



Proteinreiches Eis von Frozen Power trifft eine Marktlücke unter den Süßigkeiten. Das Start-up generierte damit 2019 einen Umsatz von 550.000 Euro

test: süß, aber nicht picksüß und „leichter“ als normales Eis.

30 Prozent Protein im Riegel

Der Drang nach einem gesunden und wohlschmeckenden Snack kitzelte auch aus Manuel Zeller den Erfinder heraus. Gemeinsam mit drei Jungs bildet er das Start-up Alpha Republic, das hinter dem Produkt Neoh steht. Neoh geht sowohl als Fitness- als auch Schokoriegel durch. Der Snack mit 90 Prozent weniger Zucker als herkömmliche Riegel, weniger Kalorien und einem Proteingehalt von 30 Prozent überzeugt im GEWINN-Test mit knuspriger Textur und süßem Geschmack, wenn auch leicht herbem Abgang.

Freilich gelingt ein Schokoriegel nicht ohne Zuckerersatzstoff. Sechs Jahre Entwicklungszeit verbuchten die Gründer, um alle Parameter unter einen Hut zu bekommen. „Wir hatten Jobs bei einem Mobilfunkanbieter. Dadurch waren wir finanziell versorgt“, so Zeller. Seine Küche diente als Labor.

Das Ende des Entwicklungsmarathons brachte eine neue Herausforderung mit sich. Denn was im Kochtopf der Laborküche funktionierte, konnte nicht eins zu eins auf die maschinelle Fertigung übertragen werden. Die Masse schien für die Pumpmaschinen ungeeignet, da zu dick. Entsprechendes Know-how war also bei der Produktion gefragt. Dieses lieferte Heinrich Prokop, CEO der Gutschermühle, der auch als Investor mit an Bord ging.

So holprig die Entwicklung auch war, ab der Markteinführung lief es wie geschmiert: Bestseller auf Amazon, Marketing-Push durch „2 Minuten 2 Millionen“-Auftritt, Listung bei Spar, Metro, Tankstellen und Fitnesscentern. Laut Spar-Sortimentsstrategie Johannes Holzleitner „verkauft sich der Neoh-Riegel besser als der stärkste Ferrero-Riegel“, wie er bei der letzten MMM-Fachtagung (siehe Dezember-GEWINN ab S. 100) verriet.

Süße Proteinrevolte

Die Food-Start-ups Frozen Power und Neoh reiten mit Eis und Müsliriegel auf dem Proteinernährungstrend.

VON CARINA JAHN

► Das Aha-Erlebnis kam ihm eines Abends auf der Couch. Kenan Engerini löffelte einen Eisbecher, als sein Blick über die Inhaltsstoffe schweifte. „Das Eis war voll mit Zucker und schlechten Fetten. Da wusste ich: Ich muss gesundes Eis kreieren“, erinnert sich Engerini, der daraufhin die Nährwerte von herkömmlichem Eis „filterte“ und die Negatingredienten durch positive ersetzte. Als Lebensmitteltechnologe verfügte er über das Know-how, wengleich die Praxiserfahrung im Eis herstellen fehlte. So wandte er sich an einen Konditor, mit dem er elf Monate lang an diversen Eissorten bastelte.

Ende 2016 ging man mit vier Frucht- und Milchsorten auf den Markt. Frozen Power taufte Engerini seine proteinreiche Eiscreme ohne Zuckerzusatz. „Proteine liegen im Trend. Weil es noch kein Proteineis gab, bin ich auf den Zug aufgesprungen“, erklärt Engerini, der als ehemaliger Profisportler gute Kontakte

zu Fitnessstudios pflegte. Ein Jahr lang bot er das Produkt nur über diesen Vertriebsweg an.

Weil ihm Konkurrenz auf den Fersen war, beschloss Engerini, ein weiteres Produkt zu entwickeln – den allerersten Proteineisriegel. „Proteinreiche Eiscreme auf glutenfreiem Keksboden, umhüllt von zuckerfreier Schokolade“, beschreibt Engerini den Riegel stolz. Mit der neuen Kreation im Gepäck plante er, im Lebensmitteleinzelhandel durchzustarten. Das Timing stimmte. Mit Verweis auf einen Fernsehauftritt heimste man Pluspunkte bei Einkaufsleitern ein. Neben dem Verkauf im Supermarkt setzt das Start-up nach wie vor auf die Fitnessstudios und fährt mit eigenem Onlineshop eine weitere Vertriebschiene. GEWINN-Geschmacks-



Seit Markteintritt 2017 gingen zwölf Millionen Stück Neoh-Riegel über den Ladentisch