

Online-Schokoladenmanufaktur Chocri.de

Milliarden Kombinationen in Schokolade

Firmenlogos in Vollmilch unter dem Tannenbaum, den Slogan zum Verzehr, Geschmacksrichtung herb-bitter – die Online-Schokoladenmanufaktur Chocri.de setzt im Weihnachtsgeschäft auf Privatkunden, aber auch auf Unternehmen. VON JÜRGEN CHRIST

Weißer Schokolade mit Erdbeeren, braune Tafeln mit scharfem Chili: Bei der Berliner Schokoladenmanufaktur Chocri stellt sich der Kunde per Mausclick aus mehr als 80 Zutaten seine individuelle Schokolade zusammen – ökologisch korrekt und fair bezahlt beim Produzenten. Eine Abenteuerreise für die Geschmacksnerven, denn rein rechnerisch sind immerhin zehn Milliarden Kombi-

mit dem Verkauf von Schokobrunnen gesammelt, experimentierten fortan mehrere Monate lang mit flüssiger Süße – der gesamte Freundeskreis und die Familie machten mit. „Wir dachten auch an Pralinen, aber die Herstellung ist viel zu kompliziert“, erinnert sich Michael Bruck. Schließlich hoben er und Franz Duge im September 2008 ihr Start-up Chocri aus der Taufe – ohne Bankkre-

stets im Dialog mit unseren Kunden Schokolade und Zutaten geschmacklich getestet, den Versand optimiert und die Plattform überarbeitet.“ Die „Kreativschmiede“ Weblog und intensive Debatten mit den Kunden scheinen sich zu lohnen: Bereits einen Monat nach dem Start schrieben die Jungunternehmer schwarze Zahlen. Inzwischen hat Chocri.de den Wirtschaftswoche Gründerwettbewerb gewonnen, 20 Mitarbeiter beschäftigt das Unternehmen. Sie stellen am Tag bis zu 1.000 Tafeln Bio-Schokolade her. Vor Ostern oder Weihnachten laufen täglich 800 bis 900 Bestellungen ein. Drei vollautomatische Geräte wurden neu angeschafft.

Zurzeit erzielen die Gründer Duge und Bruck noch 80 Prozent ihres Umsatzes mit Privatkunden – auch wenn die Berliner Hilton-Hotels, die Deutsche Bahn oder Intel bereits Süßes mit „Unternehmensgeschmack“ beauftragt haben. Jetzt will Chocri mit „Give aways“, deren Verpackung Firmenlogo oder -motto zieren, das Geschäft ausbauen. Diese Weihnachten im Visier: Manager, die vor Kunden, Mitarbeitern und Lieferanten mit individuellen Präsenten glänzen möchten. Ganz billig ist der Spaß nicht. 100 Tafeln weiße Schokolade mit Erdbeeren, Erdnüssen und Honigflakes inklusive Etikett mit Firmen-Logo kosten rund 334 Euro. „Aber wir haben immer ein offenes Ohr für Sonderwünsche“, betont Franz Duge. Gutfühlen gibt's obendrauf: Ein Prozent des Umsatzes spendet Chocri einer Kinderhilfsorganisation, die Projekte in den Anbauländern realisiert. ◀



Franz Duge und Michael Bruck (v.l.) haben gemeinsam Chocri erfunden – ein Kunstwort aus Schokolade und kreieren.

nationen möglich. Besonders ausgefallen mag es Mario Barth: Der Comedian orderte Currywurst-Schokolade. Am Anfang der Firmengeschichte stand der Zufall: Auf der Suche nach einem Geburtstagsgeschenk für seine Freundin kam Geschichtsstudent Franz Duge auf die schokoladige Idee. Gemeinsam mit Freund Michael Bruck, der Maschinenbau studierte, mischte er weiße Schokolade, Gummibärchen und Studentenfutter. Beide hatten bereits Erfahrung

dit. Die damals 22-Jährigen investierten eigenes Geld und kauften damit einem Berliner Chocolatier eine 25 Jahre alte Maschine ab.

Der Name Chocri ist ein Kunstwort aus „Schokolade“ und „kreieren“ – Web-2.0-gemäß stammt er aus dem Fan-Blog der Jungunternehmer: „Es ist effizienter, Fans und Kunden in Entscheidungen mit einzubeziehen, anstatt sich allein den Kopf zu zerbrechen“, berichtet Franz Duge. „Seit dem Start haben wir

**Ist Ihre Versicherung so individuell
wie Ihr Unternehmen?**



**Betriebliche Rundum-Lösungen
von AXA. Abgestimmt auf Ihre Branche,
maßgeschneidert für Ihr Unternehmen.**

Für alle, die eine Versicherung suchen, die so individuell ist wie ihr Unternehmen, gibt es die betrieblichen Versicherungs- und Vorsorge-Lösungen von AXA. Der perfekte Rundum-Schutz für Sie und Ihre Mitarbeiter. Zum Beispiel „Profi-Schutz“ – perfekt abgestimmt auf die Anforderungen Ihrer Branche und angepasst an die individuellen Bedürfnisse Ihres Unternehmens. Vorsorge- und Deckungslücken werden so geschlossen, aber auch überflüssige Deckung vermieden. Die Folge: Sie sparen Geld – und Nerven. Eine individuelle Rundum-Beratung erhalten Sie bei Ihrem persönlichen Betreuer. Mehr Infos unter www.AXA.de/Geschaeftskunden oder unter Telefon 0 18 03/55 00 22*.

Kommen Sie zur Versicherung, die neue Maßstäbe setzt.

Maßstäbe / neu definiert

