



1|

KATEGORIE  
**BESTES STATIONÄRES  
FISCH-FACHGESCHÄFT**



Fisch Stuch, Bad Godesberg

# Frischfisch täglich direkt eingekauft und selbst verarbeitet

Mit seinen vier stationären Geschäften und zwei Verkaufsmobilen ist Fisch Stuch sicherlich einer der bekanntesten Fischfachhändler im Großraum Bonn. Bei ihm können die Kunden sich darauf verlassen, dass der Fisch in der Theke aus nachhaltigen Quellen stammt und maximale Frische aufweist. Sichtbarer Ausdruck dieser Qualitätsphilosophie ist das neue Fischgeschäft in der Gourmetmeile am Knaubemarkt in Bonn-Endenich, das beispielhaft umsetzt, wofür Stefan Stuch und seine Mitarbeiter stehen.

- 1| Gabriel Müller, Filialleiterin Knaubermarkt Maike Gerber, GF Timo Scholz, GF und Inhaber Stefan Stuch, Gesellschafter Marco Krauskopf, Tim Straßburger. Das neue Fachgeschäft am Bonner Knaubermarkt ist eine der ersten Adressen in Sachen Frischfisch.
- 2| Stefan Stuch. Zusätzlich zum Angebot in der Theke stellt die Knaubermarkt-Filiale einige Räucherwaren in einer Kühlvitrine aus, die in eine Seitenwand des Ladens eingelassen ist.
- 3| Kunden mit speziellen Produktwünschen können ihre Bestellungen an der Theke abgeben.



**D**er Knaubermarkt ist für anspruchsvolle Feinschmecker eine der ersten Adressen in Bonn, wenn es um gutes und genussvolles Essen geht. Wer hier Lebensmittel verkaufen will, muss sich bewerben und strenge Qualitätskriterien erfüllen. Das galt auch für Fisch Stuch, als der Neubau der Gourmetmeile mit vier Fachgeschäften ausgeschrieben wurde, obwohl er schon seit 2005 an diesem Standort in einem Kiosk sehr erfolgreich Fisch anbietet. Den Firmenchef Stefan Stuch erfüllt es schon mit gelindem Stolz, dass er den Zuschlag für das Fischgeschäft auf dem in ganz Bonn bekannten Markt bekam. Denn letztlich ist es auch eine Anerkennung für sein stetes Bemühen um Vielfalt, Qualität und Frische im Fischsortiment, das ihn seit der Gründung des Unternehmens im Jahr 1985 auszeichnet.

und Gemüse, zeichnen sich durch die gehobene Qualität ihres Sortimentes aus. Für Fisch Stuch ist der schmutzige Laden jetzt das „Flaggschiff“ des Unternehmens - und das nicht nur in Bezug auf den Umsatz.

### Ausbildung bei Fisch Stuch gilt als Qualitätsausweis

Fisch Stuch konzentriert sich mit seinem Fischhandel hauptsächlich auf den Großraum Bonn und nahe Umgebung. Ein überaus lukratives Gebiet mit hoher Kaufkraft, in dem annähernd 340.000 Menschen leben. Stuchs Fachgeschäfte sind alle individuell gestaltet, vom ältesten

Laden in Bonn-Plittersdorf, der seit Gründung des Unternehmens in dieser exklusiven Lage besteht, bis zum vielleicht architektonisch schönsten Fischgeschäft in Bad Honnef, das in ein komplett entkerntes Fachwerkhaus integriert wurde. Von den beiden Verkaufsmobilen tourt eines allwöchentlich über die Dörfer im Umland, das andere steht fest auf dem Markt in der Bonner Innenstadt. Alles in allem summiert sich die Fläche der Fischfachgeschäfte auf rund 435 Quadratmeter, die mit einem Stamm von 18 Mitarbeitern betrieben werden. Einige davon hat Stefan Stuch selbst ausgebildet, denn er ist einer der wenigen, vielleicht sogar der einzige Fischbetrieb in der Re- ▶

