

MARKEN LEHR BR!EF

Speiseeis

In Kooperation mit

FRONERI

Lebensmittel
Zeitung

direkt

LERNWELT



MEHR WISSEN, BESSER VERKAUFEN.

In der **LZ direkt Lernwelt** bündeln die LZ Medien ihre Weiterbildungsangebote (Digital, Print, Präsenz) für den Lebensmitteleinzelhandel. Praktisches Waren- und Verkaufswissen für Supermarktmitarbeiter – Kaufleute, Marktleiter und Warengruppenverantwortliche.

lzdirekt-lernwelt.de

training.lzdirekt.de



EDITORIAL

WILLKOMMEN IM MARKEN- LEHRBRIEF SPEISEEIS

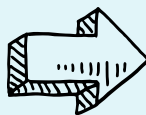
Diese Broschüre bietet Dir praktisches Warenwissen zum Speiseeis, am Beispiel der Firma Froneri Ice Cream. Aktuelle Marktdaten, Hintergrundinfos und Praxis-Tipps machen sie zum idealen Begleiter im Berufsalltag. Die beste Art und Weise, um Dein Grundlagenwissen zu vertiefen und mit Wissen zu punkten.

WAS ERWARTET DICH?

Die Broschüre ist so aufgebaut, dass sie Dir auf kurzem Weg und mit viel Liebe zur Wissensvermittlung, das Wichtigste zum Thema Speiseeis, zu den entsprechenden Produkten im Handel sowie dem verkaufsfördernden Umgang mit ihnen präsentiert.

Jede der folgenden Doppelseiten enthält eine in sich abgeschlossene Information und zusätzlich eine Testfrage, mit der Du Dein Wissen noch einmal überprüfen kannst. Die dazugehörige Lösung findet sich auf der jeweils nächsten Seite. Der Testbogen am Schluss der Broschüre gibt Dir die Gelegenheit, das Gelernte unter Beweis zu stellen.

Für einen besseren Lesefluss sprechen wir, wenn nicht anders möglich, in der männlichen Form. Wir meinen aber immer gleichermaßen alle Gender.



**Viel Spaß beim Entdecken
und Lernen!**

Herzlich,
Deine

Nicole Grohmann



NICOLE GROHMANN
TEAMLEITUNG
LZ DIREKT LERNWELT

STEP-BY-STEP

INHALT

MARKTWISSEN

- 06 Auf Wachstumskurs
- 09 Packungsvarianten – was darf's sein?

WARENWISSEN

- 12 Es begann mit Schnee...
- 13 Snack und weg: Verwendungsanlässe
- 15 Eine Klasse für sich
- 16 Man nehme: die Grundzutaten
- 18 Genuss in Komposition
- 19 Wow, Kakao – und Vanille!
- 20 Let's get freezy: die Produktion
- 24 Keep it cool: die Kühlkette
- 25 Allergene

POS-WISSEN

- 26 Beim Kunden h(EIS)begehrt
- 28 Eis markenstark platziert
- 30 Hergeschaut: Aufmerksamkeit schaffen

WISSEN PLUS

- 32 Weltweit erfolgreich

WISSEN TO GO

- 33 Alles klar? Wissens-Check 1
- 34 Wissens-Check 2 & Lösung
- 35 Noch mehr Brainfood & Impressum



06



WUSSTEST DU SCHON, ...

... dass Speiseeis zu den beliebtesten Süßwaren der Bundesbürger gehört? Es steht für Genuss und freudige Momente. Ob als Snack zwischendurch, als Dessert nach dem Essen oder als Genussmoment beim Fernsehschauen. Ob im Sommer als kühle Erfrischung oder im Winter als Dessert mit Waffeln und heißen Kirschen – Eis passt zu jeder Gelegenheit und erfreut Jung und Alt.

Der Eiskonsum hat sich in den vergangenen Jahrzehnten mehr und mehr nach Hause verlagert. Heute hat man zu Hause deshalb immer einen kleinen Eisvorrat im TK-Fach. Besonders praktisch und beliebt sind daher sogenannte Multipackungen, gefüllt mit Stieleis, Waffelhörnchen oder z.B. Eissandwiches. Die klassische Familienpackung ist immer noch der große Renner, wobei sich auch große Becher mit Cookies, Keksteigstückchen und Soßen immer größerer Beliebtheit erfreuen.

Dieser Markenlehrbrief liefert Dir spannende Hintergründe zum erfolgreichen Verkauf von Speiseeis. Erfahre alles über die Inhaltsstoffe, die Produktion und die Tiefkühlkette. Außerdem zeigen wir Dir, wie Du Speiseeis so cool am POS präsentierst, dass der Abverkauf steigt.

Viel Spaß beim Lesen!

Dein Froneri Ice Cream-Team



20



28

AUF WACHS- TUMSKURS

Schokolade, Vanille oder Salted Caramel: Eis schmeckt einfach. Und zwar so gut, dass sich die Deutschen im Schnitt 8,1 Liter pro Kopf davon schmecken lassen. Wahnsinn, oder?

ANFÜHRER IM TK-SEGMENT

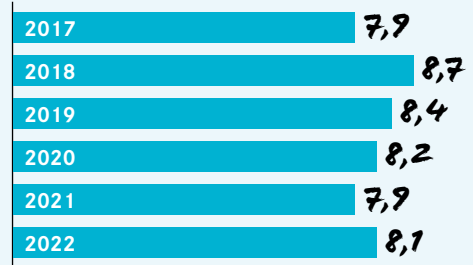
Kein Frozen Food macht so viel Umsatz wie Speiseeis. Mit rund 21,2 Prozent sind Vanille und Co. eindeutig die Umsatzbringer, wenn es um die TK-Kategorie geht. Speiseeis ist seit Jahren Wachstumstreiber in der gesamten TK-Abteilung.



PRO-KOPF-VERBRAUCH SPEISEEIS IN DEUTSCHLAND

Entwicklung der letzten
Jahre (in Litern)

check!



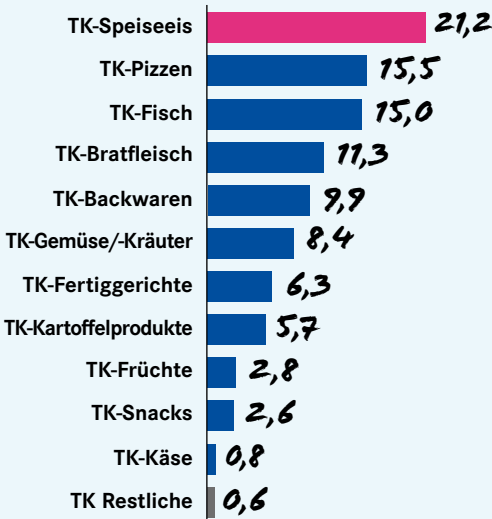
Quelle: Eis-Info-Service/BDSI, 2023

Im deutschen Lebensmitteleinzelhandel (LEH) wurden 2022 rund 1,9 Milliarden Euro mit Speiseeis umgesetzt. Dabei sorgt vor allem das Segment Multipackungen für Zuwächse. In den vergangenen Jahren ist dieses kontinuierlich gewachsen und sorgt mittlerweile mit 54,8 Prozent für den größten Umsatzanteil. Danach folgen die Haushaltspackungen mit 39 Prozent.

Und was kaufen die Deutschen eher – Markeneis oder Handelsmarken? Hier zeigt sich: Was bekannt ist, landet noch lieber im Einkaufswagen: Rund 61 Prozent des LEH-Speiseeisumsatzes entfallen auf Markeneis, knapp 40 Prozent auf Handelsmarken.

