



Kaum steht Ostern vor der Tür, schmücken sich die Schaufenster französischer Chocolatiers mit allerlei süßen Verlockungen. Doch in diesem Jahr erlebt eine besonders beliebte Kindheitserinnerung ein glänzendes Comeback – die mit Schokolade überzogenen Marshmallow-Bären.

Sie waren nie ganz weg, aber jetzt sind sie wieder richtig da. Und wie!

Ein Klassiker erlebt seine Renaissance

Seit 1962 begeistern die kleinen Schokobären Jung und Alt. Ursprünglich von der nordfranzösischen Chocolaterie Bouquet d'Or erfunden – heute Teil des Konzerns Cémoi – haben sie sich mit ihrem luftigen Marshmallowkern und dem zarten Überzug aus Milkschokolade in unzählige Herzen geschlichen.

Gefertigt werden sie nach wie vor in Villeneuve-d'Ascq. An der Rezeptur hat sich nichts geändert – und genau das scheint ein Teil des Erfolgsrezepts zu sein. Denn in einer Zeit, in der alles ständig neu, anders, exotischer sein muss, sorgt das Altbewährte plötzlich für Begeisterung.

Von der Massenware zur feinen Delikatesse

Was einst im Supermarktregal auf Kinderaughöhe thronte, zieht jetzt auch Erwachsene in seine süße Falle. In edlen Confiseries und Boutiquen werden die Bären nun handgefertigt, liebevoll verpackt und in neuen Geschmacksrichtungen angeboten.

Die Maison Dufoux etwa setzt auf hochwertige Kuvertüren mit 35% oder sogar 69% Kakaoanteil. Andere Chocolatiers experimentieren munter: Vanille-Marshmallow trifft auf dunkle Schokolade, Himbeerfüllung auf weiße Kuvertüre – oder wie wär's mal mit salzigem Karamell?

Manch einer würde sagen: Das ist kein Bär mehr, das ist Haute Confiserie.

Warum gerade jetzt?

Die Frage liegt auf der Zunge: Warum erleben ausgerechnet diese Süßigkeiten einen solchen



Boom?

Ganz einfach – wir sehnen uns nach Vertrautem. In einer Welt voller Krisen, Reizüberflutung und Dauerverfügbarkeit wächst das Bedürfnis nach Authentizität. Und was könnte authentischer sein als der Geschmack der eigenen Kindheit?

Zudem spielen saisonale Anlässe wie Ostern eine große Rolle. Die Menschen wollen schenken, genießen, sich etwas gönnen. Und wenn dann ein altbekanntes Produkt plötzlich in neuem Gewand erscheint, greift man doppelt gern zu.

Zwischen Supermarkt und Schaufenster

Was einst als preisgünstiger Snack für zwischendurch galt, hat sich zum anerkannten Genussprodukt gemausert. Die Verkaufszahlen sprechen für sich – besonders rund um Feiertage schnellen sie in die Höhe. Selbst große Supermarktketten haben darauf reagiert: Eigene Displays, Sondereditionen, teilweise sogar exklusive Kooperationen mit Chocolatiers.

Der Bär hat den Sprung von der Masse in die Klasse geschafft. Und das ohne sein gemütliches Image einzubüßen.

Zukunft mit Zuckerguss?

Ob der Trend anhält? Die Zeichen stehen gut. Denn der Boom passt zu einem größeren Wandel in der Welt des Genusses. Verbraucher achten immer stärker auf Qualität, Herkunft und Handwerkskunst. Sie wollen wissen, was drin ist – und am liebsten auch, wer es gemacht hat.

Die Schokobären, so simpel sie auf den ersten Blick wirken mögen, verkörpern genau das: Tradition, Vertrauen, Geschmack. Und sie bieten eine kleine Flucht aus dem Alltag – verpackt in ein paar Zentimeter Glück.

Eine Kindheitserinnerung auf neuer Mission

Der Erfolg der Schoko-Marshmallow-Bären zeigt, wie sehr wir an den einfachen Dingen hängen – besonders wenn sie neu interpretiert werden. Zwischen innovativer



Statt Osterhasen: Die Rückkehr der Schoko-Marshmallow-Bären

Handwerkskunst und nostalgischem Wohlgefühl entsteht eine ganz eigene Form von Luxus: ehrlich, zugänglich, herzerwärmend.

Vielleicht ist es gerade diese Mischung, die den kleinen Bären wieder groß macht.

Von Andreas M. Brucker