In das komplett neue Fischgeschäft sind das umfangreiche Wissen und die geballte Erfahrung mit eingeflossen, die Stefan Stuch und seine Mitarbeiter innerhalb von drei Jahrzehnten im Geschäft mit Fisch und Seafood gesammelt haben. Die Verkaufsfläche hat sich auf annähernd 100 Quadratmeter verdoppelt, die Theke bietet ein attraktives Sortiment, außerdem ist der Laden mit einer Imbissecke ausgestattet. Die Magnetwirkung von Stuchs Fischgeschäft wird noch zusätzlich durch die erlesene Nachbarschaft in der Gourmetmeile verstärkt, denn auch die anderen drei Läden, Käse, Fleisch und Wurst, Obst



## Bestes stationäres Fisch-Fachgeschäft



gion, der Azubis annimmt. „Für den eigenen Bedarf“, wie er ausdrücklich betont.

Trotz Übernahmegarantie sind von den acht Azubis, die bei Stuch zum Einzelhandelskaufmann ausgebildet wurden, leider nur noch vier im Betrieb beschäftigt. Die anderen wurden von Wettbewerbern abgeworben, denn Fischfachleute sind gesucht und die Ausbildung bei Fisch Stuch gilt als Qualitätsausweis. „Sie durchlaufen bei uns sämtliche Unternehmensbereiche vom Rohwareneinkauf über die Verarbeitung und Buchhaltung bis zum Verkauf“, erklärt Stefan Stuch. „Betreut und geschult werden die jungen Leute durch erfahrene Mitarbeiter mit Ausbilderkompetenz“. Das wohl beste Beispiel für den Erfolg der Ausbildung ist Timo Scholz, ehemals der erste Lehrling, der heute zusammen mit Stefan Stuch als Geschäftsführer das Unternehmen leitet.

### 450 Artikel, davon allein 90 im Frischfischbereich

Baulich weisen die Outlets zwar Unterschiede auf, doch das Produktsortiment ist überall sehr ähnlich. „Unser Angebot ist auf die Nachfrage der örtlichen Kundschaft abgestimmt, deshalb kann es aber in den Läden gewisse standortbedingte Unterschiede geben“, sagt Firmenchef Stuch. „Im dörflichen Umfeld bevorzugen die Kunden häufig Klassiker wie Seelachs und Rotbarsch, im städtischen Milieu findet nicht Alltägliches wie Rochenflügel, Seezungenfilets oder getauchte Kammuscheln aus Norwegen oft eher Käufer.“ Die Unterschiede betreffen aber nur die Auswahl und Zusammenstellung der Artikel und nicht deren Qualität: „In puncto Frische und Qualität machen wir keinerlei Kompromisse, egal wo der Kunde unsere Waren kauft.“ Das gilt natürlich auch für die reichhaltig gefüllte

Fischtheke im neuen Geschäft am Knaubermarkt. Sie bietet Frischfisch vom Rotbarsch über Seelachs, Schellfisch, Blauleng und Kabeljau bis zu Hering, Scholle und Seeteufel, dazu kommt ein erstaunlich reichhaltiges Sortiment an Süßwasserarten: Forelle, Karpfen, Hecht und Zander sowie kapitale Schleien. Wenn man alle Fischarten, Zuschnitte und Verarbeitungsformen berücksichtigt, umfasst das Produktsortiment von Fisch Stuch rund 450 Artikel, davon allein 90 im Frischfischbereich. Teils als ganzer Fisch, teils als Filet, Steak oder Loin, aber alles in exzellenter Qualität und Frische, die selbst für Laien mühelos erkennbar sind.

### Nachhaltigkeit ist Grundvoraussetzung beim Wareneinkauf

Jeden Morgen kauft Stefan Stuch den gewünschten Frischfisch direkt ein.