FROZEN FOOD TOTAL

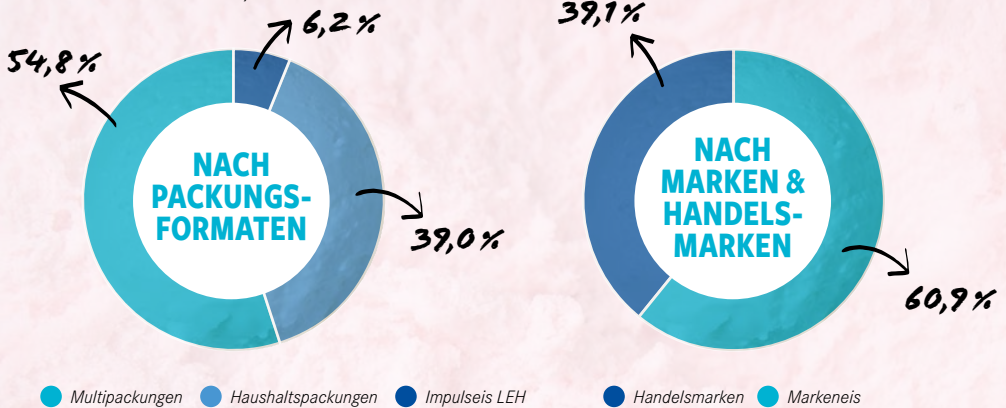
Anteil nach Umsatz in Prozent



Quelle: NielsenIQ Retail Panel, Tiefkühlkost Total inkl. Eis, Umsatzanteile in %, LEH+DM, Deutschland, Gesamtjahr 2022

SPEISEEIS LEH NACH UMSATZ IN DEUTSCHLAND

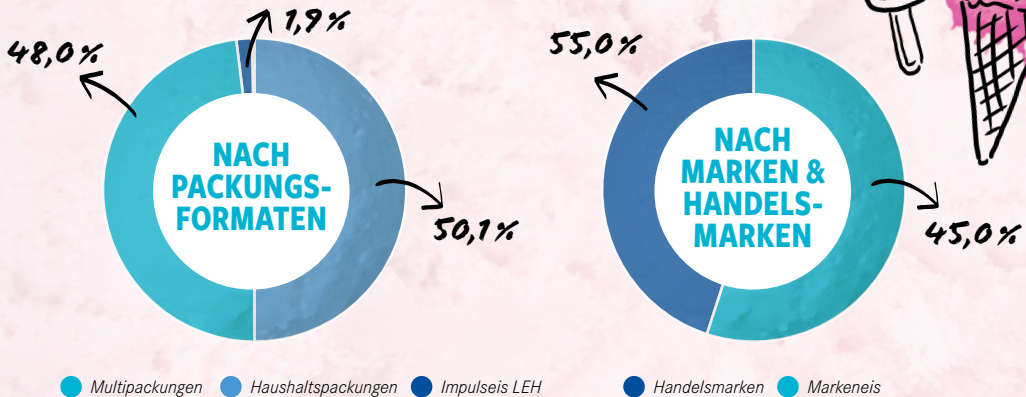
Gesamtumsatz rund 1,9 Milliarden Euro



Quelle: NielsenIQ MarketTrack, Speiseeis, Umsatzanteile in %, LEH+DM, Deutschland, Gesamtjahr 2022

SPEISEEIS LEH NACH MENGE IN DEUTSCHLAND

Gesamtvolumen rund 511 Millionen Liter



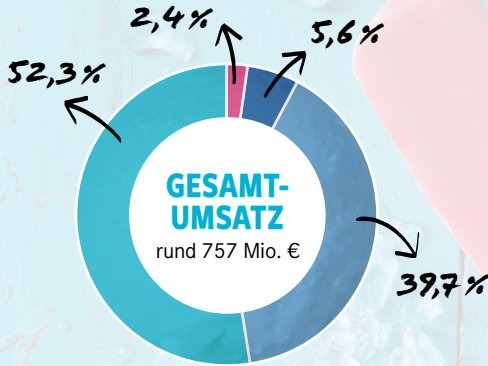
Quelle: NielsenIQ MarketTrack, Speiseeis, Mengenanteile in %, LEH+DM, Deutschland, Gesamtjahr 2022



WIE VIEL UMSATZ WURDE IM LEH IM JAHR 2022 MIT SPEISEEIS IN DEUTSCHLAND GEMACHT?

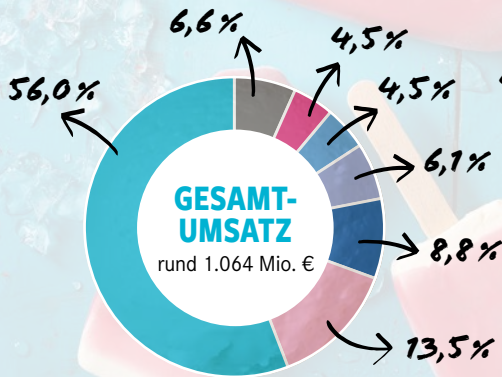
- 1,9 Milliarden Euro
- 2,4 Milliarden Euro
- 1,5 Milliarden Euro

UMSATZ HAUSHALTSPACKUNGEN



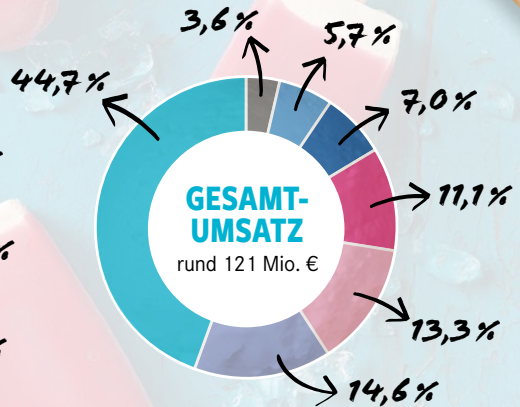
- Familienpackungen bis 1.500 ml
- Großpackungen ab 1.500 ml
- Becher/Tubs 300–500 ml
- Spezialitäten/Desserts

UMSATZ MULTIPACKUNGEN



- Stieleis
- Waffelhörnchen
- Sandwiches
- Becher
- Riegel
- Eiskonfekt
- Sonstige

UMSATZ LEH-IMPULSEIS



- Stieleis
- Becher
- Waffelhörnchen
- Eiskonfekt
- Sandwiches
- Riegel
- Sonstige

Quelle: NielsenIQ MarketTrack, Speiseeis, Umsatzanteile in %, LEH+DM, Deutschland, Gesamtjahr 2022



WIE VIEL UMSATZ WURDE IM JAHR 2022 MIT SPEISEEIS IN DEUTSCHLAND GEMACHT?

✓ 1,9 Milliarden Euro

PACKUNGSVARIANTEN – WAS DARF'S SEIN?

Der Lebensmitteleinzelhandel bietet Speiseeis in unterschiedlichen Packungsvarianten für jede Gelegenheit an. Die Speiseeis-Kategorie teilt sich dabei wie folgt auf:

HAUSHALTSPACKUNGEN

Der klassische Vorrat zum Portionieren wird als Familien- (bis 1,5 Liter) und Großbinde (ab 1,5 Liter) angeboten. Zudem gibt es große Becher/Tubs mit Packungsgrößen von 300 bis 500 Milliliter. Diese Wachstumstreiber sind in verschiedenen Sorten und häufig in runden Pappbechern erhältlich.

Die Sortenvielfalt bei Haushaltspackungen reicht von Klassikern – wie z. B. Bourbon-Vanille, Schokolade und Erdbeere über Schwarzwälder Kirsch – bis hin zu neuen Trendsorten, wie z. B. Salted Caramel, häufig auch verfeinert mit Keks- und Brownie-Stückchen oder Soßen.

Jedes Jahr kommen neue Sorten hinzu – wobei ein Großteil des Umsatzes auf die etablierten Top-Seller entfällt. Auch portionierbare Dessertspezialitäten wie Eisrollen oder -torten zählen zum Segment der Haushaltspackungen.



KLASSISCHE FAMILIENPACKUNGEN ZEICHNEN SICH ALS GRÖSSTES SUBSEGMENT DURCH EINE VIELZAHL AN SORTEN AUS.



WAS GEHÖRT ZUM SEGMENT DER HAUSHALTSPACKUNGEN?

- Portionierbare Eisspezialitäten
- Kleine Becher bis 100 Milliliter
- Eistorten





**MULTIPACKUNGEN
ENTHALTEN MEHRERE
IMPULSEISARTIKEL
– SORTENREIN ODER
GEMISCHT.**

MULTIPACKUNGEN

Dabei handelt es sich um mehrere Kleinsachartikel in einer Kartonschachtel; entweder sortenrein oder gemischt. Die Vorratssackungen für zu Hause enthalten zum Beispiel wahlweise Stieeis, Waffelhörnchen, Sandwiches, Becher oder Eiskonfekt.

Mit deutlichem Abstand dominieren Multipackungen mit Stieeis. Kein Wunder, denn im Stieeis-Segment gibt es unzählige Geschmacksvarianten – z. B. Stieeis mit Schokoladenüberzug und Zutaten wie Mandeln oder auch Soßen und Keksstückchen.

Außerdem beliebt: Varianten an Fruchtis für die ganze Familie – und spezielle Sorten für die jüngere Zielgruppe. Aber auch Klassiker wie Waffelhörnchen dürfen natürlich nicht fehlen – ob mit Nuss, Erdbeere oder als neue Varianten mit Keksstückchen oder Schokoladenüberzug verfeinert.

Das Sandwich-Segment reicht von Klassikern wie „Sandwich Fürst Pückler Art“ mit Schokolade, Vanille und Erdbeere bis hin zu Trendvarianten wie dem Cookie-Sandwich mit Keksstückchen.

WAS GEHÖRT ZUM SEGMENT DER HAUSHALTPACKUNGEN?

