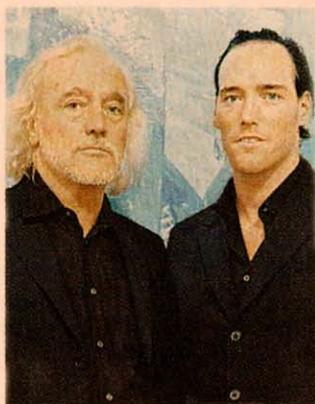


Mit kühlem Kopf

Ein perfekter Eiswürfel ist unsichtbar. „Er muss so klar sein, dass man ihn im Glas kaum erkennen kann“, sagt Carsten Schweitzer. Dazu muss das Wasser fließen, während es gefriert.

Qualitätseiswürfel, die überdies speziell gehärtete Oberflächen haben, damit sie nicht aneinander klumpen, sind ein Hightech-Produkt, das man zu Hause im Kühlschrank nicht herstellen kann. In den USA stehen deshalb in jedem Supermarkt und an vielen Tankstellen Kühltruhen verschiedener Eishersteller. In Spanien ist es ähnlich. Von dort, aus dem Urlaub, brachte Schweitzer die Geschäftsidee mit nach Deutschland. „Eiswürfel passen in den Trend zu Fertiglernsmitteln“, sagt er. Außerdem wollten die Kunden zunehmend optisch schöne Eiswürfel für ihre Cocktails, wie sie sie selber nicht herstellen könnten.

Zunächst stellten Carsten Schweitzer und sein Vater Reinhard mit ihrer Firma Crio Ice Eiswürfel im Nebenberuf her. „Icefrocks“ nennen sie ihr Markeneis. Die erste Anlage in ihrem Heimatort Birkenfeld im Schwarzwald hatte eine Tageskapazität von fünf Tonnen und war



M. Hüdler, Carol Westermann

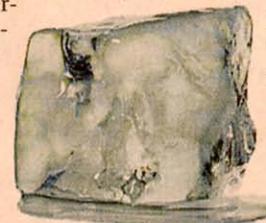
Die Crio-Ice-Gründer
Reinhard und
Carsten Schweitzer
überziehen
Deutschland mit
einem Netz von
Eiswürfeltruhen

schnell ausgelastet. Eine größere musste her. Schließlich verkaufte Reinhard Schweitzer seine Medizintechnikfirma und widmete sich gemeinsam mit seinem Sohn ganz dem Geschäft mit dem Eis.

Mit dem Verkaufserlös konnten die beiden die Investitionen für Crio Ice komplett selbst finanzieren. Allein die jetzige Produktionsanlage mit einer Kapazität von 70 Tonnen pro Tag kostete mehrere Millionen Euro. Noch teurer war der Aufbau des bundesweiten Vertriebsnetzes. Crio beliefert 2200 Verkaufsstellen mit einer eigenen Lkw-Flotte. Außerdem stellt das Unternehmen den Tankstellen und Lebensmittelgeschäften Kühltruhen zur Verfügung. Von jeder verkauften Packung „Icefrocks“ behält der Verkäufer 1 €, Crio kassiert das Doppelte.

Ihr Rundumservice half den Schweitzers, die anfangs skeptischen Vertriebspartner zu überzeugen. „Wir wurden oft ausgelacht, wenn wir uns mit unserer Geschäftsidee vorstellten“, erinnert sich Carsten Schweitzer, „aber mittlerweile melden sich Leute von sich aus, die Eiswürfel verkaufen wollen.“

Max Borowski



Checkliste

Startkapital mehrere Millionen Euro

Größter Kostenblock Aufbau des Vertriebsnetzes

Höchste Hürde skeptische Einzelhändler

Auslastung 100 Prozent. Kapazitäten werden zurzeit erweitert

Perspektiven Gastronomie- und Cateringbetriebe als Kunden. Erweiterung des Vertriebsnetzes auf bis zu 5000 Verkaufsstellen in Deutschland, Expansion ins benachbarte Ausland. 2008 soll Crio Ice erstmals Gewinn erzielen