

Dubai-Schokolade liegt im Trend

Während Influencer den Luxus-Hype in den Sozialen Netzwerken feiern, kreieren Wiesbadener eigene Versionen

Von Julia Anderton

WIESBADEN. 15 Euro für eine Tafel Schokolade? Diese hohe Summe wird zur Zeit von überraschend vielen Menschen, ohne mit der Wimper zu zucken, gezahlt: Die Dubai-Schokolade ist ein Hype, der in den Sozialen Netzwerken hochkocht, und von findigen Influencern per Online-Handel bedient wird. Der Clou ist dabei die Füllung. Sie besteht aus einer Pistazien-Creme, die mit „Engelshaar“ (frittierte Teigfäden) und der Sesampaste Tahini verfeinert ist. Dadurch entsteht eine ausgefallene Konsistenzkombination aus Knusprigkeit und Cremigkeit.

Die Wiesbadener sind indes nicht weniger pffiffig und schaffen fleißig köstliche Interpretationen. So gibt es im griechischen Restaurant „Kavos“ in der Grabenstraße die Dubai-Schokolade in Dessert-Form zu genießen: Unten ein Schokotaler aus Engelshaar und Nüssen, obendrauf eine Kugel herbes Schokomousse, dekoriert mit krossen Teigfäden – das Gesamtkunstwerk thront in flüssiger Pistaziencreme und Beeren.

Es gibt sogar zwei Dubai-Macarons-Versionen

Auch Nihan Başer hat den Boom aufgegriffen. Lange Jahre hat sie als Kunsthistorikerin in Frankfurt gearbeitet, bevor sie beschloss, aufs Handwerk umzusatteln. Sie absolvierte eine Konditorausbildung und fuhr kurz darauf mit Mann und Tochter in den Urlaub nach Paris. „Da habe ich das erste Mal Macarons gegessen“, berichtet die 36-Jährige. Ein Bissen – es war Vanille, das weiß sie noch genau – und es war um sie geschehen. „So unglaublich lecker! Ich wusste, das muss ich in Wiesbaden machen.“ Anderthalb Jahre testete Başer die Produktion, bestellte dafür Rohstoffe aus aller Welt, um die aromatischeren herauszufiltern, verfeinerte die Rezepturen.

Im April 2021 war es dann soweit: Die „Manufaktur Seidenzucker Macarons“ öffnete als Ein-Frau-Betrieb ihre Pforten. Sie beliefert seitdem bundesweit Süßwarenläden und Cafés sowie Privatkunden, die im gleichnamigen Webshop bestellen. Wiesbadener Süßschnäbel können direkt vor Ort in der Schiersteiner Dachsbergstraße einkaufen, immer mittwochs und donnerstags von 10 bis 14.30 Uhr sowie freitags von 10 bis 17 Uhr. Zehn wechselnde Sorten stehen zur Aus-

wahl; ergänzt durch saisonale Kreationen zu Weihnachten, Ostern oder im Sommer, wenn Erdbeeren eines lokalen Anbieters verarbeitet werden.

Von nun an gibt es eine besondere Sorte: Die Dubai-Macarons! Die Tester reagierten enthusiastisch („Ich habe direkt gedacht, dass das ja einfach nur gut schmecken kann!“, freut sich Başer), nun haben alle Leckermäuler bis Weihnachten die Chance, die Trend-Knabberei auszuprobieren. Wem der Weg nach

Schierstein zu weit ist, der wird auch im Café „Latte Art“ in der Langgasse fündig. Die Version mit Pistazienmousse ist übrigens nicht die einzige. „Es gibt noch eine mit Haselnusscreme statt Pistazienmousse, die schmeckt richtig vollmundig“, schwärmt die zweifache Mutter. „Ehrlich gesagt finde ich sie fast sogar besser als das Original!“

Welche Sorten liegen bei den Wiesbadenern (in Schierstein kaufen deutlich mehr Männer als Frauen ein, im bundeswei-

ten Online-Shop ist das Verhältnis genau umgekehrt) sonst an der Spitze? „Pistazie ist der Evergreen“, berichtet die gebürtige Lüdenscheiderin, die seit zehn Jahren der Liebe wegen in der hessischen Landeshauptstadt lebt. Daher habe ihr auch der Dubai-Trend sofort ein gutes Gefühl für ihre Kreation gegeben. Direkt danach folgen Schokolade, Himbeere und Salzkaramell. Und was mag Nihan Başer selbst am liebsten? „Vanille. Immer noch.“

