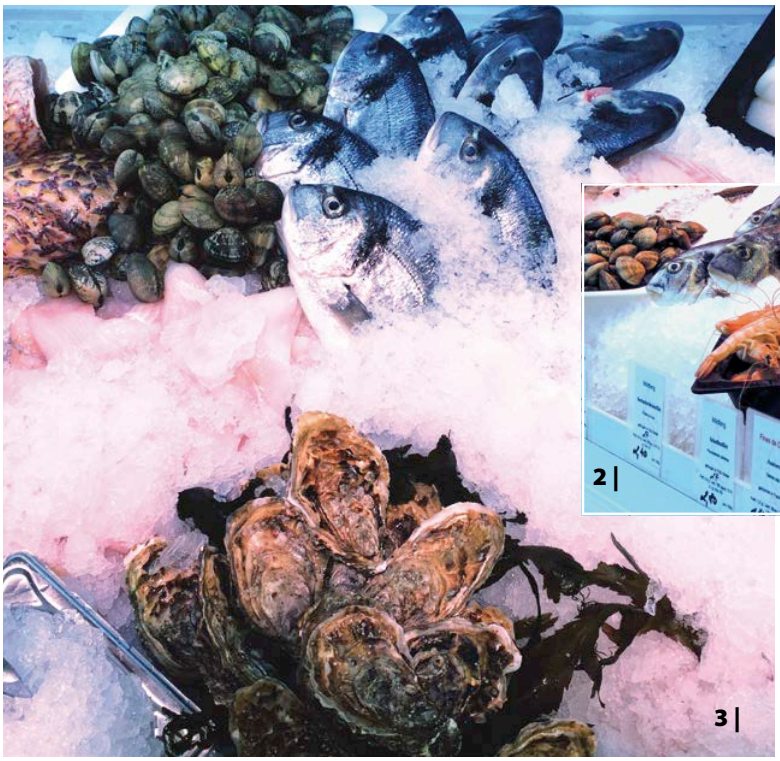
1 |

KATEGORIE
BESTES MOBILES FISCH-FACHGESCHÄFT
★

Forellenzucht Hochspessart, Erlenfurt

Qualitätsfisch aus eigener Aufzucht ist Kern des Sortiments

Nahezu 500 Jahre in der Fischerei, über 50 Jahre Forellenproduktion im Hochspessart und seit fast 25 Jahren auf dem Aschaffenburger Wochenmarkt.
Die Forellenzucht Hochspessart hat eine lange Tradition im Geschäft mit dem Fisch. Aushängeschild im Vertriebssystem des Familienunternehmens ist das Verkaufsmobil, mit dem man sich einen festen Kundenstamm auf dem Wochenmarkt in Aschaffenburg geschaffen hat. Das Sortiment selbst produzierter Arten und Seefische ist umfangreich und weist ein überdurchschnittlich hohes Niveau auf.



1 | Reinhard Nolda, Markus Nolda und Sven Schäfer. An den Markttagen ist das Verkaufsmobil meist mit drei Verkaufskräften besetzt, damit kein Kunde lange warten muss.

2 | Im Aschaffenburger Raum gelten Fische und Meeresfrüchte auch heute noch für viele Menschen als etwas ganz Besonderes. Entsprechend hoch sind die Ansprüche an die Ware.

3 | Auch die Seefische zeichnen sich durch hohe Qualität aus, zum Beispiel Kabeljau-Loins, Steinbeisser-Bäckchen, fangfrische Dorade royal oder Label rouge-Lachs aus Schottland.

Die Grimms sind eine traditionsreiche Fischerfamilie, deren Wurzeln bis in die Renaissance zurückreichen. Möglicherweise betrieben ihre Vorfahren das Gewerbe auch schon früher, doch der erste gesicherte Nachweis, die älteste urkundliche Erwähnung, datiert auf das Jahr 1563. Als die Seen- und Flussfischerei nicht mehr genügend hergab, um die Familie sicher zu ernähren, bauten die Grimms 1964 eine Forellenzucht im Hochspessart auf, die heute von Peter Grimm und seiner Schwester Monika Nolda geführt wird. Als einer der größten Erzeuger von Forellen und Saiblingen im Gebiet südöstlich von Frankfurt am Main hat sich die „Forellenzucht Hochspessart“ weit über die Region hinaus einen guten Namen gemacht. Inmitten einer weitgehend unberührten Waldlandschaft, viele Kilometer vom nächsten Dorf entfernt, wachsen die Fische im sauberen und sommerkalten Wasser der Hafenlohr heran: Regenbogen- und Bachforellen, Saiblinge und Lachsforellen. Die vitalen Fische aus dem Hochspessart sind gefragt, nicht nur als Besatz für Bäche, Angelteiche und bei anderen Fischzüchtern, sondern vor allem als Speisefische. Zum festen Kundenkreis der Grimms und Noldas gehören Groß- und Einzelhändler sowie Gastronomiebetriebe und natürlich private Kunden.