2|



3|

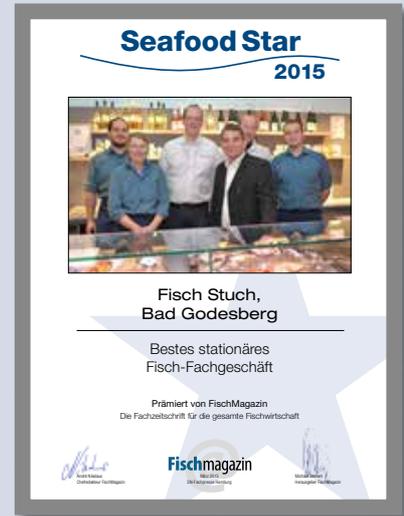


4|

- 1| Wie das Fischgeschäft zeichnen sich auch die benachbarten Läden in der Gourmetmeile durch die gehobene Qualität ihres Sortimentes aus.
- 2| Stefan Stuch kauft täglich Frischfisch und lässt die Ware sofort nach seinen Wünschen von Dienstleistern in Bremerhaven schneiden.
- 3| Die Ware ist in allen Stuch-Filialen einheitlich gemäß Etikettierungsgesetz gekennzeichnet, auf SDBF-Produkte werden die Kunden gesondert hingewiesen.
- 4| Ausgesucht große Doraden aus Wildfängen, die es im Fischhandel längst nicht überall gibt, zählen zu den Besonderheiten im Sortiment von Fisch Stuch.

„Vorzugsweise aus Norwegen, meist von kleinen Fischern, die Tagesfischerei betreiben und möglichst aus nachhaltiger Langleinenfischerei“. Für Frischfisch in dieser Premiumqualität hat Stuch schon vor Jahren, als noch nicht jeder mit dem Begriff Nachhaltigkeit etwas anzufangen wusste, die Eigenmarke SDBF kreiert, was für „Sustainable Day Boat Fishing“ steht. „Wir haben unsere Nachhaltigkeitsmarke installiert, als es noch keine Alternativen wie MSC für den

Fachhandel gab“, erklärt Stefan Stuch. „Die Fänge der handwerklichen Tagesfischerei erfüllten unsere Anforderungen hinsichtlich Qualität und Nachhaltigkeit am besten und darum bemühen wir uns, einen großen Anteil unseres Frischfischsortiments mit SDBF-Ware abzudecken“. Vielen Kunden ist die Marke inzwischen ein Begriff und sie fragen gezielt danach. Stefan Stuch kauft besonders gern auf der Auktion in Bremerhaven ein, wo sein Unternehmen als einziges ▶



## Fisch Stuch in Kürze



Fisch Stuch GmbH & Co. KG  
Plittersdorfer Straße 204  
53173 Bonn  
Tel.: 0228 3683531  
Fax: 0228 2683530  
[www.fischgeschaeft-stuch.de](http://www.fischgeschaeft-stuch.de)  
[info@fischgeschaeft-stuch.de](mailto:info@fischgeschaeft-stuch.de)

