperier- oder Überzugsmaschine sollte die gesamte Maschine komplett und möglichst schnell und einfach mit heißem Wasser zu reinigen sein, so dass Standzeiten der Maschinen kurz gehalten werden können. **Inwieweit stellen Sie sich als Hersteller von Schokoladenmaschinen auf die Bedürfnisse der Produzenten ein?**

Bei allen Tempers der Firma LCM Schokoladenmaschinen können Zusatzstoffe der Kuvertüre im Tank direkt beigemischt werden. Auch bei Tempers mit vollautomati-

scher kontinuierlicher Umlauftemperierung konnte bisher keine Minderung der Temperierqualität durch Zugabe von Zusatzstoffen beobachtet werden. Zusätze, die von der Größe her nicht unter den Temperierteller passen, bleiben im Tank zurück und können bei der Reinigung des Tempers leicht entfernt werden. LCM bietet zudem Temperteller mit unterschiedlicher Durchlaufhöhe an.

Welche Möglichkeiten eröffnet Ihnen die Digitalisierung? Lassen sich Abläufe durch die Nutzung neuer Maschinenmodelle dadurch beschleunigen?

Digitalisierung hat längst unser aller Alltag erfasst. Fertigungszeichnungen, Bedienungs- und Montageanleitungen, Ersatzteillisten, Steuerungspläne per E-Mail zu verschicken, all das gehört bereits wie selbstverständlich zum Arbeitsalltag von LCM und seinen Kunden dazu. Ob wir jemals eine Maschine mit dem Smartphone bedienen können? Aktuell gibt es Ideen, Produktdatenbanken in Kombination mit Maschinen-Setups zu hinterlegen. Schön wäre auch, wenn wir eine Fehleranalyse der Maschinen direkt bei uns in der Firma abrufen könnten. Ich denke aber, wir sollten, neben den Chancen die die Digitalisierung bringt, auch gleichzeitig umsichtig sein, damit bei unseren Kunden nicht das Gefühl der Überwachung entsteht und wir nicht den persönlichen Kontakt verlieren.



Carmen Rist: Sie hat trotz Digitalisierung den persönlichen Kontakt im Blick.

Das KoCa-Gespräch wurde geführt von Silke Liebig-Braunholz