

Icefrocks

Wie man mit gefrorenem Wasser Geld verdienen kann

Eigentlich ist die Idee recht simpel: man nimmt Wasser, friert es ein und verkauft es. Carsten und Reinhard Schweitzer haben aus diesem Konzept ein Unternehmen gegründet – und der Erfolg, den sie damit haben, zeigt, dass es eine gute Idee war.



Carsten und Reinhard Schweitzer haben die „Crio Ice GmbH & Co KG“ 2003 ins Leben gerufen.

Mit ihren „Icefrocks“ haben die beiden Unternehmer in Deutschland eine echte Marktlücke entdeckt. In den USA gibt es seit jeher in Tankstellen und Supermärkten zerstoßenes Eis in Tüten zu kaufen – auf dem deutschen Markt hingegen sind abgepackte Eiswürfel zum Mitnehmen ein bis dato vollkommen neues Produkt. Das ist auch der Grund, weshalb die Schweitzers mit ihrem Unternehmen weitgehend konkurrenzlos sind: außer einigen regionalen Anbietern für Eiswürfel und Crushed-Eis gibt es keine Mitbewerber mit einer derart flächendeckenden nationalen Verbreitung.

Die Marke soll international werden

An rund 2.000 Tankstellen und Getränkeabholmärkten in ganz Deutschland stehen die auffälligen Truhen mit dem Frosch als Firmenlogo, ständig werden neue geordert. Offenbar bereiten sich viele Händler auf einen heißen WM-Sommer vor. Und auch im Handel hat sich das Unternehmen bereits einen Namen gemacht: in vielen Filialen von Rewe, Minimal und Edeka gibt es Eiswürfel und Crushed-Eis von „Icefrocks“ zu kaufen. Doch das ist den beiden Unternehmern noch lange nicht genug – sie planen bereits die Expansion ins Ausland. Dabei stehen in naher Zukunft zunächst deutsche Nachbarn wie Österreich, Belgien oder Holland auf dem Plan. Und wenn der Bedarf stimmt, könnte „Icefrocks“ auch weiter international vermarktet werden.

Eiswürfel mit Geschmack

Seit Anfang März hat Crio Ice neben den „Classic Frocks“ mit „Solid Frocks“ eine zweite Sorte Eiswürfel im Sortiment: massive Voll-Eiswürfel mit langer Kühlwirkung, die sich vor allem als Zugabe für Drinks und Cocktails eignen. Im vergangenen

Jahr waren auch verrückte Ideen wie Eiswürfel mit Bier- oder Weingeschmack im Gespräch – und wie von Unternehmensseite zu hören ist, könnten bald tatsächlich Eiswürfel mit Geschmack in den „Icefrocks“-Kühltruhen zu finden sein. Aktuell laufen bei Crio Ice die entsprechenden Produkttests.

Vom Sommerdrink bis zur ersten Hilfe

Zur Zeit werden in der Produktionsanlage in Birkenfeld täglich etwa 70 Tonnen Eiswürfel und Crushed-Eis hergestellt, bis zum Beginn der Sommersaison

soll die Produktion auf rund 100 Tonnen Eis pro Tag gesteigert werden. Seit der Firmengründung 2003 verzeichnet die Crio Ice GmbH jedes Jahr Umsatzzuwächse von mehreren hundert Prozent. Firmenchef Carsten Schweitzer zeigt sich erstaunt, „dass es für die deutschen Konsumenten so lange kein passendes Angebot gegeben hat“ – sind doch Eiswürfel ein universelles Produkt, das vom kühlen Sommerdrink bis zur ersten Hilfe beim Sport jeden Zweck erfüllt. Und dabei sind die kühlen Helfer auch noch so praktisch: Verpackt in handliche Zwei-Kilo-Beutel sind die „Icefrocks“, hergestellt aus kristallklarem Schwarzwaldwasser, ideal zum Mitnehmen. An guten Wochenenden gehen bis zu 15 Tonnen Eis und mehr über die Ladentheke. Nach dem Motto „Sie brauchen Eis – wir liefern Eis“ beliefern zudem 30 Fahrzeuge der hauseigenen Kühlflotte rund um die Uhr Eishungriffe in ganz Deutschland, egal ob zu Grillpartys, Cocktailabenden oder Firmenevents. Ihren Siegeszug haben die „Eisfrösche“ auch in der Gastronomie längst angetreten. Vor allem im Bereich Event, Party und Bar, zu Longdrinks und Cocktails sowie als Kühlaggregate für Bier und Co. finden die Eiswürfel immer mehr Anhänger. Selbst nationale Großabnehmer aus den Bereichen Gastronomie und Events zählen die Schweitzers zu ihren Kunden – so hat das Unternehmen zuletzt einen Auftrag für das Public Catering in den Stadien der Fußball-Weltmeisterschaft an Land gezogen, als offizieller Partner des Catering-Unternehmens Aramark.

Richtige Mischung zwischen Gastronomie und Handel

Der Absatz der Eiswürfel unterliegt starken saisonalen Schwankungen – drei Viertel des Umsatzes erwirtschaften die Birkenfelder im Sommer. Firmenchef Carsten Schweitzer hofft aber, gerade in Hinblick auf die Stabilisierung des Absatzes „die richtige Mischung zwischen Gastronomie und Handel zu finden“. Zudem fallen mit Silvester und Fasching auch zwei feierliche Anlässe in die kalte Jahreszeit – Gelegenheiten, zu denen gekühlte Drinks und Cocktails nicht fehlen dürfen. „Im Vergleich zum amerikanischen Markt stehen wir hierzulande in Sachen „packaged ice“ noch absolut am Anfang“, ist sich Carsten Schweitzer sicher. Deshalb hat sich die Crio Ice GmbH zum Ziel gesetzt, noch in diesem Jahr ihre Marke in der breiten Öffentlichkeit durchzusetzen. Denn je mehr Kunden die „Icefrocks“ kennen, desto mehr Vertriebspartner kann das Unternehmen gewinnen. Dann rechnet sich auch die Ausweitung der Produktion von derzeit einem auf drei bis fünf Produktionsstandorte im ganzen Bundesgebiet, die der Juniorchef in absehbarer Zeit geplant hat. Und natürlich haben Vater und Sohn Schweitzer bereits jetzt schon die nächsten Innovationen im Kopf – denn: „wer stehen bleibt, fällt zurück“. Das ist bei den beiden einfallsreichen Unternehmern wohl eher unwahrscheinlich. (cd)