



Das blaue Eis sticht farblich heraus. Hier kommt Spirulina zum Einsatz.

Oben rechts: „American Cookies“ kommen am Markt sehr gut an.

Darunter: Das Eisbärknusperhaus gibt es nur vor Weihnachten.



Blaues Eis? Das war bis vor ein paar Jahren noch undenkbar, wenn es zu den Vorgaben eines Unternehmens zählte, nur natürliche Farbstoffe zu nutzen. Dank Spirulina platensis, einer Blaualgen-Art, können Lebensmittel jetzt auf natürlichem Wege blau gefärbt werden. Für Martin Ruehs und Isabel Schultdt, Geschäftsführer von Eisbär Eis in Apensen, gehört die Farbe Blau deshalb zu einer festen Größe im Sortiment. Blau steht für ein Mischaroma, das geschmacklich am ehesten mit Kaugummi beschrieben werden kann und vor allem bei Kindern gut ankommt.

Die Produktion von Speiseeis ist innerhalb der Lebensmittelindustrie ein spezielles Thema, denn Unternehmen wie Eisbär müssen sich ständig etwas Neues einfallen lassen, um den Markt zu bedienen. Manchmal sind dazu fast hellseherische Fähigkeiten erforderlich, denn wer weiß schon, welche Sorte im kommenden Sommer besonders gut ankommt und entsprechend nachgefragt wird.

Klassiker: Das Eisknusperhaus

Martin Ruehs: „Wir betreiben zwar keine eigene Forschung, aber wir schauen uns das Marktumfeld sehr genau an und wissen, was beispielsweise auf dem Süßwarenmarkt, im Segment Speiseeis allgemein und auch in den Bereichen Konditorei und Molkerei passiert. Daraus lassen sich dann durchaus gute Ideen entwickeln.“ Rund 300 solcher Ideen werden pro Jahr geboren. Seltener stehen dabei die eigentlichen Geschmacksrichtungen im Fokus, oft sind es die Darreichungsformen. Der Klassiker: Vor etwa 15 Jahren kam Helmut Klehn, Vater von Isabel Schultdt, auf die Idee, zu Weihnachten ein Eisknusperhaus auf den Markt zu bringen, eine 1,3-Liter-Eistorte in Form eines Lebkuchenhauses. Das Saisonprodukt wurde für einen Kunden aus der Heimdienstbranche entwickelt und wird mittlerweile europaweit verkauft. 300 Produktideen im Jahr sind dennoch ein hoher Wert. „Viele Ideen erreichen nicht den

Spirulina blau macht das Eis

Thema Entwicklung: Eisbär Eis bringt pro Jahr etwa 60 neue Produkte auf den Markt

Projektstatus. Die Trefferquote liegt etwa bei 20 Prozent“, sagt Martin Ruehs. Was immerhin 60 Neuheiten pro Jahr entspricht. Bevor ein Produkt im Einzelhandel gelistet wird, hat es eine Menge Hürden hinter sich. Nicht jede geniale neue Geschmacksrichtung, die von dem Entwicklerteam (Ökothrophologen, Lebensmitteltechniker, Anwendungstechniker) in Apensen kreiert und auf die Produktionslinien zugeschnitten wird, erreicht den Gaumen des Eisgenießers, denn im Handel gelten andere Gesetze. Da kommt es beispielsweise darauf an, dass sich die Ware gut und schnell verkauft. Allein das Mindesthaltbarkeitsdatum sorgt für reichlich Zeitdruck. Und: Ein für die Weihnachtssaison produziertes Eis muss am 24. Dezember verkauft sein – danach „läuft“ der Artikel nicht mehr. Folglich gibt es eine Tendenz zum Ordern klassischer Produkte, von denen bekannt ist, dass sie sich planmäßig verkaufen lassen.

Was passt auf die Anlage?

Bei aller Liebe zur Kreativität gelten auch für das Unternehmen Eisbär Eis eigene Grenzen. So muss ein neues Produkt auf eine der vorhandenen Anlagen passen. Die gewünschte hohe Kapazitätsauslastung der Technik kann also ebenfalls ein Anlass zur Entwicklung weiterer Produkte sein. Isabel Schultdt: „Trotzdem ist es unser Ziel, als Speiseeispro-



Isabel Schultdt und Martin Ruehs hinter dem Werksmodell von Eisbär Eis. Sie führen in Apensen die Geschäfte. Im Hintergrund: eine Wand voller Auszeichnungen des Unternehmens.

duzent auch ein Alleinstellungsmerkmal zu haben. Allerdings ist es schon so, dass es Unbekanntes oder gar Exotisches immer etwas schwerer hat, sich auf dem Markt zu etablieren.“ Was das für die Tonka-Bohne bedeutet, die in der bevorstehenden Saison den Trend setzt, wird sich also noch zeigen. Martin Ruehs: „Manche Ideen werden auch speziell für Aktionen entwickelt. So wird ein

Kunde in diesem Jahr eine Asia-Woche machen, für die wir Grüner-Tee-Eis produzieren.“ Sicherlich eine Geschmacksrichtung, auf die nicht einmal der berühmte Eisliebhaber und Namensgeber Fürst Pückler gekommen wäre.

