

Eis vom Fließband

Jeder kann Eiswürfel selbst herstellen. Trotzdem kaufen die Leute gefrorenes Wasser aus der Fabrik. Bei diesem Wetter ein gutes Geschäft.

VON THIEMO HEEG

Die schönsten Arbeitsplätze Deutschlands finden sich derzeit im baden-württembergischen Birkenfeld. Bei minus zehn Grad ist es angenehm kühl in den Geschäftsräumen der Crio Ice GmbH & Co. KG.

Crio ist kein neuer Langnese-Konkurrent, sondern hat sich – so heißt das in der Branche – auf Nuteis konzentriert. Das Unternehmen stellt Eiswürfel her. Eiswürfel? Die Geschäftsidee klingt so genial wie der Verkauf von Luft in Dosen. Und doch bekommen die beiden Gründer ihre Ware aus den Händen gerissen.

„Abgepackte Eiswürfel zum Mitnehmen sind auf dem deutschen Markt ein neues Produkt“, sagt Reinhard Schweitzer, und Sohn Carsten pflichtet ihm bei. Wer Eis im Mixdrink mag, kann das zwar leicht selbst produzieren. Aber bequemer ist es, für fertig gefrorenes Wasser im Zwei-Kilo-Beutel drei Euro auf die Ladentheke zu legen. Besonders wenn viele Gäste kommen. In Amerika gibt es verpacktes Eis schon ein halbes Jahrhundert lang. Geht es nach den Schweitzers, soll dies bald auch hierzulande zur Selbstverständlichkeit werden.

Schon heute beliefern die Schweitzers rund 2500 Kunden, darunter rund 1800 Tankstellen. Verträge bestehen mit den Handelsriesen Metro und Rewe, auch bei Edeka sind die mit Wasser aus einer Schwarzwälder Quelle produzierten Crio-Würfel zu finden.

Wenn Deutschland unter Tropentemperaturen stöhnt, klingeln bei Schweitzers die Kassen. Die Nachfrage ist so exorbitant, daß das Unternehmen mit der Produktion kaum nachkommt, und das trotz Drei-Schicht-Betrieb. „Ab 30 Grad“, berichtet Mitarbeiter Dirk Binder, „werden einige unserer Verkaufsstellen regelrecht gestürmt.“ Normalerweise reiche dort einmal pro Woche eine Eislieferung; derzeit müsse man praktisch täglich anrücken.

Auf 140 bis 150 Tonnen schätzt Reinhard Schweitzer die Produktion pro Tag. Doch Vater und Sohn

träumen von Ländern wie Kanada, wo vergleichbare Unternehmen 17 000 Tonnen täglich produzieren. „Daran sehen Sie, daß wir noch am Anfang stehen“, sagt Reinhard Schweitzer, der den Umsatz bis 2008 von derzeit rund drei auf zehn Millionen Euro steigern will.

Heiße Sommer wie der 2006er sind da sehr förderlich, aber nicht Bedingung, kalkuliert der Crio-Chef. 40 Prozent seiner Würfel will er künftig im Winter verkaufen. Seine These: Wer in der Hitze den Eisreiz entdeckt hat, mag auch bei der Silvesterparty nicht mehr darauf verzichten.



Ein Crio-Eiswürfel? Gut möglich.