**Charakteristik:** Fischfachhandel  
mit sechs Filialen

**Eröffnet:** 1985

**Geschäftsführer:** Stefan Stuch

**Verkaufsfläche:**

ca. 100 m<sup>2</sup> (Filiale Knaubermarkt),  
435 m<sup>2</sup> alle Filialen

**Gesamtfläche der Frischfischauslage:**  
38 m<sup>2</sup> (alle Filialen)

**Mitarbeiter (auf Basis VZK):** 18

**Gesamtzahl der Thekenprodukte:**  
rund 450 (davon frisch: ca. 90)

**Struktur:** Frischfisch, Räucherprodukte,  
Feinkost, Marinaden, Convenience

**Spezialitäten:** Regionale und saisonale  
Produkte, Fischbrötchen, Räucherforellen

## Bestes stationäres Fisch-Fachgeschäft



binnenländisches Fachgeschäft als Direktkäufer registriert ist. Obwohl die Bedeutung dieser Auktion zurückgeht, schätzt Stefan Stuch die geballte Fischkompetenz in Bremerhaven sehr hoch. „Wir kaufen täglich nach Marktlage, Angebot, Qualität und Frische ein und können das breite Leistungs- und Serviceangebot vor Ort nutzen.“ Stuch lässt den gekauften Frischfisch in Bremerhaven sofort von Dienstleistern nach seinen Wünschen schneiden. „Der Fisch, den wir morgens kaufen, ist schon am frühen Nachmittag fertig verarbeitet und wird danach im Nachtsprung nach Bonn befördert, wo er am nächsten Tag bei uns in den Theken liegt“.

Beim Frischfischeinkauf vertraut Stuch einem Stamm von sechs ständigen Lieferanten. „Wir bevorzugen ganze Fische, weil wir so die Frische und Qualität der Ware besser kontrollieren können und größere Flexibilität bei der Verarbeitung haben“. Am Beispiel des Rotbarsches erläutert der Firmenchef, was Flexibilität bei

der Verarbeitung in der Praxis bedeutet. „Früher wurde Rotbarsch fast ausnahmslos zu enthäuteten Filets und Loins geschnitten, heute liegt der Anteil nur noch bei 80 Prozent. Der Rest entfällt auf Filets mit geschuppeter Haut - dieses Produkt wird immer beliebter - und sogenannte „Solitäre“, das sind besonders attraktive und sehenswerte Tiere, die wir als Schauffische in den Theken einsetzen“.

### Punktesystem als Leistungsprofil der Lieferanten

Der Aufwand des täglichen Direkt-einkaufes ist hoch, zahlt sich aber für Stuch und die Kunden aus. Das Unternehmen erspart sich mindestens eine Handelsebene bei der Warenbeschaffung und die Kunden erhalten Fisch in Spitzenqualität, der auf kürzestem Wege vom Ursprung in die Theke gelangt. Morgens gegen 8.00 Uhr sei der Einkauf meist schon erledigt, merkt Stefan Stuch an. Während er danach sofort die Verarbeitung bei den

Dienstleistern in Auftrag gibt, kalkuliert Timo Scholz die Tagespreise der jeweiligen Produkte. Beide sind ein eingespieltes Team: „Bereits um die Mittagszeit erfahren die Filialen, welche Artikel am nächsten Tag bei ihnen in der Theke liegen - einschließlich der dazugehörigen Qualitätspunkte“. Fisch Stuch bewertet alle Fischlieferungen nach einem Punktesystem, dem mehrere Kriterien zugrunde liegen. Vor allem Qualität, Sauberkeit und Frische der Produkte, die Vereisung und der Gesamteindruck der Ware. Eine 10 wäre der Spitzenwert, die 1 ist am geringsten. Wenn der Zustand der Ware beim Kauf unbekannt ist, gibt's ein Fragezeichen. Diese Daten werden gespeichert und summieren sich im Laufe der Zeit zu Leistungsprofilen jedes einzelnen Lieferanten.

Mit großem Engagement und viel Liebe zum Fisch gelingt es Stefan Stuch seit Jahren, die 38 laufenden Meter Frischfischtheken in seinen Filialen jeden Tag aufs Neue mit Produkten in

- 1| Die qualifizierten Mitarbeiter in den Stuch-Filialen überzeugen die Kunden durch freundlichen Service und solide fachliche Beratung.
- 2| Räucherlachs und einige andere Räuchererzeugnisse stellt Fisch Stuch selber her, der Rest wird von renommierten Herstellern zugekauft.
- 3| Ungefähr die Hälfte der mehr als 30 Fischfeinkost-Produkte und Marinaden sind entweder komplett selbst hergestellt oder werden im Betrieb noch etwas aufgepeppt.