Weil die Fischnachfrage immer größer wurde, hat man zusätzlich zum Stammbetrieb noch zwei weitere Forellenzuchtanlagen im Nahbereich erworben. In den drei Anlagen beschäftigt das Unternehmen derzeit 16 Mitarbeiter und bildet zudem Fischwirte aus. Im Laufe der Jahre wurden die Produktionsanlagen immer wieder modernisiert, ►

4-5 | Im Zentrum des Sortiments stehen frische und geräucherte Fischerzeugnisse aus eigener Produktion: Regenbogenforellen, Lachsforellen, Saiblinge und Filets. Außerdem Räucherfisch aus dem eigenen Ofen.

Bestes mobiles Fisch-Fachgeschäft

ausgebaut und leistungsfähiger gemacht, um den steigenden Anforderungen gerecht zu werden. Im Stammbetrieb Erlenfurt wachsen die Fische inzwischen in Fließkanälen heran, die permanent mit Computertechnik überwacht werden. Auch der Schlacht- und Verarbeitungsbereich im Stammbetrieb musste in den letzten Jahren mehrfach vergrößert und renoviert werden. Zum einen, weil der Bedarf stetig zunahm, zum anderen aber auch, weil der Anteil der Direktvermarktung immer weiter wächst. Die Zahl der Verbraucher, die regionale, nachhaltig erzeugte Produkte zu schätzen weiß, nimmt erfreulich zu. Mit ihren frischen, in gesunder Natur aufgewachsenen Fischen kann die Forellenzucht Hochspessart diese Nachfrage bedienen. In der Erlenfurter Anlage gibt es auch einen Hofverkauf, der aber nur zu Saisonhöhepunkten wie Ostern oder gegen Jahresende „aktiviert“ wird. Die isolierte Lage der Forellenzucht, kilometertief versteckt im Wald, mag für die ungestörte Fischproduktion ein Vorteil sein, für die Direktvermarktung ab Hof ist sie jedoch denkbar ungünstig. „Die Chance, dass ein Wanderer sich vielleicht zufällig hierher verirrt und dann auch noch eine Forelle einkauft, ist äußerst gering“, begründet Peter Grimm die sporadischen Öffnungszeiten des Hofladens. „Natürlich bekommen die Besucher den gewünschten Fisch aber auch, wenn der Laden zu ist“. Stammkunden meldeten ihren Bedarf vorab meist telefonisch an und holen die Ware dann zum gewünschten Termin ab.

1 | Markus Nolda. Seit einem Jahrzehnt ist die Forellenzucht Hochspessart mit gegrillten Saiblings- und Lachsforellenfilets auch ständiger Gast beim Aschaffenburger Stadtfest.

2 | Die vier Meter lange Theke bietet 50 bis 60 Fischprodukte, davon fast die Hälfte Frischfisch.

3 | Fangmethoden, mit denen die Kunden wenig anzufangen wissen, erklärt Markus Nolda mit Hilfe von farbigen Bildtafeln, die selbst zusammengestellt wurden.

Aschaffenburger Wochenmarkt ist optimal für den Fischverkauf

Wer den Weg in den Hochspessart scheut, kann sich die Forellen oder Saiblinge aber auch am Mittwoch und Samstag auf dem Wochenmarkt vor dem imposanten Aschaffenburger Schloss holen. Seit 1992 gehört die Forellenzucht Hochspessart zum festen „Bestand" der Aussteller auf diesem Markt, der mit seinem interessanten Lebensmittelangebot – fast ausschließlich regionale Anbieter und Erzeuger – selbst Kunden aus dem benachbarten Frankfurt anlockt. Gute Verkehrsanbindungen, reichlich Parkplätze und die Bushaltestellen direkt nebenan sorgen dafür, dass die Besucher in Scharen herbeiströmen. Hier finden sie eine üppige Auswahl an frischem Obst und Gemüse, Wurst, Fleisch und Käse, Blumen, Gartenartikeln und natürlich auch ein attraktives Sortiment an Fischen ►

Das Fischangebot in der Theke fasziniert auch insbesondere Kinder. Durch Gespräche und kleine Kostproben wird dieses Interesse vertieft und gefestigt.

