

It's Cool, Man!

Jeder Deutsche verzehrt im Schnitt acht Liter Eis im Jahr – doch Fachkräfte für die Herstellung werden in Schleswig-Holstein nur wenige ausgebildet

LÜBECK/KIEL Gurke-Limette, Honig-Minze und Ingwer-Holunder sind in diesem Sommer der Renner. Es gibt sogar Zeitgenossen, die haben Basilikum oder eine Thymian-Prosecco-Mischung in der Waffel. Der Kreativität der Eisverkäufer sind offenbar keine Grenzen gesetzt. Doch wer sind diese kreativen Zauberer kühler Gaumenfreuden eigentlich?

Eis-Hersteller war in Deutschland lange kein Ausbildungsberuf. In der Regel weihte einfach eine Generation die nächste in die Kunst ein, Eis zu machen. Früher waren es vor allem italienische Familien, die in Deutschland während der Sommerzeit Eisdiele betrieben.

Erst seit 2008 gibt es eine Lehre für alle, die ihre Leidenschaft für Frostiges zum Beruf machen wollen: die Fachkraft für Speiseeis. In Schleswig-Holstein ist die Gewerbeschule Nahrung und Gastronomie in Lübeck für den theoretischen Ausbildungsteil zuständig. „Weil es im echten Norden nicht genug Azubis gibt, werden die Fachkräfte für Speiseeis in den Konditorenklassen mit unterrichtet“, berichtet der stellvertretende Schulleiter Henning Brusdeilins. Der typische Arbeitsplatz ist nach wie vor die kleine, meist familiengeführte Eisdiele oder ein Eiscafé. „Aber auch für den Einsatz auf Kreuzfahrtschiffen sind unsere Absolventen bestens geeignet“. In der Industrie gibt es kaum Bedarf an Eiskonditoren. „Dort ist eher der Beruf des Süßwarentechnologen gefragt“, berichtet Brusdeilins. Eine reine Fachklasse für die Speiseeisherstellung gibt es bislang nur in Mannheim.

Und was macht der Eis-Azubi im Winter? Über Langeweile kann er sich nicht beschweren, denn in dieser Zeit findet der Unterricht in der Berufsschule statt. Dort lernt man, wie man frische Zutaten aufs Gramm genau zusammensetzt, damit die Konsistenz stimmt, wie Eismaschinen bedient werden und wie wichtig die Hygiene ist. Lebensmitteltechnik spielt eine Rolle, aber auch der Umgang mit Kunden. Wenn es im Eiscafé brummt, ist Schnelligkeit gefragt, schließlich müssen Spaghetti-Eis und Holunder-Sorbet serviert werden, bevor die Köstlichkeiten schmelzen wie ein Schneemann im Frühling.

Wie die gesamte Lebensmittelbranche verändert sich auch die Eis-Branche. Immer gefragter sind zum Beispiel laktosefreie Sorten oder veganes Eis. Deswegen sollten Eiskonditoren experimentierfreudig sein. Im ersten Ausbildungsjahr könnten Jugendliche mit etwa 475 Euro brutto rechnen.

Neben den klassischen Eisdiele italienischer Einwanderer haben in den vergangenen Jahrzehnten Franchise-Unternehmen ihre Posi-



BELIEBTESTE SORTEN

Früher war die Sache einfach: Vanille war bei deutschen Eis-Fans der klare Spitzenreiter. Doch das hat sich geändert. Eine andere Geschmacksrichtung hat sich in der Gunst nach vorne gedrängt. Nach Angaben des Verbandes italienischer Speiseeishersteller sind daher inzwischen dies die beliebtesten Eissorten der Bundesbürger:

1. Schokolade
2. Vanille
3. Haselnuss
4. Erdbeere
5. Stracciatella
6. Joghurt
7. Sahne-Kirsch
8. Himbeere
9. Mango
10. Schoko-Sorbet

tion in der Branche ausgebaut. Das wohl bekannteste ist Janny's Eis – ein Unternehmen das seinen Ursprung in Schleswig-Holstein hat. Es wurde 1982 in Ellingstedt im Kreis Schleswig-Flensburg gegründet und ist seit 1989 eine Tochtergesellschaft der Schöller-Gruppe. Im Jahr 2015 betrug der Jahresumsatz 27,8 Millionen Euro. Die Jahresumsätze einzelner Filialen lagen nach eigenen Angaben zwischen 120 000 und 450 000 Euro. Die Janny's Eis Franchise GmbH ist derzeit das größte deutsche Franchise-Unternehmen im Eis-Bereich mit weit über 170 Filialen.