- ✓ Portionierbare Eisspezialitäten
- ✓ Eistorten



LEH-IMPULSEIS

Unter diesem Begriff versteht man abgepacktes Kleineis wie Stieleis, Waffelhörnchen, Sandwiches, kleine Becher oder Eiskonfekt. Im Handel findet man Impulseis häufig in separaten Gefriertruhen im Kassensbereich. Hier greifen Verbraucher gerne spontan zu. Das meiste Impulseis wird aber im Außer-Haus-Markt verkauft – zum Beispiel über Kioske, Tankstellen oder im Freizeitbereich.

Vor allem, wer sich schnell entscheiden muss, braucht eine klare Übersicht: Die Eistruhe an der Kassenzone sollte deshalb gut sortiert sein – am besten mit einer Mischung aus Klassikern und Neuheiten. Wenn die Truhe dann noch leicht zugänglich ist und einen gepflegten Eindruck macht, greifen die Verbraucher gerne zu.

IMPULSEISKARTE

Vom beliebten Kindereis bis zu edlen Eiskreationen für anspruchsvolle Genießer – mit einer ansprechenden Impulseiskarte wird die Lust auf den spontanen Eisgenuss geweckt.



WELCHE MULTIPACKUNGEN SIND BESONDERS BELIEBT?

- Multipackungen mit Stieleis
- Multipackungen mit Eisbechern
- Multipackungen mit Waffelhörnchen

ES BEGANN MIT SCHNEE ...

Wusstest Du, dass Eis seinen Ursprung in der Antike hat? Als „Schnee vom Olymp“ – verfeinert mit Honig, Wein und Fruchtsäften – war Eis vor allem den Reichen vorbehalten und galt als echter Luxus. Auch Alexander der Große ließ sich der Legende nach den süßen Schnee schmecken, bevor er in die Schlacht zog. Hippokrates wiederum setzte auf die belebende Wirkung von Eis, wenn es um die Steigerung des körperlichen und seelischen Wohlbefindens seiner Patienten ging.

Wusstest Du außerdem, dass die Erfindung vom Eis am Stiel ein Zufall war? Frank Epperson – ein Limonadenhersteller – ließ über Nacht versehentlich einen Löffel in seinem Limo-Glas. Am nächsten Morgen hatte er das erste Eis am Stiel in der Hand.

Heute ist Eis am Stiel, in der Waffel oder im Becher jederzeit und in den vielfältigsten Ausführungen im Handel verfügbar. Speiseeis für den Genuss in den eigenen vier Wänden hat inzwischen einen Mengenanteil von rd. 90 Prozent der gesamten industriellen Speiseeis-Produktion erobert. Kaum zu glauben, dass diese Erfolgsgeschichte mit echtem Schnee begann, oder?

RUND UM SPEISEEIS

EISGENUSS WELTMEISTER

Neuseeland ist Weltmeister, wenn es um den Pro-Kopf-Genuss pro Jahr geht. Im Schnitt lässt sich hier jeder Einwohner jährlich 28 Liter Speiseeis schmecken.

BIG, BIGGER, EIS!

Im Jahr 2015 stellte ein norwegisches Eiscremeunternehmen das weltweit größte Waffeleis her: eine 3,05 Meter hohe Eiskreation aus 1.080 Liter Erdbeer-Eiscreme, 60 Liter Schokolade und 10 Kilogramm Waffeln. Das Eis wog knapp eine Tonne und sättigte insgesamt 10.800 Menschen.

EISKALTER LUXUS

Lust auf Trüffel-Safran-Vanille-Gold-Eis? Dann ab nach Dubai! Hier gibt es diese Spezialität für 800 Euro pro Kugel.



WELCHE MULTIPACKUNGEN SIND BESONDERS BELIEBT?

- Multipackungen mit Stieleis



75%

der Verbraucher sagten: „Ich kaufe auch dann noch Snacks, wenn mein Einkaufsbudget eigentlich aufgebraucht ist.“

71%

der Verbraucher sagten: „Ich esse mindestens zwei Snacks am Tag.“

78%

der Verbraucher sagten: „Ich glaube, es war noch nie so wichtig wie jetzt, mir im Alltag Verwöhnmomente zu gönnen.“

IN DER „2022 GLOBAL CONSUMER SNACKING TRENDS STUDY“ WURDEN UNTER ANDEREM FOLGENDE AUSSAGEN GEMACHT:

Quelle: www.mondelezinternational.com/stateofsnacking

SNACK UND WEG: VERWENDUNGSANLÄSSE

„Jetzt ein Eis!“, diesen Gedanken kennen viele Verbraucher. Denn mit dem Genuss von Eis verbinden sie ein Gefühl, Erlebnisse – oder sogar eine Kindheitserinnerung. Eis gilt aber auch als kleiner Zwischendurch-Genuss. Selbst – oder gerade – in schwierigen Zeiten gönnt man sich erschwingliche Genussmomente.

Mit 57 Prozent ist Snacking der Hauptverwendungsanlass von Speiseeis. Vor allem junge Menschen und Familien lassen sich Eis als kleine Auszeit zwischendurch schmecken. Eis ist aber auch weiterhin ein beliebter Nachtisch: 24 Prozent der Verwendungsanlässe entfallen auf den Genuss nach dem Essen.

Quelle: DE GfK Consumer Panel CP+ 2.0 FMCG, Mafo-Studie Speiseeis, 2021



WAS IST DER HAUPTVERWENDUNGSANLASS FÜR EIS?

- Snack
- Dessert
- Vorspeise



LEITSÄTZE FÜR SPEISEEIS

„Speiseeis im Sinne dieser Leitsätze ist eine durch einen Gefrierprozess bei der Herstellung in einen festen oder pastenartigen Zustand gebrachte Zubereitung, die gefroren in den Verkehr gebracht wird und dazu bestimmt ist, in diesem Zustand verzehrt zu werden“, so lautet die Definition in den „Leitsätzen für Speiseeis“ des Deutschen Lebensmittelbuches.



Das Deutsche Lebensmittelbuch ist eine Sammlung von Leitsätzen, in denen Herstellung, Beschaffenheit oder sonstige Merkmale von Lebensmitteln, die für die Verkehrsfähigkeit von Bedeutung sind, beschrieben werden. Dort sind für eine Vielzahl von Speiseeissorten und für wesentliche Eisgeschmacksrichtungen Beurteilungsmerkmale festgeschrieben.



Die Leitsätze sind keine Rechtsnormen, sie ergänzen diese und haben den Charakter objektiver Sachverständigengutachten, die der gerichtlichen Nachprüfung unterliegen. In den Leitsätzen wird die Verkehrsauffassung der am Lebensmittelverkehr Beteiligten beschrieben, das heißt der „redliche Hersteller- und Handelsbrauch unter Berücksichtigung der Erwartung der Durchschnittsverbraucher an die betreffenden Lebensmittel“.



WAS IST DER HAUPTVERWENDUNGSANLASS FÜR EIS?

Snack

EINE KLASSE FÜR SICH



Eis, Eiscreme, Cremeeis: In den „Leitsätzen für Speiseeis“ sind auch die Produktbezeichnungen für die jeweiligen Bezeichnungen eindeutig definiert. Für das Speiseeis-segment im Handel sind hauptsächlich folgende Klassifizierungen von Bedeutung:

Milcheis

Milchanteil mindestens 70 Prozent.

Eiskrem/ Eiscreme

Enthält mindestens 10 Prozent der Milch entstammendes Fett.

Fruchteis

Fruchtanteil mindestens 20 Prozent (bei Zitrusfrüchten oder anderen sauren Früchten: mindestens zehn Prozent).

Fruchteiskrem/ Fruchteiscreme

Enthält mindestens 8 Prozent der Milch entstammendes Fett und einen deutlich wahrnehmbaren Fruchtgeschmack.

(Frucht-)Sorbet

Fruchtanteil mindestens 25 Prozent (bei Zitrus- oder anderen sauren Früchten: 15 Prozent). Milch und Milchbestandteile sind nicht enthalten.

Wassereis

Speiseeis, das nicht die Anforderungen von Milcheis, Fruchteis oder (Frucht-)Sorbet erfüllt.

Eis

Alle Produkte, die nicht unter die oben genannten Sorten und deren Anforderungen fallen, tragen die Bezeichnung „Eis“. Auch bei Verwendung pflanzlicher Fette wird das Speiseeis als Eis bezeichnet. Für diese Sorten werden in der Regel Milch und Milcherzeugnisse verwendet. Der Einsatz von Milchfett ist möglich.

Per Definition gibt es noch das Kremeeis/ Cremeeis, das Rahmeis/Sahneeis und Parfait/ Halbgefrorenes. Diese sind jedoch nicht handelsüblich.



Du willst mehr darüber wissen?

Dann schau mal hier: www.markeneis.de



WAS FINDET MAN IN DEN LEITSÄTZEN FÜR SPEISEEIS?