Ebenfalls im Trend ist veganes Eis, auch wenn der Marktanteil eher klein ist. Isabel Schultdt: „Das ist für uns nicht wirklich etwas Neues, denn wir produzieren schon seit Jahren Eis für Menschen mit Laktose-Intoleranz. In diesen Sorten wird statt mit Milch auf Soja-Basis gearbeitet. Oder wir setzen Lupinen ein. Mittlerweile gibt es Aromen, die den typischen Sojageschmack überdecken, denn das Eis soll schließlich auch wie ein Eis schmecken.“ Martin Ruehs ergänzt: „Wir sind ein Unternehmen der Genussmittelbranche. Das darf man ja nicht vergessen. Wer ein laktosefreies Eis kauft, erwartet einfach, dass es wie ein Milchspeiseeis schmeckt. Die Kunden wollen sich da nicht einschränken. Auch wir sind der Meinung: Ein Eis muss nach Eis schmecken.“

Die Sache mit der Farbe

Dass Vanilleeis weiß, Schokoeis braun und Erdbeereis rosa ist, weiß jeder. Allein die Farbe steuert schon die Geschmackserwartung. Was im Eis an Aromen und Farbstoffen verwendet werden darf, regelt in Deutschland das „Lebensmittelbuch“, das von einer

speziellen Kommission unter Aufsicht des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft herausgegeben wird. Martin Ruehs: „Es gibt eigentlich keine künstlichen Zutaten, denn sonst würde aus Milchspeiseeis Kunstspeiseeis.“ Was irgendwie nicht besonders verlockend klingt. Die Vorgaben waren ein Grund, warum es bis vor wenigen Jahren kein blaues Eis gab. Dank Spirulina ist das jetzt anders – aus der Alge lässt sich ein natürlicher blauer Farbstoff gewinnen. Ähnlich gelagert war der Fall übrigens bei Waldmeister, da sich das Aroma auf natürlichem Wege nicht extrahieren ließ. Auch das ist heute anders. In der Folge wird die Speiseeis-Welt deutlich bunter, was vor allem Kinder anspricht. Martin Ruehs: „Speiseeis ist schon mal per se ein fröhliches Produkt, das Freude auslöst.“

Superfruits und „American Cookie“

Doch das klassische Eis am Stiel ist keineswegs nur ein Fall für Minderjährige. Isabel Schultdt: „Die neuen Superfruits sind extrem geschmacksintensiv und kommen in vier Richtungen auf den Markt: Granatapfel, Physalis, Boysenberry und Kiwi. Das ist kein typisches Kinderprodukt, sondern eher was für Erwachsene.“ Und noch eine Neuentwicklung: 2016 wurde die Sorte „American Cookie“ in den Handel eingeführt und hat einen rasanten Start hingelegt. Die Eismischung zwischen zwei Cookies ist nicht nur technisch eine Herausforderung, denn jeder Keks ist ein Unikat – was die maschinelle Verarbeitung mit hohen Geschwindigkeiten nicht gerade erleichtert. Aber: Der „American Cookie“ kam bei den Kunden so gut an, dass er jetzt sogar containerweise nach Australien geliefert wird. Die Idee stammt von Eisbär Eis, wurde aber zeitgleich auch von einem Konkurrenten verfolgt. Isabel Schultdt: „Wir wussten beide nichts voneinander.“ Manche Idee liegt eben einfach auf der Hand... wb

Web: www.eisbaer-eis.de

KLIMA · KÄLTETECHNIK · TIEFKÜHLUNG · WÄRMERÜCKGEWINNUNG · WÄRMEPUMPEN



Wir planen individuell und beraten Sie gerne unverbindlich.
Telefon 0 41 86/89 50-0

Erfrischung gefällig? Gutes Klima treibt uns an

Kühlsysteme für Industrie, Gewerbe, Hotellerie und Privat – umweltfreundlich, effizient und komfortabel

Machen Sie Wohlfühlen zur Privatsache

Wenn heute jeder Kleinwagen mit Klimaanlage unterwegs ist, wieso verzichten Sie zuhause darauf? Den weitaus größten Teil des Alltags verbringen wir privat zuhause. Hier herrscht aber bezüglich Temperatur und aufbereiteter Luft noch großer Nachholbedarf. Gerke hilft, mehr Komfort und Lebensqualität ins Haus zu holen:

- ❄ Wohn- und Schlafräume
- ❄ Weinkeller
- ❄ Werkstatt, Garage und Hobbykeller
- ❄ Schwimmbad-Entfeuchtung
- ❄ Fitnessraum
- ❄ Wintergarten



WIR SUCHEN!
Mechatroniker für
Kältetechnik (m/w)
und Elektriker (m/w)