

BLICK testet die erste Schoggi aus der Kakao-Bohne, die rosa wächst

Heiss verpackt und echt teuer!

Fotos: Thomas Meier, Sven Wüst, Barry Callebaut.com

Bianca Lüthy

Sie ist pink und süss und trägt einen melodischen Namen: die Ruby-Schokolade. Seit Februar lässt sie die Herzen von Naschkatzen höherschlagen. Zumindest in Südkorea und Japan. Dort brachte Nestlé ein erstes Produkt der neu entwickelten Sorte exklusiv auf den Markt. **Und im Land der Kirschblüten ist das rosa Ruby-Kitkat bereits der Renner.**

Das musste BLICK probieren. Weil Nestlé Schweiz keine Testware zur Verfügung stellte, besorgte sich BLICK die Neuheit über den japanischen Online-shop des Lebensmittelgiganten. Eineinhalb Wochen nach Bestellung, gelangte die süsse Sendung mit dem Paketdienst via China, Thailand, Indien und schliesslich Deutschland nach Zürich in die Redaktion.

Zuerst fällt der Preis ins Auge: Umgerechnet 3.50 Franken kostet der einzelne Kitkat-Riegel, der zwar deutlich grösser ist als jener in der Schweiz. Doch bei uns kostet ein Päckli mit vier Riegeln lediglich 1.70 Franken.

Die pinke Verpackung und das Design versöhnt etwas. «Hat ein bisschen was Erotisches. **Sieht ein wenig aus wie ein Produkt aus einem Shop, den man erst ab 18+ betreten darf**», findet Kay Baumgardt (35),

Chefpâtissier des Gourmetrestaurants Gasthaus zur Fernsicht.

Hinter der rosa Farbe des sogenannten «Ruby Sublime»-Kitkat stecken aber nicht wie angenommen künstliche Farb- und Zusatzstoffe, sondern eine rosa Kakaobohne. **Als völlig frei von Zusatzstoffen mit einem «völlig neuen Geschmackserlebnis»**, beschreibt Schweizer Hersteller Barry Callebaut, der Nestlé für den Anfang eine Exklusivlizenz gab, die Ruby-Schoggi.

Auf die Frage, was sich wohl in diesem hübschen Kartonschächteli verbirgt, rätselten Passanten: Zigarre, Lippenstift oder Schwangerschaftstest? Und was sagen Schweizer Schoggi-Fans zum Geschmack?

Die Mehrheit war mehr von der Verpackung selbst als vom Inhalt begeistert. Der angebliche fruchtige Geschmack der Ruby-Schoggi schmeckten nur zwei Testpersonen heraus. **Die meisten fanden, es gebe kaum einen Unterschied zu einem normalen Kitkat.** «Es sieht echt herzig aus, aber der Geschmack ist wie der vom originalen Kitkat. Wäre es nicht so teuer, würde ich es vielleicht kaufen», sagt Mariana aus St. Gallen. «Der Knack stimmt. Sonst ist es nichts Spezielles», urteilt auch der Experte.

Chef-Pâtissier Kay Baumgardt (35) zum Ruby-Riegel

«Er hat etwas Erotisches»

Blick Als Chefpâtissier sind Sie der Experte. Worauf achten Sie bei einer Schokoladendegustation? **Kay Baumgardt:** Der Geschmack ist das Wichtigste. Ein guter Schokoriegel soll Spass machen, natürlich ist auch das Mundgefühl sehr entscheidend. In dem Fall ist der Crunch-Effekt sehr wichtig. Der Schmelz ist auch ein wichtiger Punkt. **Was trifft beim Ruby-Kitkat zu?** Der Knack stimmt. Aber es bleibt ein Kitkat. Es ist nichts Spezielles. **Schmeckt es Ihnen denn überhaupt?** Es ist fein und ist nicht zu süss, was ein guter Punkt ist. Denn

zu viel Süsse bringt keinen Spass. **Und wie finden Sie die rosa Schokolade grundsätzlich?** Sie ist lustig anzuschauen. Die Farbe ist natürlich sehr speziell. **Gibt es denn bis auf die Farbe keinen Unterschied zum Original?** Doch, die Säure. Sie ist anders als bei dunkler Schokolade. **Wie finden Sie die Verpackung?** Die ist ein richtiger Hingucker, sieht hübsch aus und verleiht dem Schokoriegel den Wow-Effekt. Er hat ein bisschen was Erotisches und sieht ein wenig wie ein Produkt aus einem Shop aus, den man erst ab 18+ betreten darf (lacht).