- Eine Definition für Speiseeis
- Produktbezeichnungen für die einzelnen Klassifizierungen von Eis
- Rechtsformen rund um das Speiseeis

MAN NEHME: DIE GRUNDZUTATEN



Wesentliche Bestandteile vieler Speiseeisprodukte sind **Milch** und/oder **Erzeugnisse aus Milch**. Die Erzeugnisse werden häufig separat in den Zutatenlisten als Milchpulver, Molkenkonzentrat oder Magermilchkonzentrat aufgeführt. Hersteller von Speiseeis verarbeiten jährlich rund eine Million Tonnen Milch und Milchprodukte. Wichtig zu wissen: Milch besteht zu 87 Prozent aus Wasser. Der höchste „Wasseranteil“ im Speiseeis stammt also aus der Milch bzw. aus Milcherzeugnissen.

WUSSTEST DU'S?

Während des Herstellungsprozesses und des Gefriervorgangs verändern die Hauptbestandteile von Speiseeis ihre Struktur – mit dem Ergebnis, dass sich Eiskristalle und Luftbläschen bilden.

Physikalisch gesehen sind Wasser, Luft und Trockensubstanzen die Stoffe, aus deren Verbindung alle Sorten von Speiseeis entstehen. Ohne **Wasser** kein Speiseeis. Das heißt aber nicht, dass bei der Eisherstellung die anderen Zutaten mit diesem Anteil an Trinkwasser aufgefüllt werden. Es zählt auch das „versteckte“ Wasser, das in fast allen Rohstoffen enthalten ist, außer in der Trockenmasse. Beim Gefrieren kristallisiert das Eis. Zu große Kristalle sind hierbei unerwünscht, denn diese ergeben ein unangenehmes Mundgefühl.

Als weiterer wichtiger Baustein trägt der optimale **Luftanteil** entscheidend dazu bei, dass Eis schön cremig-locker ist und angenehm kalt schmeckt. Nur weil während des Gefriervorgangs Luft eingearbeitet wird, verteilen sich die Wasser- und Fettmoleküle im Eismix wie gewünscht und das Volumen nimmt zu. Dieser Effekt nennt sich in der Fachsprache *Overrun* oder *Aufschlag*.

ZUSAMMENSETZUNG DER MILCH

Ein Liter Milch (= 1.030 g) setzt sich aus folgenden Bestandteilen zusammen:

Eiweiß	35 Gramm
Fett	40 Gramm
Milchzucker	50 Gramm
Wasser	898 Gramm
Vitamine und Mineralstoffe	7 Gramm

Quelle: Dole/USDA

WAS FINDET MAN IN DEN LEITSÄTZEN FÜR SPEISEEIS?

- ✓ Eine Definition für Speiseeis
- ✓ Produktbezeichnungen für die einzelnen Klassifizierungen von Eis

INHALTSSTOFFE SPEISEEIS

MILCH

ist der wesentliche Bestandteil von Eis, Cremeeis, Sahneeis, Milcheis, Eiscreme und Fruchteiscreme.

TROCKENMASSE

Trockene Bestandteile binden die Flüssigkeit und senken die Gefrierfähigkeit. Im Idealfall sollte der Anteil an Trockenmasse im Eis 36 bis 44 Prozent betragen. Die meisten trockenen Bestandteile liefern die unterschiedlichen Zuckerarten.

WASSER

Ohne Wasser wäre es nicht möglich, das Eis zu gefrieren. Molkereiprodukte wie Milch, Rahm und Butter sind Emulsionen aus Wasser und tierischem Fett – und auch Früchte und Fruchtzubereitungen bestehen zum Teil aus Wasser.

ZUCKER UND ZUCKERARTEN

Neben Kristallzucker werden bei der industriellen Eisherstellung weitere Zuckerarten verwendet, um Süße, Festigkeit und Gesamtgeschmack des Eises zu beeinflussen. Das sind vor allem Dextrose, Glukosesirup, Invertzucker und Honig.

FARBSTOFFE UND FÄRBENDE LEBENSMITTEL

geben dem Eis die gewünschte Farbrichtung. Sie können natürlichen Ursprungs sein, wenn sie aus farbtintensiven Lebensmitteln extrahiert werden wie zum Beispiel aus Karotte oder Rote Beete.

FETT

Alle Eissorten außer Fruchteis und -sorbets sowie Wasser-eis enthalten Fett. Fette verbessern die Cremigkeit, beeinflussen das Schmelzverhalten, transportieren den Geschmack und stabilisieren die Eisstruktur.

STABILISATOREN

stellen sicher, dass Eis nicht gleich zerfließt. Sie sorgen außerdem dafür, dass Speiseeis cremig-leicht und formbar ist. Stabilisatoren sind in der Regel aus natürlichen Rohstoffen hergestellt.

LUFT

Durch den Luftein-schlag wird Eis cremig. Das Verfahren kennt jeder aus der eigenen Küche: Es gäbe nämlich keine Schlag-sahne ohne Luftaufschlag und kein Baiser ohne zuvor aufgeschlagenen Ei-Schnee.

EMULGATOREN

ermöglichen es, an sich nicht mischbare Wasser-Fett-Verbindungen zu vereinen. Sie sind in der Regel auf natürlicher Basis hergestellt.

Quelle: Starnberger Eiswerkstatt Glacious



WIE HOCH IST DER IDEALE TROCKENANTEIL IM EIS?

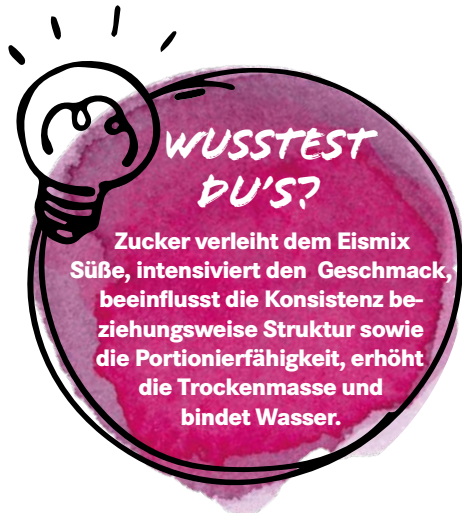
- 36–44 Prozent
- 40–45 Prozent
- 50 Prozent

GENUSS IN KOMPOSITION

BEISPIELREZEPTUR FÜR SPEISEEIS

Ein Speiseeis ist eine Komposition aus einer Reihe verschiedenster Grundzutaten: Milch, Milcherzeugnisse, Sahne, Butter, Pflanzenfett, Fruchtfleisch, -mark, -saft, Zucker, Kakao, Nüsse.

Fett ist unverzichtbar für die Cremigkeit und den Schmelz des Eises. Die Fettanteile im Speiseeis liegen je nach Produktkomposition zwischen 5 % und 18 %. Überwiegend beträgt der Fettanteil im Speiseeis zwischen 8 und 10 %.



EISCREME MIT MILCHFETT

60-80%
MILCH, MOLKE
UND DEREN ERZEUGNISSE
(OFT SAHNE)

10-20% KRISTALLZUCKER UND
ANDERE ZUCKERARTEN

1-15% GESCHMACKSGEBENDE ZUTATEN¹

3-10% BUTTERFETT

0,2-0,5% STABILISATOREN²

0,2-0,5% EMULGATOREN³

< 0,2% FARBSTOFFE⁴

1 Geschmacksgebende Zutaten (< 0,3 % Vanille und Aromen)

2 Stabilisatoren (z. B. Johannisbrotkernmehl, Carrageen, Guarkernmehl)

3 Emulgatoren (z. B. Mono- und Diglyceride von Speisefettsäuren, Lecithine)

4 Färbende Lebensmittel und Farbstoffe

Quelle: BDSI

WIE HOCH IST DER IDEALE TROCKENANTEIL IM EIS?

✓ 36-44 Prozent

WOW, KAKAO – UND VANILLE!



Kein Schokoladeneis ohne Kakao, kein Vanilleeis ohne Vanille. Die beiden Klassiker sind bei Groß und Klein sehr beliebt. Doch was ist eigentlich der Unterschied zwischen den einzelnen geschmacksgebenden Zutaten? Hier kommt ein kleiner Faktencheck:

Vanilleeis

Der Vanillegeschmack stammt ausschließlich aus Vanilleschoten, Vanilleextrakt oder natürlichem Vanillearoma.

Eis mit Vanillegeschmack

erhält seinen Geschmack ausschließlich oder überwiegend durch Aromen. Bestandteile aus der Vanille müssen nicht enthalten sein.

Vanilleextrakt

entstammt aus dem Auszug der erhitzten oder getrockneten Vanilleschote. Es enthält neben dem Aroma noch andere Substanzen, die aus der Schote stammen (zum Beispiel Öl).

