



Gouden tijden voor chocoladefans

Chocoladefans maken mooie tijden door: de makers van Kinder Bueno gaan ook ijs maken, er is chocoladepasta ontwikkeld met M&M's erin en er komen ook nog steeds meer chocoladeshops bij. Ketens als Chocolate Company (de vijftiende vestiging in Nederland gaat met Valentijnsdag open) en Quetzal (negen filialen in Nederland) groeien als kool.

Ellen den Hollander 05-02-18, 11:00 Laatste update: 11:49 ☐



Chocopasta met M&M's is vooralsnog alleen verkrijgbaar in Britse supermarkten.

„Chocolade is ongeloofelijk populair”, ziet trendwatcher en marketingexpert Paul Moers. Tony's Chocolonely levert daar een grote bijdrage aan, meent Moers. De smaak zeezout met caramel is famous, maar er is veel meer [keus](#). „Dat bedrijf maakt een revolutie door. Ze brengen een hele range aan smaken uit.” Er is nu één smaak van de chocolademelk van [Tony's Chocolonely](#), maar dat worden er snel meer, zo heeft het bedrijf bekendgemaakt.

Het mooie van chocola is: het is een en al emotie, zegt Moers. „Het is een product waar je bovendien veel mensen mee kunt verwennen.” Ook een ander. Mrs Janet Brownerie is begonnen met het versturen van pakketjes met acht of zestien brownies: traditionele, maar ook exemplaren met pindakaas, lavendel of pecannoten. ☐

Guilty pleasure

Het is moeilijk kiezen, zegt foodtrendexpert Anneke Ammerlaan. „Er is een onwaarschijnlijke diversiteit. Chocolade is een trendy artikel geworden. Een *guilty pleasure*, die ook wel als gezond wordt gezien. Vroeger had je melk, puur en bitter. Nu heb je heel veel verschillende soorten. De textuur is ook belangrijker geworden, dus stukjes die in de chocolade zitten. Dat geldt ook voor de M&M's in de chocopasta, maar ook voor de hagelslag in de [hagelpasta die](#)

[een opa voor zijn kleinzoon heeft ontwikkeld.](#)”

Ammerlaan onderscheidt vier soorten chocofans. De culinaire eter wil alleen Valrhona, een chocolademark dat chefkoks ook gebruiken. De ethische chocoladeliefhebber kijkt vooral naar de manier waarop de chocolade is geproduceerd. „Zij willen zeker weten dat het ethisch in orde is.” Die foodies eten fairtrade chocolade, zoals van Fair Trade Original.

„De derde groep zijn de gezondheidseters, foodies die vooral naar de goede stoffen in chocolade. Die zijn dol op Lovechock, die op rauwe chocolade inzetten.” De laatste groep is het grootst: de massa die melkchocolade eet en op wie Tony's Chocolonely zich richt. Het favoriete merk van Ammerlaan zelf is het Oostenrijkse Zotter.



Kinder is in Nederland vooral bekend van de surprise-eieren. De fabrikant, Ferrero, heeft samen met Unilever een Kinder-ijsje ontwikkeld. Voorlopig is het ijsje alleen verkrijgbaar in Duitsland.

We geven er veel geld aan uit. We eten per persoon ongeveer 4,7 kilo per jaar aan chocolade. Volgens een marktonderzoek van Euromonitor zijn consumenten bereid geld te spenderen aan chocolade van hoge kwaliteit waarmee ze zichzelf optimaal kunnen verwennen. In Nederland is Masterfoods – bekend van Twix, Mars en Bounty – marktleider met 19 procent marktaandeel.

Waarschuwing

Een waarschuwing is op zijn plaats, vindt Moers. „Cacao is wel een product dat de komende jaren [duur kan gaan worden](#). De Chinezen hebben chocolade ontdekt en dat – in combinatie met een veranderend klimaat waardoor niet altijd voldoende oogst voorhanden is – kan zorgen voor hogere prijzen. Misschien gaan we ernaartoe dat we de wijnkelder leeghalen en er in plaats van wijn chocolade leggen.”

Dat moet dan wel heel goede kwaliteit zijn, vindt Moers. „De Duitse merken Feodora en Hachez maken chocolade extra mooi van smaak door het dagenlang te concheren. Dat is het slaan van de gesmolten chocolade om de bittere aroma's eruit te krijgen. Bij goedkopere chocola gebeurt dat vaak maar enkele uren.”