Forellenzucht Hochspessart
in Kürze

Forellenzucht Hochspessart
R.Grimm & Co. GbR
Erlenfurt 4
97840 Erlenfurt
Tel.: 09352 60240
Fax: 09352 602460
Email: r.nolda@spessartforelle.de
www.spessartforelle.de

Charakteristik: mobiler Fischhandel (Wochenmarkt), Forellenzuchtbetrieb
Eröffnet: mobiler Fischverkauf seit 1992 (Forellenzucht 1964)
Eigentümer: Peter Grimm, Monika Nolda
Standort: Wochenmarkt Aschaffenburg
Verkaufsfläche: 3,5 m² Verkaufsfläche im Fahrzeug
Verkaufstage: Mittwoch und Sonnabend (07.00 bis 13.00 Uhr)
Mitarbeiter (auf Basis VZK): 3
Gesamtzahl der Thekenprodukte: ca. 50-60 (davon frisch: ca. 20-30)
Struktur: Frischfisch (Süßwasser- und Seefisch), Räucherprodukte, Feinkost, Marinaden
Spezialitäten: Forellen, Saiblinge und andere Arten aus eigener Erzeugung

Bestes mobiles Fisch-Fachgeschäft

Schaufische wie der große Seeteufel in der Theke locken Kunden, wecken Neugier und bieten eine gute Möglichkeit für Verkaufsgespräche.

und Meeresfrüchten. Unterhalb der Jesuitenkirche am Rand des Marktes ist der angestammte Platz des mobilen Verkaufsstandes, an dem Reinhard Nolda, gelernter Gastronom, seit nunmehr fast einem Vierteljahrhundert anbietet, was das Herz des Fischliebhabers in der Region begehrt. Im Zentrum des Sortiments stehen die frischen und geräucherten Fischprodukte aus eigener Zucht, Regenbogenforellen, Lachsforellenfilet, geräucherte Saiblinge und Filets. Zusätzlich bietet der Stand aber auch eine sehr ansprechende Auswahl an hochwertigen Seefischen und Meeresfrüchten. Dazu gehören nicht nur die üblichen Klassiker wie Seelachs, Rotbarsch und Kabeljau, inzwischen häufig in Form von Rückenfilets, sondern auch schottischer Lachs, französischer Seeteufel, Austern, Miesmuscheln oder nachhaltig gefischte Islandware.

Obwohl Reinhard Nolda das Verkaufsgeschäft inzwischen an seinen Sohn Markus Nolda übergeben hat, ist er an den Markttagen meist am Stand hinter der Theke zu finden. „Wie ich sehen auch die anderen mitarbeitenden Familienmitglieder die Verkaufstätigkeit auf dem Markt nicht nur als Arbeit. Das Gespräch und die Interaktion mit den Kunden, der Umgang mit frischem Fisch und das Verkaufen machen sehr viel Spaß. Mehr Motivation brauche ich nicht“. Um sich so lange erfolgreich auf dem Wochenmarkt zu behaupten, reicht Spaß am Verkaufen allein aber nicht aus. Auch in Aschaffenburg ist zu spüren, dass der Wettbewerb zunimmt. Zwei Fischfachgeschäfte sind in den letzten Jahren hinzugekommen, immer mehr Supermärkte machen Fischtheken auf. Mit kompromissloser Frische und Qualität, Service und fachkundiger Beratung ist es Reinhard und Markus Nolda jedoch gelungen, einen festen Kundenstamm aufzubauen und sogar sukzessive zu erweitern. „Die Kunden müssen sich gut beraten und versorgt fühlen“, weiß Markus Nolda, dann kommen sie auch wieder. „Wir sind immer auf der Suche nach etwas Besonderem, um unseren Kunden Abwechslung für Auge und Gaumen bieten zu können“. Wenn sich jedoch etwas nicht in der gewünschten Qualität beschaffen lassen, verzichte man lieber darauf und erklärte dem Kunden die Gründe, als ihn durch mangelhafte Ware zu verärgern.