Vanillin

ist ein Aromastoff, der natürlich vorkommt, aber in großen Mengen auch enzymatisch oder durch chemische Synthese hergestellt wird. Dabei entspricht das so gewonnene Vanillin chemisch dem natürlichen Vorbild.

Bourbon-Vanille-Aroma

Die Schoten, aus denen das Aroma gewonnen wird, müssen von den sogenannten Vanille-Inseln stammen (Madagaskar, Komoren, La Réunion, Seychellen, Mauritius).

Kakaomasse

Wichtigster Bestandteil jeder Schokolade ist die Kakaomasse. Dabei handelt es sich um gemahlene Kakaobohnen, die aufgrund ihres Fettgehalts kein Pulver, sondern eine zähflüssige Masse ergeben.

Kakaobutter

Für manche Schokoladensorten wird zusätzlich Kakaobutter benötigt. Diese wird gewonnen, indem die Kakaomasse gepresst wird. Bei diesem Vorgang fällt einerseits die Kakaobutter an, andererseits der sogenannte Presskuchen. Er wiederum ist die Basis für Kakaopulver.



KAKAOBUTTER

Die Kakaobutter gilt als eines der wertvollsten Pflanzenfette und wurde schon von den Azteken für rituelle und heilende Zwecke genutzt. In der Schokoladenproduktion sorgt sie für besonderen Schmelz.



WIE WIRD VANILLEEXTRAKT HERGESTELLT?

- aus dem Auszug der erhitzten oder getrockneten Vanilleschote
- aus der getrockneten Vanilleschote
- aus Vanillebutter

LET'S GET FREEZY!

DIE PRODUKTION



*NACH DER PRÜFUNG DER ROHSTOFFE
IM LABOR...*

Die industrielle Herstellung von Speiseeis verlangt Fachwissen, die Einhaltung aller Hygienevorschriften und die Beherrschung der Kühltette (siehe Seite 24).

PRÜFUNG DER ROHSTOFFE

Nach Anlieferung der Rohstoffe werden diese zunächst im Labor geprüft. Sie müssen nicht nur den Normen des Lebensmittelrechts genügen, sondern darüber hinaus auch den Qualitätsmaßstäben des jeweiligen Herstellers entsprechen. Die geprüften und vom Labor



... DURCHLÄUFT DER EISMIX DEN PASTEURISATOR, ...



freigegebenen Rohstoffe werden zum Endprodukt weiterverarbeitet.

MISCHEN UND HOMOGENISIEREN

In der ersten Produktionsstufe entsteht der sogenannte Vormix. Die Rohstoffe werden entsprechend der Eisrezeptur ausgewogen, in den Premixer gegeben und vermischt. Der Vormix wird anschließend in einer speziellen Anlage homogenisiert. Mittels hohen Drucks wird die Masse dabei durch eine Art Sieb gepresst und die Fettkügelchen zerkleinert. Das Endprodukt wird dadurch noch



WIE WIRD VANILLEEXTRAKT HERGESTELLT?

-  aus dem Auszug der erhitzten oder getrockneten Vanilleschote
-  aus der getrockneten Vanilleschote

WUSSTEST DU'S?

Würde man die Eismasse nur einfrieren, bekäme man einen harten Eisblock – vergleichbar mit einem Eiswürfel. Erst durch den gleichmäßigen Luftein Schlag entsteht die für Speiseeis typische cremig-leichte Konsistenz.



... DEN REIFETANK, ...

... DEN FREEZER, ...

sahniger und cremiger. Für den Konsumenten wird das Mundgefühl deutlich angenehmer und die Lagerstabilität wird zudem verbessert.

PASTEURISIEREN

Diese kurzzeitige Erhitzung von Lebensmitteln gewährleistet eine längere Haltbarkeit. Das passiert, indem der Mix zunächst auf 80 °C erhitzt und dann gleich wieder auf 4 °C abgekühlt wird. Danach wandert der Mix zum Reifen in große, gekühlte Behälter, die Reifetanks, bis sich der volle Geschmack entfaltet hat.

FREEZEN

Ist der Reifeprozess abgeschlossen, muss der Eismix noch seine besondere Konsistenz bekommen. Diese erhält er durch das sogenannte Freezen. Dazu wird die Masse in lange, waagrecht verlaufende Kühlrohre gefüllt. Die Rohre sind so kalt, dass der Eismix sofort gefriert, wenn er an die Innenwände der Rohre gelangt. Diese gefrorene Schicht wird von Messern abgeschabt, die an den Rohrwänden entlanglaufen, und ähnlich wie Schlagsahne mit Luft aufgeschlagen.



WAS PASSIERT BEIM PASTEURISIEREN?

- Das Eis wird haltbar gemacht
- Dem Eis wird Sahne hinzugefügt
- Das Eis bekommt einen Schokoladenüberzug



karty



... WIRD DANN, WIE HIER ALS STIELEIS, IN FORM GEBRACHT ...

FORMEN UND SCHOCKFROSTEN

Jetzt kann das Eis bei einer Temperatur zwischen minus 4 und minus 8 °C in die entsprechende Form gebracht und, je nach Sorte, mit Waffeln oder einem Stiel versehen werden. Auf einem Band werden die Stieleise zur nächsten Verarbeitungsstation transportiert: dem Schockgefrieren. Die in Spiralen nach oben fahrenden Stieleise erhalten hier bei einer Raumtemperatur von minus 40 °C den richtigen Festigkeitsgrad.



... UND IN EIN SCHOKOLADENBAD GETAUCHT.

TAUCHEN

Erst jetzt, nachdem die Stieleise den Kältetunnel verlassen haben, erhalten sie ihren Schokoladenmantel. Die auf dem Band liegenden Stieleise werden mithilfe von Greifarmen hochgehoben und hängend in unterschiedliche Wannen mit heller oder dunkler Schokolade mit und ohne Mandeln getaucht und nach dem Abtropfen zur letzten Produktionsstelle befördert: dem Verpacken.



WAS PASSIERT BEIM PASTEURISIEREN?

- ✓ Das Eis wird haltbar gemacht

NACH DER VERPACKUNG WIRD DAS ENDPRODUKT UNTER EINHALTUNG DER TIEFKÜHLKETTE AN DEN HANDEL GELIEFERT.



QUALITÄTSSICHERUNG BEI INDUSTRIELLER EISHERSTELLUNG

Diese zeichnet sich durch drei Dinge aus:

Kontrolle der gelieferten Rohstoffe

Homogenisieren

Produktion in nahezu geschlossenen Systemen



Bereits vor der Einführung neuer Produkte erstellen die Hersteller für jedes Eis – beziehungsweise für jede Eislinie – die Qualitätsstandards und eine HACCP-Studie.

Das bedeutet:

Für den Herstellungs- und Distributionsprozess jedes Artikels existieren klare Qualitätskriterien.

Dabei werden auch mögliche Gefahrenpunkte benannt. Renommierete Markeneishersteller überprüfen nicht nur die selbst hergestellten Eissorten, sondern auch ihre Rohstoff-, Material- und Verpackungslieferanten.

VERPACKEN UND LAGERN

Nachdem die Stieleise einzeln in Folien eingeschweißt wurden, werden sie nun zu mehreren Stück in Kartons verpackt. Diese werden dann auf Paletten verladen, eingeschweißt und im Kühlhaus bei minus 30 °C gelagert.

TRANSPORTIEREN

In speziellen Tiefkühllastwagen wird das Eis schließlich in die Zentrallager des Handels transportiert.

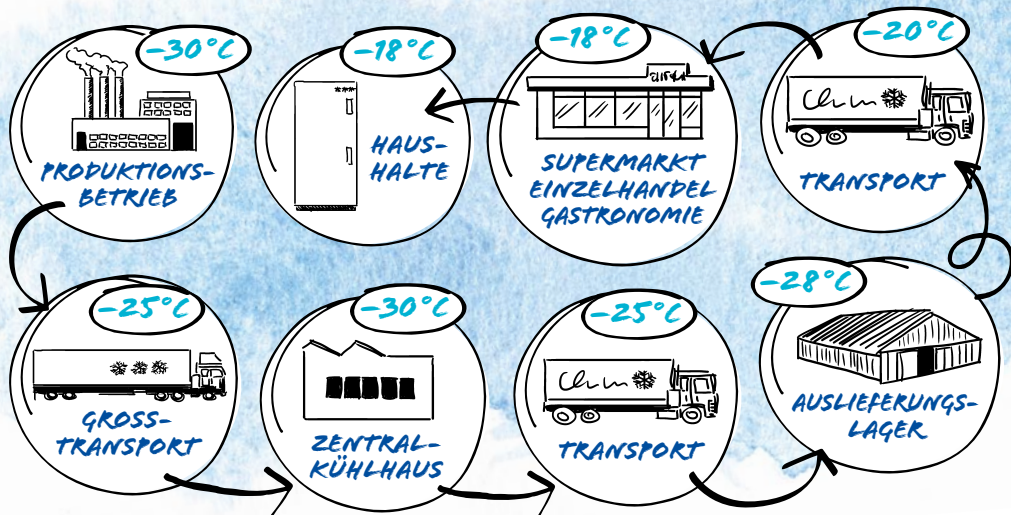


WELCHE TEMPERATUR HERRSCHT IM KÄLTETUNNEL?

