

Der eiskalte Erfolgswürfel

Aus Angst vor der Zukunft gründeten Vater und Sohn Schweitzer eine Firma

BIRKENFELD. Natürlich kennt jedes Kind Eiswürfel: die kalten Dinger aus dem Eisfach daheim in der Küche. Schnell selbst gemacht, kinderleicht. Damit dreht sich eigentlich alles um eine Frage: Wer kauft Eiswürfel beim Händler?

Reinhard und Carsten Schweitzer kennen diese Frage. Hundertfach wurde sie Vater und Sohn schon gestellt. Und sie kennen auch die Antwort: immer mehr Leute. An bundesweit 2500 Direktverkaufsstellen, beispielsweise Tankstellen, gibt es die Würfel im Beutel. Caterer und Gastronomen kaufen Würfel und Scherbeneis; selbst Fleischer und Bäcker kaufen es in rauen Mengen. Reinhard Schweitzer zeigt sich zufrieden, zieht die Solarien als Vergleich heran: „Am Anfang hat in Deutschland auch niemand daran geglaubt, dass man mit künstlicher Sonne Geld verdienen kann.“ Das Gleiche gilt nun eben für Eiswürfel.

Vor drei Jahren standen Reinhard und Carsten Schweitzer auch vor einer Frage. Der Frage nach der Zukunft. 20 Jahre lang führte Schweitzer senior eines der erfolgreichsten und innovativsten Unternehmen der medizinischen Kältetechnik. Auch Sohn Carsten war nach dem Studium der Betriebswirtschaft integriert. Doch bei beiden machte sich eine Leere breit: War es das?

Sie verneinten. Und machten sich auf die Suche. Die Suche nach einer neuen Herausforderung. Sie fanden sie in Spanien und den USA – eben die Eiswürfel. Ihr Ziel war klar: die größten Produzenten von Eiswürfeln in Deutschland werden. In einem Land, in dem jedermann Eiswürfel kinderleicht daheim im Eisfach macht. Überall, wo sie von ihrer Idee erzählt, kam deshalb die eine Frage: Wer kauft das?

Die beiden Schweitzer brauchten zum Glück nicht bei der Bank zu

fragen. Sie verkauften kurzerhand ihr Unternehmen an den Konkurrenten **Linde**. Damit hatten sie Kapital für den Start: In einer kleinen Halle in Birkenfeld standen eine Eismaschine und ein Kühllager.

Zwar lieben der 59-jährige Senior und der 33-jährige Junior das Risiko. Aber die beiden sind nicht blauäugig: Sie brauchten für die Würfel nicht nur einen Vertrieb, der eben zunächst hauptsächlich über die Direktkundenschiene bei Tankstellen lief.

Schweitzers brauchten auch eine Marke. Etwas, das im Gedächtnis bleibt. Sie tüftelten; und kreierten einen Namen: Icefrocks – eine Vermischung aus Ice Frozen Rocks. Und weil das irgendwie nach Frog, also dem englischen Frosch klingt, war auch das Logo kein Problem mehr. Zudem wissen sich die beiden

gleichberechtigten Partner in Szene zu setzen. Das hilft ebenfalls

Und so begannen Vater und Sohn, in Deutschland Eiswürfel zu verkaufen. Der Erfolg kam rasch. Innerhalb kurzer Zeit vertausendfachte ihr Unternehmen **Crio Ice GmbH & Co. KG** die Tageskapazitäten: 140 Tonnen Eiswürfel und Scherbeneis können täglich in einem aufwendigen Verfahren produziert werden. Reinhard Schweitzer: „Der Bedarf

liegt sogar noch darüber. Wir produzieren derzeit im Dreischichtbetrieb an sieben Wochentagen.“

Für 2006 peilen sie einen Umsatz in Höhe von zwei Millionen Euro an, in vier Jahren sollen es zehn sein. Dann gibt es weitere Standorte. Und es macht niemand mehr Eis selbst. Das ist die eiskalte Vision von Vater und Sohn. Bleibt eine Frage: Was machen sie, wenn sie das erreicht haben?

Dirk Werner



Carsten (l.) und Reinhard Schweitzer: die zwei Eisfrösche