„Bei der Thekengestaltung werden die Fische aus eigener Produktion separat vom Seefische so angeordnet, dass ihre Frische und Qualität selbst weniger sachkundigen Besuchern sofort auffällt.“

Qualitätserwartungen der Kunden müssen erfüllt werden

Im Aschaffenburger Raum gelten Fische und Meeresfrüchte auch heute für viele Menschen noch als etwas ganz Besonderes, sagt Markus Nolda. Es sind fast schon Prestigeprodukte, die bewusst und mit Bedacht genossen werden. Entsprechend hoch sind die Ansprüche an die Ware. Zum Glück seien viele Kunden aber auch bereit, für Qualität angemessene Preise zu zahlen. Wer glaubt, dass sei nur eines der üblichen Statements, mit denen Händler gerne ihre Kunden umschmeicheln, den belehrt schon ein kurzer Blick in die Theke des schmucken Verkaufsmobils von Borco-Höhns, das 2008 angeschafft wurde. Hinter der vier Meter langen Glasfront liegen selbst am etwas verkaufsschwächeren Mittwoch 50 bis 60 Produkte, davon nahezu die Hälfte Frischfisch. Appetitlich duftender Räucherfisch, fast alles aus dem eigenen Räucherofen, dazu acht bis zehn Dahlhoff-Feinkostsalate vom Matjessalat über Dillhappen bis zum „Göteborger“ sowie eine Auswahl delikater Marinaden. Matjeshering wird in den vier Sorten Kräuter, Nordisch, Rauch und Cuxhavener Art angeboten.

Das Frischfischsortiment springt besonders ins Auge. Bei der Thekengestaltung werden die Fische aus eigener Produktion separat vom Seefisch so angeordnet, dass ihre Frische und Qualität selbst weniger sachkundigen Besuchern sofort auffällt. Farbenfrohe Saiblinge, wohl geformte Karpfen im Kontrast zum schönen roten Fleisch der Lachsforellenfilets oder große Portionsforellen um 350 Gramm sind immer ein Hingucker. Daneben geht schon fast etwas unter, dass auch die Seefische und -filets eine ausgesucht hohe Qualität aufweisen. Loins vom Kabeljau und Seelachs, Steinbeisser-Bäckchen aus Island, fangfrische „Dorade royal“ aus Frankreich, Label rouge-Lachs aus Schottland, ein derartiges Frischfischangebot ist im mobilen Handel wirklich nicht alltäglich. „Wir beziehen viele Produkte direkt aus Frankreich“, verrät Markus Nolda. „Ein Großhändler vor Ort, der auch die Sternegastronomie beliefert, liefert sie auf Bestellung im Nachtsprung termingerecht zum Markttag an.“ Nicht nur Fische, sondern auch Terrinen und Meeresfrüchte, wie die Bouchots, das „Nonplusultra“ unter den Miesmuscheln, beweisen den hohen Anspruch.

Die Begeisterung des Verkaufsteams für exzellenten Fisch in Spitzenqualität wirkt offenbar ansteckend auf die Kundschaft. Im Jahresdurchschnitt besuchen wöchentlich rund 220 Fischkäufer den Stand, der Durchschnittsbon liegt bei knapp 20 Euro.

Markus Nolda schätzt, dass drei Viertel der Besucher zur Stammkundschaft zählen. „Viele machen an den Markttagen regelmäßig ihre Runde und schauen dabei auch bei uns vorbei.“ Mittlerweile kenne man viele Kunden mit Namen und wisse ziemlich genau, was sie besonders schätzen und häufig einkaufen. „Das gibt uns die Möglichkeit, solche Ware gezielt zu beschaffen und die Kunden persönlich vor den Markttagen telefonisch oder per E-Mail zu informieren“.

Mobiler Fischverkauf mit Leidenschaft und ganz viel Herzblut

Obwohl der Verkauf auf dem Wochenmarkt viel Arbeit erfordert und anspruchsvoll ist, stelle man sich dieser Aufgabe sehr gerne und „mit einem Lächeln im Gesicht“, versichert Markus Nolda. Die Nacht vorher ist kurz, denn gewöhnlich klingelt der Wecker spätestens um 4.00 Uhr. Der frische Fisch und das Eis müssen verladen werden, dazu kommen die halbstündige Fahrt nach Aschaffenburg und der Aufbau der Theke. Wenn die ersten Kunden gegen 7.00 Uhr vor der Theke stehen, darf den freundlichen Fischhändlern trotzdem niemand anmerken, dass sie bereits die erste Schicht an diesem Tag hinter sich haben. „Der Kunde steht für uns im Vordergrund. Wenn seine Wünsche machbar und realistisch sind, wird er deshalb von uns auch kein ‚Nein“ hören. Wir bemühen uns stets, die Ware bis zum nächsten Markttag zu beschaffen“. Für das sachkundige Verkaufsteam gehört auch Service, egal ob Schuppen, Filetieren oder Portionieren, zum Fischverkauf. „Was unter den beengten Verhältnissen im Verkaufsmobil machbar und hygienisch zulässig ist, erledigen wir sofort. In anderen Fällen ist es jedoch besser, wenn uns die Kunden vorab ihre Wünsche mitteilen, damit wir alles im Verarbeitungsbereich der Erlenfurter Forellenzuchtanlage vorbereiten können.“

