



*Auch im Tiefkühlfach fungiert die Verpackung als „Markenmacher“*

## Speiseeis für daheim: Das Auge „schleckt“ mit!

Lars, den kleinen Eisbär, kennt fast jedes Kind. Beim Unternehmen Eisbär dürften es weniger sein – obwohl der norddeutsche Handelsmarkenhersteller fertigt, was Kinderherzen höher schlagen lässt: Eis in Hülle und Fülle. Die Hülle selbst verlockt dann am Tiefkühlregal zum Kauf. Millionen davon fertigt Jahr für Jahr die Weidenhammer Packaging Group an ihrem Standort in Zwenkau bei Leipzig.

**D**er deutsche Markt für industriell gefertigtes Speiseeis lässt sich seit Jahren relativ unverändert auf ein Volumen von knapp zwei Milliarden Euro beziffern. Acht Liter pro Kopf und Jahr vertilgt der Verbraucher in Deutschland; in Österreich ist der Konsum ähnlich hoch. Das ist im europäischen Vergleich nicht schlecht – in südlichen Ländern wird weniger industriell hergestellte Eiscreme, in nördlichen mehr vertilgt. Der beachtliche Konsum von rund 13 bis 14 Litern in Norwegen wird allerdings von den Essensgewohnheiten der Amerikaner noch weit übertroffen – sie verputzen pro Kopf und Jahr rund 23 Liter Eis. Verzehrt wird Eis zunehmend bei jeder Witterung. Mit dazu beigetragen haben dürfte die zunehmende Verlagerung des Verzehrs in die eigenen vier Wände. Dem rückläufigen Anteil von sogenanntem „Impulseis“ steht daher ein wachsender Anteil an Multipacks und Take-home-Gebinden gegenüber – ein Marktsegment, das gerade für die Handelsmarkenhersteller große Bedeutung hat.

**INNOVATIONEN.** Handelsmarken versorgen in Deutschland sieben Unternehmen mit Speiseeis. Zu ihnen zählt die

1955 von zwei Brüdern aus dem Bäcker- und Konditorfach gegründete Eisbär Eis GmbH aus Apensen bei Hamburg. Eisbär konzentriert sich seit Ende der Siebziger Jahre auf die Belieferung des Lebensmitteleinzelhandels und großer Heimdienste wie bofrost\*, Eismann und Heimfrost in Deutschland und Europa. Das inhabergeführte Unternehmen erzielt gemeinsam mit seiner Schwestergesellschaft in Rostock bei insgesamt 430 Mitarbeitern rund 90 Millionen Euro Umsatz jährlich. Eisbär profitiert dabei von der typischen Innovationskraft und Flexibilität eines Mittelständlers. In der eigenen Entwicklungsabteilung sind fünf Mitarbeiter ständig mit der Kreation neuer Produkte beschäftigt – die dabei stets die aktuellen Entwicklungen bei Molkereiprodukten, Süßwaren, Kuchen und Gebäck im Auge behalten.

**VERPACKUNG.** Eine herausragende Rolle beim Marktauftritt neuer Eisprodukte kommt naturgemäß der Verpackung zu. „In puncto Informationsgehalt und Werbeaussagen hat die Verpackung in den letzten Jahrzehnten deutlich zugelegt“, unterstreicht Eisbär-Geschäftsführer Martin Ruehs. „Aber auch die Handelsmarken selbst haben insgesamt stark an Bedeutung

zugenommen, führt man sich die Entwicklung von früheren Me-too-Produkten hin zur heutigen Exklusivität in Teilen der Handelsmarkenwelt vor Augen. Daran haben die Verpackungen entscheidenden Anteil – sie haben in ihrer Entwicklung quasi Quantensprünge vollzogen.“

**FUNKTIONAL.** Dabei ist aus Sicht des Eisproduzenten natürlich entscheidend, dass die Verpackung leicht entstapelbar ist, gut auf der Maschine läuft und sich so reibungslos in den Produktionsprozess einfügt. Schließlich kommt den entsprechenden Kunststoffverpackungen, die von Weidenhammer Plastic Packaging im Werk Zwenkau bei Leipzig gefertigt werden, eine im Wortsinn tragende Rolle zu. Produziert wird bei Weidenhammer auf Hochleistungsmaschinen mit neuester Werkzeug- und Robotertechnologie. Die erst 2005 gegründete Kunststoffsparte überschritt 2008 ein Jahr früher als geplant den Break Even und trug zum Gesamtgewinn der Weidenhammer-Gruppe bei. Treiber dieser positiven Entwicklung

sind neben erhöhter Produktivität und einem guten Umsatzwachstum gerade Produktinnovationen wie die Eisbehälter mit Frozen-Effekt und Zweikomponenten-spritzdeckel.

