

Neuß-Grevenbroicher Zeitung

SAMSTAG, 29. DEZEMBER 2012

Wirtschaft im Rhein-Kreis C7

## SERIE UNTERNEHMEN MIT IDEEN

# „Coole“ Kühlschränke aus Holzbüttgen

Das Kaarster Unternehmen Gastro-Cool produziert Kühlschränke in allen Farben und Formen: Rund 500 verschiedene Typen sind lieferbar. Damit hat sich die Firma vor allem im Bereich der Werbekühlschränke am Markt durchgesetzt.

VON STEFAN REINELT

**KAARST** Der Schwiegervater von Christian Machers verkaufte noch so genannte „weiße Ware“, also Waschmaschinen und Küchen-Größe-geräte, darunter auch Kühlschränke. Heute dagegen kann es nicht bunt genug sein: Das Kaarster Unternehmen Gastro-Cool vertreibt heute Kühlschränke in allen Farben. Die in Holzbüttgen ansässige Firma hat sich auf die Produktion und den Vertrieb von bedarfsorientierten Kühlgeräten spezialisiert.

**„Der Trend zu Werbekühlschränken sorgt seit den 90ern für steigende Umsätze“**

Christian Machers

In den 1990er Jahren wurden die Kühlschränke in der Gastronomie und im Verkauf als Werbeträger interessant. Vor allem mit dem Aufkommen der Alkopops zierten die Geräte verstärkt die Logos der Hersteller. „Werbekühlschränke haben damals für eine Umsatzsteigerung von 500 Prozent bei Getränken gesorgt“, sagt Machers. Heute werden die Kühlschränke nicht nur von Getränkeherstellern als Werbeflächen genutzt. „Wir haben schon für Bananen, Socken und Motoröl geworben“, erzählt der 40-Jährige.

Rund 6000 Geräte und 500 verschiedene Typen hat Gastro-Cool sofort lieferbar auf Lager. Neben einigen Standardgrößen entwickelt die Firma auch eigene Systeme. Acht Mitarbeiter beschäftigt das Unternehmen. Christian Machers ist die Kreativteilnahme. „Wenn ich eine Idee habe, baue ich ein Modell aus Holz. Unser 3D-Designer gestaltet es dann am Computer weiter“, sagt der Firmenchef.

**Bag-in-Box** Das erste selbstentwickelte Produkt war ein Kühlkarton für Weinkartons, von dem direkt ein Glas abgefüllt werden kann. „Die



Im Lager von Gastro-Cool beklebt Vanessa Peters die Werbekühlschränke des Unternehmens.

H&Z-FOTOS (2): LOTHAR BEIMS

Deutschen interessiert sind damals nicht dafür, bis sie ein Weingut aus Rumänien bei uns bestellte. Dann wurde die Box ein Renner in Osteuropa“, erzählt Machers. Zuletzt wurde das Produkt weiterentwickelt für Milch und Säfte, sei es in Kartons oder Tüten abgefüllt. Für Cocktails aus der Box hat Gastro-Cool die eigene Marke „Aloha Cocktails“ entwickelt. Um die Hygiene zu bewahren, wird der Abfüllschlauch mit dem leeren Karton weggeworfen.

**Dosen-Dispenser** Anstatt die Kühlkranktür zu öffnen, wodurch stets Kälte entweicht, rollt die Dose aus diesem Gerät einfach heraus. Da von oben nachgefüllt wird, ist die

unterste Dose auch immer die kälteste. Zudem spart das System einige Sekunden Zeit für die Servicekraft. Gastro-Cool entwickelte das Produkt damals exklusiv für den Energydrink Red Bull. Nun fragt der Handel auch nach einem Modell für die Standarddose.

**Neue Techniken** Gastro-Cool optimiert seine Geräte immer weiter – Feinoptimierung ist dabei das Stichwort. So hat das Unternehmen erkannt, dass LED-Lichter im Rahmen der Kühlkranktür den Innenraum besser ausleuchten. Für Kunden mit Sonderwünschen soll bald eine Kühlkranktür entwickelt werden, die einen LCD-Bildschirm hat, der Filme abspielt.

## DER CHEF

### Die Geschäftsidee kam vor zehn Jahren

**Beruf** Der gebürtige Offenbacher studierte Marketingkommunikation in England und arbeitete später im Marketing von Genussmittelproduzenten. Ein halbes Jahr lang grubelte er über seinen Plänen zur Selbstständigkeit, vor zehn Jahren gründete er Gastro-Cool zunächst als Internet-Handel.

**Familie** Mit seiner Frau und zwei Kindern lebt der 40-Jährige in Neuss.



Christian Machers