Als erfahrene Fischzüchter sind die drei Verkäufer hinter der Theke natürlich bestens mit den Produkten aus ihren Anlagen vertraut. Um die Kunden ebenso fachkundig über Seefische und sonstige Seafooderzeugnisse beraten zu können, nutzen die Fischzüchter vor allem die Möglichkeiten moderner Medien und das Internet. „Für externe Fortbildungsmaßnahmen fehlt uns leider die Zeit, weil wir neben dem Verkauf ja auch noch die Fische in den Anlagen mit betreuen müssen“, bedauert Markus Nolda. ►

Das Frischfischsortiment springt besonders ins Auge, ein derartiges Angebot ist im mobilen Handel wirklich nicht alltäglich.

Bestes mobiles Fisch-Fachgeschäft

Peter Grimm (Bildmitte) und seine Schwester Monika Nolda (re.) führen die Jahrhunderte alte Tradition der Familie in der Fischerei und Fischzucht fort.

1-2 | Peter Grimm und Reinhard Nolda. In die Modernisierung des Verarbeitungsbereiches der Forellenzucht Hochspessart wurden in den letzten Jahren beträchtliche Summen investiert.

Im Stammbetrieb Erlenfurt wachsen die Fische heute unter optimalen Lebensbedingungen in Fließkanälen heran, die permanent mit Computertechnik überwacht werden.

Durch den engen Kontakt zu den Kunden, ob nun Gastronomen, Großhändler oder Endkunden, wisse man jedoch sehr genau, zu welchen Fragen ein erhöhter Informationsbedarf besteht und kümmere sich um deren Beantwortung. Hilfreich seien dabei auch konventionelle Weiterbildungsmöglichkeiten, etwa Besuche von Messen und Kochseminaren. „Uns ist durchaus bewusst, dass der persönliche Kontakt und das enge Vertrauensverhältnis zu unseren Kunden einer der Vorzüge gegenüber anderen Fischanbietern ist, die ihre Produkte sozusagen anonym in MAP-Schalen anbieten. Mit uns kann der Kunde über die angebotenen Fische reden, seine Fragen stellen und sich beraten lassen“. Im Gespräch mit den Kunden überzeugend zu sein, sei heute ebenso wichtig wie Frische und Qualität des Fischangebotes. „Wir müssen selber hinter den Produkten stehen. Wenn wir nicht restlos überzeugt sind, ist es besser, darauf zu verzichten“.

Zur Vertrauensbildung bei den Kunden tragen auch die zusätzlichen Informationen bei, die den Kunden am Stand geboten werden. Inhaltsstoffe und mögliche Allergene sind auf den Preisschildern ausgewiesen. Im Mobil hängt eine Liste der FAO-Fanggebietsnummern aus und wer mit Begriffen wie Ringwade oder Langleine auf dem Etikett wenig anfangen kann, dem wird anhand von Bildtafeln erklärt, wie diese Fanggeräte funktionieren. Das instruktive Material dafür haben die Noldas in ihrer Freizeit selber zusammengestellt und laminiert. Hin und wieder wird auch mal ein attraktiver Schaufisch in der Theke platziert, um Kunden anzulocken, Neugier zu wecken, Nachfragen und Gespräche zu provozieren. Besonders Kinder können kaum widerstehen, wenn ein großer Seeteufel im Eisbett prangt. Geduldig richtet Reinhard Nolda immer wieder die „Angel“ des Fisches auf, um zu erklären, wie das Ungetüm mit dem riesigen Maul seine Beute fängt. Zum krönenden Abschluss erhält jedes Kind noch eine Bouchotmuschel und etwas Salicorn-Meeresspargel, verbunden mit der Ermutigung, mutig reinzubeißen und zu probieren. Für die Fischzuchtfamilie ist das eine kleine Investition in die Zukunft, für die meisten Kinder vermutlich eine vollkommen neue Geschmackserfahrung jenseits der üblichen Süßigkeiten, die sie hoffentlich irgendwann zu Fischfans und potenziellen Kunden von Morgen macht. *mk*