Diese Behälter müssen sich nicht nur mit der Produktionsanlage, sondern auch mit den nötigen Minustemperaturen bestens vertragen: „Für unsere Eisschalen kommen ganz spezielle Polypropylentypen zum Einsatz“, erläutert Andreas Rothschink, in der Weidenhammer-Gruppe Hockenheim für den Geschäftsbereich Weidenhammer Plastic Packaging (WPP) zuständig. „Im Gefriertunnel muss das Verpackungsmaterial Tiefemperaturen von etwa -30 Grad Celsius aushalten, ohne zu verspröden und brüchig zu werden.“

**HOCHDEKORIERT.** Für den Verbraucher dagegen ist vornehmlich die visuelle Anmutung kaufentscheidend – denn das Auge isst mit. Die Weidenhammer-Verpackungen punkten hier mit der Verbindung von In-Mould Labeling und Zweikomponenten-Spritzguss. In-Mould Labeling (IML) ermöglicht in der Dekoration der Verpackungen größte Designfreiheit, hervorragende Haptik und exzellente Optik, mit entsprechenden Druckvorlagen sogar fotorealistische Darstellungen. Das im Spritzgussvorgang mit verarbeitete Etikett besteht vorzugsweise aus dem gleichen Kunststoff wie der Behälter – ein Vorteil auch hinsichtlich des Recyclings, da keine Materialtrennung notwendig wird. Haftvermittler wie Klebstoffe sind unnötig, da beide Teile durch die vorhandene Wärme bei der Verarbeitung miteinander verschmelzen. Ein zusätzliches Design-Plus bringt der Zweikomponenten-Spritzguss:

*In-Mould Labeling (IML) ermöglicht hochdekoriertere Verpackungen. Ein weiteres Design-Plus bringt der Zweikomponenten-Spritzguss*

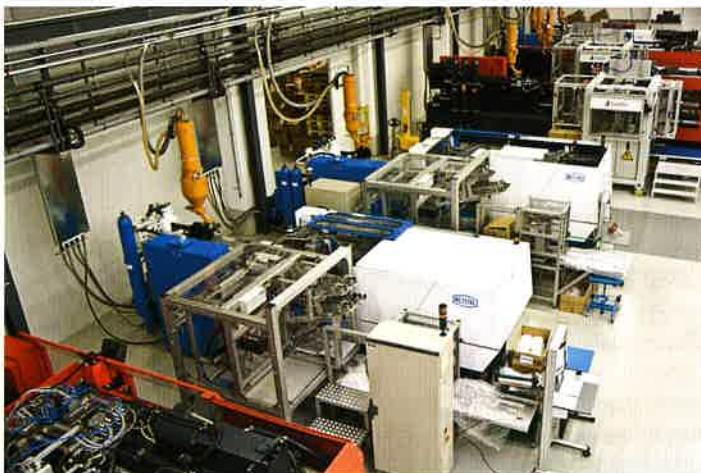


„Der Deckelrand unserer Eisverpackung besteht aus eingefärbtem, der Deckelspiegel aus transparentem PP“, so Rothschink. „Das Einspritzen der zweiten Komponente erfolgt dabei Sekundenbruchteile nach der ersten – spät genug, um ein Ineinanderfließen zu verhindern, aber früh genug, um beide Materialien perfekt miteinander zu verbinden.“

**MARKE.** Gefertigt werden von Weidenhammer seit 2008 zwei unterschiedliche Verpackungen – eine Dosenrange für den Discounterhandel mit glasklarem Deckel, eine weitere mit matter Oberfläche, Froseeffekt und geprägtem Logo. Eine dritte Eisverpackung für den nationalen wie internationalen Einsatz bei einem weiteren Discounter läuft bereits seit Jahren vom Band. Ob klassische Sorten wie Haselnuss

oder Erdbeer, ausgefallener wie Rum-Trüffel oder Cranberry-Mascarpone, die Schalen mit einer Füllmenge von 900 oder 1.000 Millilitern rauschen in bis zu 29 Takten pro Minute über die dreibahnige Abfüllmaschine bei Eisbär – das entspricht ungefähr 5.000 Eisbechern pro Stunde. Etliche Millionen Verpackungen im Jahr kommen da rasch zusammen.

„Markentechnisch sind die Weidenhammer-Verpackungen ein echtes Highlight“, freut sich Sven Staack, Einkaufsleiter bei Eisbär. „Seinerzeit haben eine Reihe von Herstellern ihre Entwicklungen bei uns präsentiert – die von Weidenhammer erdachte Verpackung mit IML-Etikett war mit Abstand die formschönste. Die ansprechende, hochdekoriertere Form der Eisbecher ist auch ihr klarer USP.“ Ein zugkräftiges Argument für Eisbär-Eis, denn Verpackungen für Speiseeis müssen möglichst platzsparend und trotzdem auffällig gestaltet sein: Tiefkühltruhen sind immer der teuerste Platz im Supermarkt. Lars, dem kleinen Eisbär, dürfte dieser Kostendruck fremd sein – in seiner Heimat ist es überall kalt genug. [pi]



*Die Weidenhammer Packaging Group ist mit zwölf Produktionsstätten und rund 1.000 Mitarbeitern einer der beiden weltweit führenden Anbieter von Kombidosen, Kombitrommeln und Kunststoffbehältern*



**Weidenhammer**  
Halle 9 Stand C34 / D31