Die Idee der groß angelegten Eisproduktion hatte Johann Ferdinand Komac, genannt Janny, der mit seiner Familie in der Schleswiger Königstraße einen Eissalon unter dem Namen „Venezia“ betrieb. Für 23 000 Mark kaufte er in Ellingstedt die alte Meierei, um sein Eis im großen Stil zu produzieren. Schon wenige Jahre später war „Janny's Eis“ in ganz Deutschland ein Begriff. Im ersten Jahr richtete Komac 18 Läden mit gleichem Design ein. 1988 hatte sich der Jahresabsatz auf eine Million Liter

gesteigert und im Werk arbeiteten 30 Mitarbeiter. Einmal mehr bewies Janny damals geschäftlichen Spürsinn – er verkaufte alles an den Konkurrenten Schöller, dem er inzwischen beim Umsatz auf die Pelle gerückt war. Die Franchise-Läden laufen bis heute unter dem Namen Janny's Eis weiter, die Eisproduktion aber verlegte Schöller nach Uelzen.

Von seinen Franchise-Nehmern erwartet Janny's Eis kaufmännische Grundkenntnisse, Verkaufserfahrung aus Gastronomie oder Einzelhandel und 15 000 Euro Eigenkapital.

Auch ein weiterer Großer der Branche kommt aus Schleswig-Holstein: das Eisdiele-Franchise-System Giovanni L. Auch hier gibt es eine lange familiäre Tradition. Bereits 1961 hatte der Großvater von Giovanni Lasagna seine erste Eisdiele am Steinhuder Meer eröffnet. 2005 gründete Giovanni Lasagna sein eigenes Unternehmen, das inzwischen seinen Sitz in Kiel hat. Die Gelato-Manufaktur befand sich anfangs im Citti-Park und zog später in das Gewerbegebiet an der Eckernförder Straße. Dort sind 55 Mitarbeiter beschäftigt – davon 15 in

der Produktion. Sie stellten im Jahr 2017 rund 1,6 Millionen Liter Gelato her.

Verwendet werden vorrangig regional produzierte Zutaten, wie zum Beispiel Milch von der Holtseer Meierei. 20 Stunden nach dem Melken wird die Milch glücklicher schleswig-holsteinischer Kühe bereits in Kiel zu Gelato verarbeitet. Auf Farb- und Konservierungsstoffe sowie auf künstliche Frucht-Aromen wird komplett verzichtet. Heute gibt es allein in Europa 200 Giovanni-L.-Shops. Neben Filialen in der Schweiz, Luxemburg und Singapur gibt es seit einem Jahr auch eine im 4400 Kilometer von Kiel entfernten Riad, der Hauptstadt Saudi-Arabiens. Rund 12,5 Tonnen Eis werden jeden Monat von Kiel aus per Schiffcontainer auf die sechs Wochen lange Reise geschickt. Und diese Zahl wird bis Ende des Jahres sogar auf 50 Tonnen ansteigen, denn Giovanni L. will weitere sechs Filialen in Saudi-Arabien eröffnen. Hin-

zu kommen rund zehn in Spanien und eine in Dänemark.

Giovanni L. bietet seinen Franchise-Nehmern drei Partnerschaftsmodelle: Die Variante Gio-Express benötigt nur zehn bis 15 Quadratmeter Verkaufsfläche und ist für Hochfrequenzlagen gedacht, an denen nur Eis verkauft werden soll. Gio-Medium-Standorte sind 15 bis 100 Quadratmeter groß, werden in kleineren Einkaufszentren oder anderen Frequenzlagen installiert und bieten auch Kaffeespezialitäten an. Bei der Variante Gio-Grande (100-250 Quadratmeter) handelt es sich um vollwertige Eis-Cafés in großen Shopping-Malls und Einkaufsstrassen. Zudem gibt es Shop-in-Shop-Modelle.

Für die Verkaufsstellen dieser großen Franchise-Unternehmen sind keine Fachkräfte für Speiseeis erforderlich. Hier verdienen sich häufig Studenten und Aushilfskräfte den einen oder anderen Euro dazu.

Margret Kiosz

„Weil es im echten Norden nicht genug Azubis gibt, werden die Fachkräfte für Speiseeis in den Konditorenklassen mit unterrichtet.“

Henning Brusdeilins
Stellv. Schulleiter
Gewerbeschule Lübeck

INFOS

PREISENTWICKLUNG: EISKALT GERECHNET

Knapp acht Liter Eis pro Kopf verzehren die Deutschen im Jahr – besonders gern in einer der vielen Eisdiele. Doch bei Preisen von 1,20 Euro lassen sich immer weniger die Kugel geben. Stattdessen kaufen sie Gefrorenes im Supermarkt. In den vergangenen 12 Monaten stieg der Umsatz mit Eiscreme im Lebensmitteleinzelhandel und in Drogeriemärkten um fast vier Prozent auf 1,5 Milliarden Euro. Das reichte für gut 468 Millionen Liter Eiscreme, wie das Marktforschungsunternehmen Nielsen mitteilt. Gefragt sind demnach vor allem günstige Eigenmarken. *kim*