- Minus 4 °C
- Minus 10 °C
- Minus 40 °C

KEEP IT COOL: DIE KÜHLKETTE

VOM HERSTELLER BIS
IN DIE HAUSHALTE



Für ein hochwertiges Speiseeis ist eine geschlossene Tiefkühlkette notwendig. Denn wenn Speiseeis auftaut und wieder gefriert, lässt die Qualität nach. Eiskristalle bilden sich und die Konsistenz

leidet. Auch die Struktur des Eises kann beschädigt werden. Es kommt zu Schrumpfungen und Deformationen.

Daher stellen Hersteller und Logistiker über die gesamte Lieferkette bis in den Lebensmittelhandel noch deutlich niedrigere Temperaturen sicher als das Speiseeis eigentlich benötigt. So verlässt es den Produktionsbetrieb bei bis zu minus 30°C. In den Tiefkühltruhen und -schränken der Verkaufsstellen darf die Lagertemperatur dann minus 18°C nicht übersteigen. Das gilt auch für die Aufbewahrung in den Tiefkühlfächern zu Hause.

DAS MERK ICH MIR!

Bei Speiseeis ist die Einhaltung der Tiefkühlkette bei Herstellung, Transport und Verkauf besonders wichtig, da nur so die erstklassige Qualität und der cremige Genuss gesichert sind.

WELCHE TEMPERATUR HERRSCHT IM KÄLTETUNNEL?

✓ Minus 40 Grad

ALLERGENE

VERPFLICHTENDE ALLERGENKENNZEICHNUNG

check!

Milch, Erdnüsse, Schalenfrüchte – manche Menschen reagieren auf bestimmte Lebensmittel allergisch. Deshalb gibt es die verpflichtende Allergenkennzeichnung auf der Verpackung von Lebensmitteln. Auf Speiseeisverpackungen werden die verwendeten Allergene in der Zutatenliste deutlich hervorgehoben. Es handelt sich laut Lebensmittel-Informationsverordnung (LMIV) vor allem um folgende Stoffe sowie daraus hergestellte Erzeugnisse, die für die Herstellung von Speiseeis besonders relevant sind:

- /// Milch und Milcherzeugnisse (einschließlich Laktose)
- /// Eier und Eierzeugnisse
- /// Erdnüsse und Erdnusserzeugnisse
- /// Schalenfrüchte und daraus hergestellte Erzeugnisse (zum Beispiel Haselnüsse, Walnüsse, Paranüsse, Pekannüsse, Macadamia- oder Queenslandnüsse, Cashewnüsse, Pistazien, Mandeln)
- /// Glutenhaltiges Getreide und daraus hergestellte Erzeugnisse (zum Beispiel Weizen, Gerste, Roggen, Hafer, Dinkel, Kamut, Grünkern, Emmer, Einkorn)
- /// Sojabohnen und Sojaerzeugnisse

Diese für die Speiseeisherstellung nicht relevanten Allergene müssen bei ihrer Verwendung in Lebensmitteln ebenfalls deklariert werden:

- /// Sellerie und Sellerieerzeugnisse (zum Beispiel Staudensellerie, Bleichsellerie, Knollensellerie)
- /// Krebstiere und Krebstiererzeugnisse (zum Beispiel Krebse, Shrimps, Garnelen, Langusten, Hummer, Scampi)
- /// Fische und Fischerzeugnisse
- /// Senf und Senferzeugnisse
- /// Sesamsamen und Sesamerzeugnisse
- /// Schwefeldioxid und Sulfid in Konzentrationen von mehr als 10 mg/kg oder 10 mg/l
- /// Lupinen und Lupinerzeugnisse
- /// Weichtiere und Weichtiererzeugnisse (zum Beispiel Schnecken, Abalone, Tintenfische, Muscheln, Austern)

Quelle: Anhang II der Lebensmittel-Informationsverordnung (LMIV) Verordnung (EU) Nr. 11169/2011



WELCHE ZUTATEN SIND ALLERGENE?

- Haselnüsse
- Walnüsse
- Pistazien

BEIM KUNDEN H(EIS)BEGEHRT



Innerhalb der Tiefkühlkostabteilung schafft Speiseeis eine starke Kundenfrequenz und sorgt noch vor TK-Pizza, -Gemüse und -Fisch für die meisten Shopping Trips, also Einkaufsakte (siehe Grafik auf Seite 27 oben). Um der großen Bedeutung der Warengruppe gerecht zu werden, gilt es einige Grundprinzipien zu beachten. Ein aufmerksamkeitsstarker POS mit optimaler Produktplatzierung ist die Grundvoraussetzung für ein erfolgreiches Speiseeisgeschäft, denn Speiseeis für den Heimverzehr wird vorrangig ungeplant gekauft. Rund 67 Prozent der befragten Ver-

braucher greifen laut einer Konsumentenstudie bei Speiseeis im Supermarkt spontan zu.

Für die Produktkategorie sind aufgrund des mehrheitlich ungeplanten Einkaufs deshalb die TK-Fläche, eine optimale Platzierung und Sichtbarkeit am POS von herausragender Bedeutung:

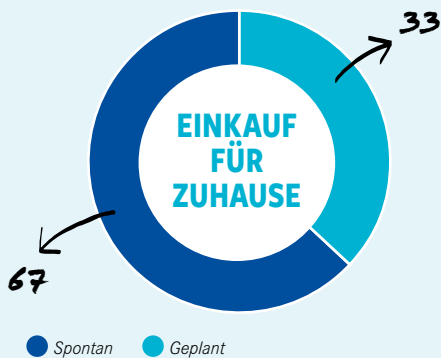
- ✓ Der Speiseeisbereich sollte für den Shopper leicht und klar erkennbar sein. Es empfiehlt sich ein Hinweisschild „Eiscreme“.
- ✓ Eine optimale Platzierung gemäß Shopper-Suchlogik ist essenziell, denn ein vielfältiges Speiseeisangebot erfordert eine klare Struktur, um dem Käufer Orientierung zu geben und die Suche zu erleichtern.

Das Suchverhalten von Speiseeiskäufern folgt in der Regel einem einheitlichen Muster. Das hat eine Konsumentenstudie herausgefunden. Die Reihenfolge der Hauptorientierungskriterien ist für Shopper am POS demnach: Verpackungsart, Marke, Sorte. **Beachte daher die folgenden Empfehlungen:**

- ✓ Tiefkühltruhe/-schrank sollten erst nach Verpackungsart (also zum Beispiel Multi-packung oder Familienpackung etc.) und dann nach Marken sortiert werden.

SPEISEEIS EINKAUFsverhalten

Angaben in Prozent



Quelle: MafoWerk-Studie, Speiseeis Inhome Use, Deutschland, 2021



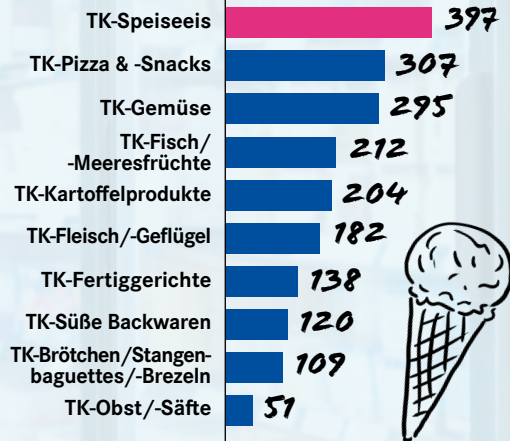
WELCHE ZUTATEN SIND ALLERGENE?

- ✓ Haselnüsse
- ✓ Walnüsse
- ✓ Pistazien



TK-WARENGRUPPEN-RANKING NACH SHOPPING TRIPS

Einkaufsakte in Millionen



Quelle: DE GfK Consumer Panel CP+ 2.0 FMCG, Tiefkühlkost, D-Total, Einkaufsakte in Mio., Gesamtjahr 2022

- ✓ Marken sollten immer im Markenblock platziert werden, wobei Ankermarken eine wichtige Rolle übernehmen.
- ✓ Um ausverkaufte Produkte zu vermeiden, abverkaufsstarke Artikel entsprechend mehrfach platzieren.
- ✓ Category Management-Platzierungsempfehlungen von Händlern und Herstellern beachten.