Der Riegel ist recht teuer. Schlagen die Leute bei diesem Preis zu? Nein, für ein rosa Kitkat wird kaum jemand so viel Geld hinblättern. **Ein Ladenhüter also?** Auf Frauenpartys könnte der Riegel gut ankommen, oder bei Airlines als kleines Goodie für Passagiere. **Bei Ihnen nicht?** In Restaurants und in der gehobenen Gastronomie wird das keine Verwendung finden. **Interview: Bianca Lüthy**

Das Geheimnis hinter der rosa Bohne

Sie ist rosa und heisst Ruby. Die nach Milch-, dunkler und weisser Schokolade vierte Sorte stammt aus der gleichnamigen Bohne, die vor allem in der Côte d'Ivoire, in Ecuador und Brasilien angebaut wird. Ruby lässt die Schoggi ohne beigefügte Zusätze pink erscheinen. Sie sei das Resultat jahrelanger Forschung, sagte ihr Schweizer Hersteller Barry Callebaut (BC) bei der Vorstellung im letzten Herbst. Der Konzern verkauft seine Schokolade nicht direkt an Konsumenten im Laden, sondern an Unternehmen aus der Backwaren-, Süssigkeiten- oder Glacebranche, zum Beispiel Unilever. Laut BC hat die Ruby-Schoggi einen «fruchtig-beerigen Geschmack», der ein angenehmes Gefühl im Mund hinterlasse. Wann Produkte mit Ruby in Schweizer Läden erhältlich sind, weiss noch keiner.



«Den Geschmack kann ich nicht wirklich definieren. Erdbeerig etwa?»
Joana Lopes Gomes (19)



«Ich schmecke nicht viel raus.»
Beni Staeheli (24)



«Die Verpackung sieht elegant aus, braucht es aber gar nicht.»
Christine Barlow (59)



«Es sieht herzig aus, aber der Geschmack ist wie der vom originalen Kitkat.»
Mariana (17), Veronika (17) und Selina (17, v.l.)



In dieser Kiste erreichte uns der rosa Riegel. Sagenhafte 3.50 Franken kostet einer.

Frühjahrsputz

Der neue Trend heisst Minimalismus

Das Bedürfnis, sich von Unnützem zu befreien, wächst – eine Gegenbewegung zum «Immer mehr»: Jeder Schweizer kauft pro Jahr einen Koffer voller Kleider, der Wohnraumbedarf steigt weiter, wir kaufen Dinge, die wir nie brauchen. **Ein durchschnittlicher Europäer besitzt 10 000 Gegenstände, die er in Wohnung und Keller hortet.** Der Wille zur Entrümpelung, «Minimalismus» genannt, hat sich als Bewegung etabliert. Entstanden in den 1960er-Jahren in Amerika,

wollten die Protagonisten eine Alternative schaffen zur Konsumgesellschaft. **Ziel: Nur das Nötigste zu besitzen, um sich aufs Wesentliche zu konzentrieren.** Mittlerweile hat sich ein regelrechtes Business etabliert, es gibt Ratgeber-Bücher sowie Aufräum- und Ordnungsguides, die in die Wohnung kommen und Menschen dabei helfen, sich von Dingen zu trennen.

Einer von ihnen ist Selim Tolga (38, Bild) aus Mönchaltorf ZH. Er besitzt, wie er betont, nur 450 Dinge. Seine Kunden seien

keine Messies, sondern «Menschen, die nicht wissen, wo sie anfangen sollen und jemanden brauchen, der das Aufräumen mit ihnen plant». Minimalist könne jeder werden, sagt Tolga, denn der Vorteil sei offensichtlich: «Je weniger Sachen man hat, desto weniger muss man aufräumen und desto weniger sich um nutzlose Dinge kümmern.»



Strenge Minimalisten reduzieren sich auf das Allernötigste wie Zippora Marti (25) aus Bern, die ein Jahr lang mit einem einzigen Kleid auskommen will. **Anderer wiederum schränken sich beim Wohnraum auf ein Minimum ein.** Anhänger der «Tiny House»-Bewegung (winziges Haus) wie Kevin Rechsteiner und Tanja Schindler leben in den Kantonen Schaffhausen und Uri in mobilen Heimen, die nur so gross sind wie Eisenbahnwaggons. **Larissa Johanna Jurczek**

Wohin mit den alten Sachen?

Brockenhaus Was gut erhalten ist, kann man ins ein Brockenhaus bringen. Auf brocksearch.ch befindet sich ein Verzeichnis mit den Brockenhäusern des jeweiligen Kantons. Gewisse bieten auch einen (meist kostenpflichtigen) Abholservice an. Für Bücher gibt es Bücher-Brockys, buecher-brocky.ch. **Caritas** Wer seine alten Kleidungsstücke loswerden und dabei etwas Gutes tun will, bringt sie zu einer Caritas-Sammelstelle. **Online** Auch im Internet kann man seine Sachen anbieten. Auf der Tauschseite exsila.ch wird man von Büchern über Kleidung bis zu

Sammlerstücken alles Mögliche los. Will man mit seinen alten Sachen Geld verdienen, lädt man Bilder bei anibis.ch, ricardo.ch oder tutti.ch hoch und verkauft sie dort. **Sperrmüll** Sperrgut kann man der Müllabfuhr mitgeben oder bei einer Sammelstelle abgeben. Beide Dienste sind kostenpflichtig. **Sondermüll** Alte Farben, Chemikalien, Elektrogeräte und anderen Sondermüll muss man fachgerecht entsorgen und zu einer Sammelstelle bringen. Auf recycling-map.ch findet man ein Verzeichnis mit allen Sammelstellen in der Umgebung.