Fazit: Suchverhalten und Kaufverhalten der Verbraucher sind also sehr häufig nicht deckungsgleich (es sollten demnach zum Beispiel nicht alle Vanille-Eisartikel zusammen platziert werden).

SUCHVERHALTEN FÜR SPEISEEIS AM POS

check!

1. VERPACKUNGSART

2. MARKE / EIGENMARKE

3. SORTE

Quelle: Nymphenburg Speiseeis-Studie, Deutschland, 2013

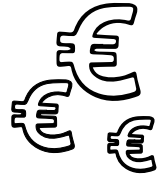


WIE VIEL PROZENT DER VERBRAUCHER GREIFEN BEI SPEISEEIS SPONTAN ZU?

- 80 Prozent
- 67 Prozent
- 50 Prozent



EIS MARKENSTARK PLATZIERT

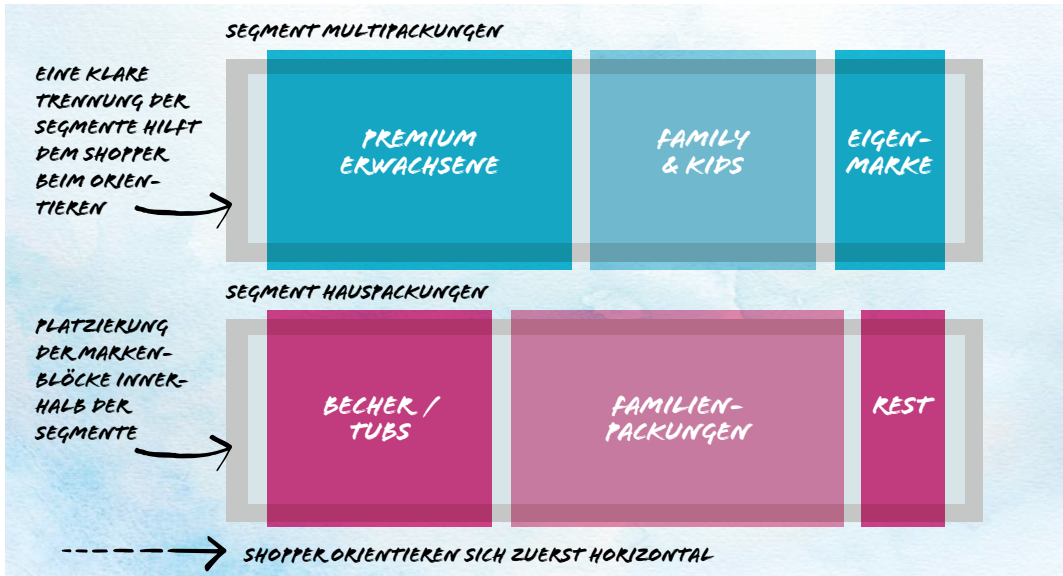


Grundvoraussetzung für ein erfolgreiches Speiseeisgeschäft ist ein aufmerksamkeitsstarker POS mit optimaler Produktplatzierung. Shopper orientieren sich horizontal und suchen vertikal. Unterstütze sie dabei, sich am POS besser zurechtzufinden, indem Du Kategorie- und Markenblöcke bildest. Damit sorgst Du unter anderem für eine höhere Shopperzufriedenheit und Mehrumsatz. Cool, oder?

Vorteile der Markenblöcke:

- ✓ Höhere Shopperzufriedenheit durch einfache Orientierung
- ✓ Mehrumsatz durch schnelleres Finden
- ✓ Aufmerksamkeit generieren und Impulskäufe fördern
- ✓ Klare Markenblöcke erleichtern die Suche

EINFACHE ORIENTIERUNG FÜR DEN SHOPPER



WIE VIEL PROZENT DER VERBRAUCHER GREIFEN BEI SPEISEEIS SPONTAN ZU?

✓ 67 Prozent

check!

DIE OPTIMALE PLATZIERUNG

In einem Gefrierschrank empfiehlt sich folgende abverkaufstarke Platzierung:

MARKENBLOCK-
PLATZIERUNGEN
GEBEN ORIENTIERUNG.



LÜCKEN VERMEIDEN:
AUSREICHEND PLATZ FÜR DIE MARKEN
SOWIE MHRFACHPLATZIERUNG VON
TOPSELLERN EINPLANEN.

RECKZONE

(> 170 cm)

SICHTZONE

(120 - 170 cm)

AUFMERKSAMKEIT SCHAFFEN:
PREMIUM/STARKE MARKEN IN
SICHT- UND GREIFZONE

GREIFZONE

(80 - 120 cm)

BÜCKZONE

(< 80 cm)



WIE SUCHEN SHOPPER?

- Sie orientieren sich vertikal und suchen horizontal.
- Sie orientieren sich horizontal und suchen vertikal.
- Sie orientieren sich vertikal und suchen auch so.

HERGESCHAUT: AUFMERKSAMKEIT SCHAFFEN



☞ **KLARE MARKENTEASER WIE Z.B. STICKER UNTERSTÜTZEN DIE ORIENTIERUNG.**

SHOPPER AUFMERKSAMKEIT

Angaben in Prozent

65%

In einem Geschäft
beim Einkaufen

6%

Außerhalb des
Geschäftes
(unterwegs
oder daheim)

29%

Sowohl im Geschäft als
auch außerhalb



Quelle: MafoWerk-Studie, Speiseeis Inhome Use, Deutschland, 2021

Um Speiseeis, das überwiegend spontan gekauft wird, erfolgreich in Szene zu setzen, solltest Du am POS Aufmerksamkeit schaffen und diese Hinweise beachten:

- ☑ Rund zwei Drittel der Shopper werden erst im Geschäft auf Speiseeis aufmerksam.
- ☑ Viele Kunden werden erst durch die Suche in TK-Truhe oder -Schrank auf das jeweilige Produkt aufmerksam.
- ☑ Aufgrund der großen Bedeutung innerhalb der TK-Kategorie benötigt Speiseeis einen entsprechend großen Flächenanteil im TK-Bereich.
- ☑ Da Speiseeis vorrangig ungeplant gekauft wird, sollte es am besten im stark frequentierten Hauptkundenlauf am Ende des TK-Bereiches platziert werden.
- ☑ Zusätzliche TK-Aktionsflächen, wie zum Beispiel Gondelkopfruhen, steigern die Zusatzumsätze und den Promotion-Erfolg insgesamt.
- ☑ POS-Material, wie zum Beispiel Sticker, Wobbler oder Plakate, bringt Aufmerksamkeit und Eisgenussatmosphäre in den TK-Bereich.



WIE SUCHEN SHOPPER?

- ☑ Sie orientieren sich horizontal und suchen vertikal.



WOBLER SORGEN FÜR
AUFMERKSAMKEITSTEIGERUNG
BEI NEUPRODUKTEN UND
FÜHREN ZUPROBIERKÄUFEN.

TIPPS DES DEUTSCHEN TIEFKÜHL- INSTITUTES (DTI)

- /// Den Warenbestand in den TK-Truhen und -Schränken regelmäßig kontrollieren, um Out-of-Stock-Situationen zu vermeiden.
- /// Genügend Ware für die Haupteinkaufstage disponieren. Bei Speiseeis sind das Donnerstag, Freitag und Samstag – und natürlich vor Festtagen wie Ostern oder Weihnachten.
- /// Orientierung, Ordnung und Sauberkeit in der Truhe schaffen.
- /// Beschädigte Verpackungen aussortieren.
- /// Truhen nur bis zur Stapelmarkierung befüllen.
- /// Temperaturen checken. Gesetzlich vorgeschrieben ist eine Temperatur von mindestens minus 18 Grad Celsius.
- /// Betriebsanleitung und Wartungshinweise der Geräte beachten und die Ware bei technischen Störungen sofort ins Tiefkühlager transportieren.
- /// Truhen nachts mit Abdeckung oder Rollos verschließen, um den Energieverbrauch zu reduzieren.
- /// Die Ware vom Zwischenlager schnell in die Truhe verräumen, um die Tiefkühlkette einzuhalten.
- /// Den Abverkauf ständig beobachten, um Langsamdreher zu identifizieren und Schnelldreher besser zu positionieren.



WO SOLLTE SPEISEEIS PLATZIERT WERDEN?

- Am Anfang des TK-Bereiches
- Am Ende des TK-Bereiches
- In zusätzlichen Gondelkopfruhen

WELTWEIT ERFOLGREICH



Froneri entstand 2016 als Joint-Venture aus Nestlé Schöller und R&R Ice Cream, ist im Bereich Speiseeis in mehr als 24 Ländern tätig und beschäftigt weltweit mehr als 10.000 Mitarbeiter. Der Ursprung von Froneri in Deutschland liegt an den Standorten Osnabrück und Nürnberg. In Osnabrück eröffnete Regina Roncadin, eine geschäftstüchtige junge Italienerin, ihre erste Eisdiele im Jahr 1932. Aus dieser Eisdiele entstand im Laufe der Jahre eine Eisdienekette. In den 1980er-Jahren startete Roncadin mit der industriellen Produktion von Eiscreme. In Nürnberg gründete Theo Schöller gemeinsam mit seinem Bruder Karl im Jahre 1937 eine Eiscremefabrik. In den 1970er-Jahren entstanden die Mövenpick-Eiskreationen. In Deutschland

ist Froneri heute mit Eisexperten an den Standorten Osnabrück, Nürnberg und Uelzen vertreten.

Im Portfolio sind bekannte Eismarken wie zum Beispiel Mövenpick, Nuii, Schöller und Pirulo sowie starke Speiseeis-Lizenzmarken wie Milka, Oreo, Daim und Toblerone. Zudem ist das Unternehmen der weltweit führende Hersteller von Speiseeis-Handelsmarken und ist mit einem breiten Gastronomie-Sortiment auch im Außer-Haus-Bereich ein führender Anbieter. Das vielfältige Sortiment umfasst alle klassischen Eissegmente inklusive Impulseis für den Handel und den Außer-Haus-Bereich.



Mehr Wissen unter www.froneri.de



WO SOLLTE SPEISEEIS PLATZIERT WERDEN?

- ✓ Am Ende des TK-Bereiches
- ✓ In zusätzlichen Gondelkopfruhen



ALLES KLAR? WISSENS-CHECK 1

HIER
UMKNICKEN!
LÖSUNG AUF
DER NÄCHSTEN
SEITE.



Mehrfachantworten sind möglich!

WO IST DIE DEFINITION FÜR SPEISEEIS FESTGESCHRIEBEN?

- In den Leitsätzen für Speiseeis des Deutschen Lebensmittelbuches
- In der Lebensmittelinformationsverordnung
- Im Bürgerlichen Gesetzbuch

WAS WIRD DURCH PASTEURISIERUNG ERREICHT?

- Die Haltbarkeit von Lebensmitteln wird verkürzt
- Eis wird dadurch 10 Tage haltbar
- Die Haltbarkeit von Lebensmitteln wird verlängert

WAS BEZEICHNET MAN MIT DEM BEGRIFF OVERRUN?

- Den Luftschlag im Speiseeis
- Die Zuckerzugabe im Speiseeis
- Besonders stark nachgefragte Eissorten

WAS VERSTEHT MAN UNTER LEH-IMPULSEIS?

- Eis, das stark nachgefragt ist
- Abgepacktes Kleineis, wie z. B. Stieleis und Waffelhörnchen
- Eis, das man häufig in separaten Gefriertruhen findet

WIE WIRD SPEISEEIS IN DEN HANDEL TRANSPORTIERT?

- In Truhen auf Rollen
- In speziellen Tiefkühllastwagen
- In normalen Lkws



BEI WELCHER TEMPERATUR VERLÄSST EIS DEN PRODUKTIONSBEREICH?

- Minus 20 °C
- Minus 15 °C
- Minus 30 °C



HIER
UMKNICKEN!
LÖSUNG AUF
DER NÄCHSTEN
SEITE.



ALLES KLAR? WISSENS-CHECK 2



Mehrfachantworten sind möglich!

WO SOLLTE SPEISEEIS PLATZIERT WERDEN?

- Am Anfang des TK-Bereiches
- Am Ende des TK-Bereiches
- In zusätzlichen Gondelkopfruhen

WELCHE BEKANNTEN MARKEN SIND UNTER DEM DACH VON FRONERI VEREINT?

- Mövenpick
- Schöller
- Nuii

WELCHE PACKUNGSFORMATE ERZIELEN BEI SPEISEEIS DEN HÖCHSTEN UMSATZ?

- Haushaltspackungen
- Multipackungen
- Impulseis

NACH WELCHEN HAUPTORIENTIERUNGSKRITERIEN SUCHEN SHOPPER SPEISEEIS?

- Verpackungsart, Marke, Sorte
- Preis, Sorte, Zutaten
- Preis, Verpackungsdesign, Nährwerttabelle

WAS IST DER HAUPTBESTANDTEIL VON MILCH?

- Eiweiß
- Wasser
- Vitamine und Mineralstoffe

WELCHE AUSSAGE TRIFFT AUF SPEISEEIS ZU?

- Wird häufig ungeplant gekauft
- Steht in der Regel auf der Einkaufsliste der Kunden
- Wird zum Wochenende öfter gekauft

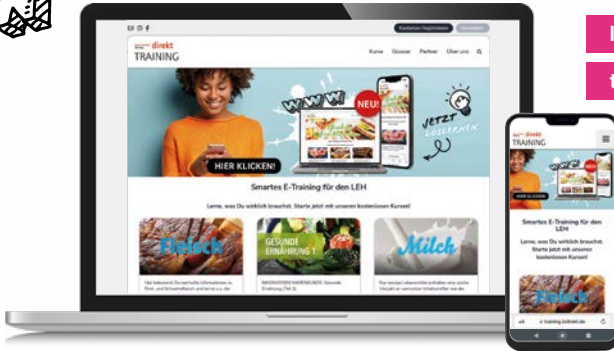
NOCH MEHR BRAINFOOD!

... GIBT ES IN DER
LZ DIREKT LERNWELT

In unserem Shop lzdirekt-lernwelt.de findest Du noch viel mehr Wissen in gedruckter Form:

- /// Die kompletten Markenlehrbrief-Boxen mit allen aktuellen Markenlehrbriefen
- /// Nützliche Basis- und Prüfungstrainer
- /// Eine Auswahl an interessanten Fachbüchern und Nachschlagewerken

Das E-Learning-Portal training.lzdirekt.de für Mitarbeitende im Lebensmitteleinzelhandel ist mit kompakten E-Trainings inklusive Abschlusszertifikaten die perfekte, flexible und interaktive Ergänzung zu den Markenlehrbriefen. Hier kannst Du jederzeit **kostenlos und ohne Registrierung** Dein Wissen auffrischen: egal ob am PC, Tablet oder Smartphone.



lzdirekt-lernwelt.de

training.lzdirekt.de

IMPRESSUM

2. VOLLSTÄNDIG
ÜBERARBEITETE
AUFLAGE 2024

Ein Markenlehrbrief der
LZ direkt Lernwelt
Deutscher Fachverlag GmbH
Mainzer Landstraße 251
60326 Frankfurt am Main

Head of LZ direkt Lernwelt: Nicole Grohmann

Creative Direction LZ direkt Lernwelt:
Anke Couturier

Redaktion: Fabienne Leonard

Grafische Gestaltung: Claudia Kolb

In Zusammenarbeit mit
Froneri Ice Cream Deutschland GmbH
Eduard-Pestel-Straße 15
49080 Osnabrück
www.froneri.de

Bestellservice und Auslieferung

Herold Fulfillment GmbH, Raiffeisenallee 10,
82041 Oberhaching/München
Tel. +49 89 6 13871-71, Fax +49 89 6 13871-79
lernwelt@herold-fulfillment.de, www.lzdirekt-lernwelt.de

BILDNACHWEIS

AdobeStock (Seiten 4, 18, 24: noppanun; 6, 22, 27, 29: jane55; 7: 9gifts; 11, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 25, 26, 29: lesichkadesign; 9, 10, 18: mikabes-familnaya; 13: Emil Lime/peopleimages; 15: Blob Orange, Nika_Art; 17: africa-studio; 19: Sergey, Unclesam, voff; 21: Maksim Shebeko; 22: sunya; 25: Yulia Furman; 23: Yanka; 25: Настя Прокопчук; 26: veekic; 27: Muhammad)
Claudia Kolb (Seiten: 4, 7, 10, 11, 15, 18, 21, 23, 24, 27, 29)
iStockphoto (Seiten 3, 12, 18: Ollustrator; 3, 35: Frank Ramspott; 4, 11, 16, 18, 21, 24, 33: DragonTiger; 14, 15, 16, 28, 32, 33, 34, 35: ulimi; 16: setory; 23: Olga Kurbatova; 27: Ijubaphoto; 28, 29: Stella Levi)
Froneri (Seiten 1, 2, 5, 6, 8, 9, 10, 11, 14, 20, 21, 22, 23, 29, 30, 31, 32, 36)
Shutterstock (Seite 35: bqmgng, Intellison)

Milka, Oreo, Daim and Toblerone are trademarks of the Mondelez International group used under license.

MARKENLEHRBRIEF

EIN PRODUKT DER LZ DIREKT LERNWELT

MEHR WISSEN, BESSER VERKAUFEN!

LZ direkt Lernwelt

Deutscher Fachverlag GmbH
Mainzer Landstraße 251
60326 Frankfurt am Main

lzdirekt-lernwelt.de

training.lzdirekt.de