hoher Qualität zu füllen. Rechnet man noch die Theken für Räucherfisch, Feinkost und Marinaden hinzu, sind es sogar 58 Meter. Trotz des zeitlichen und finanziellen Aufwandes, den der tägliche Direkteinkauf erfordert, zahlt sich das rigorose Qualitätskonzept für Fisch Stuch aus: „Unser Frischfisch ist in der Beschaffung zwar etwas teurer, aber mittlerweile zu unserem Markenzeichen, vielleicht sogar Alleinstellungsmerkmal in der Region geworden. Für viele Kunden ist das ein zusätzliches Motiv, Fisch bei uns zu kaufen“.

### Frischfisch, Räucherprodukte, Fischfeinkost und ein Imbissbereich

Wie in allen Stuch-Filialen wird auch die Theke im Laden am Knaubermarkt nach gründlicher Einweisung und Schulung von den Mitarbeitern in eigener Verantwortung gestaltet. Neben den unverzichtbaren Klassikern im deutschen Fischhandel wie Lachs, Seelachs, Rotbarsch und Kabeljau liegen auch nicht alltägliche Arten wie Blauleng, Steinbutt und große Doraden aus Wildfängen im Eisbett. Regional erzeugte Süßwasserarten wie Forellen, Lachsforellen, Saiblinge, Zander, Hechte und Schleien stammen teilweise von einem Betrieb im Bergischen Land, teils aber auch aus Stuchs eigene Fischerei, die nicht nur Teiche und Hälterbecken, sondern auch eine Quelle und einen Bachlauf besitzt. Je nach Verfügbarkeit gehört gut ein Dutzend regionaler und saisonaler Spezialitäten zum Sortiment. „Wenn die Fischerei es zulässt, bieten

wir hin und wieder sogar Renken aus dem Laacher See an“.

Feste Termine im Jahresablauf sind Events wie die Skreisaison zum Winterausklang, Schollen im Mai, das Eintreffen der neuen Matjes oder der Muscheln im Herbst, die sich gerade im Rheinland enormer Beliebtheit erfreuen. Exoten und andere Schau-fische liegen fast täglich als „Stars der Theke“ im Eis. Wie lange, hängt vor allem von ihrem Zustand beim Eingang der Ware ab. „Natürlich zerlegen und verwerten wir auch diese Fische so rechtzeitig, dass sie noch in bester Qualität verkauft werden können“. Das Biosegment in der Theke ist relativ überschaubar und umfasst hauptsächlich Doraden, Forellen, Saiblinge und Lachse. Bioprodukte, die es bekanntlich nur aus Aquakultur gibt, haben es nicht leicht, sich neben den Wildfängen in bester Frische und Qualität angemessen zu behaupten.

### Hoher Anteil von im Haus veredelter Artikel

Auch in anderen Sortimentsbereichen bemüht sich Stefan Stuch, die Prozesse selber in der Hand zu behalten und nach seinen Vorstellungen zu gestalten. Wohl deshalb stammen viele Produkte in den Theken aus eigener Herstellung. Das Convenienceangebot variiert je nach Saison und umfasst unter anderem Fischpfannen, Fischterrinen und Grillprodukte, die in allerlei Geschmacksrichtungen mariniert werden. Neben den üblichen Tomaten- und Knobi-Varianten gibt es Bärlauch-, grüne Pesto- und fruchtige Hawaii-style-Marinaden. Ungefähr die



Hälfte der mehr als 30 Fischfeinkost-Produkte und Marinaden sind entweder komplett selbst hergestellt oder im Betrieb „aufgepeppt“. „Wir mischen manchmal bei Shrimpsalaten noch zusätzlich Garnelen unter, wenn der Anteil bei gekaufter Ware zu gering erscheint“. Renner im Feinkostsortiment ist der Rheinische Heringssalat mit Rote Bete, Bismarckhering und Matjes. Auch der Flensburger Fischtopf mit Meeresfrüchten, welcher Nordseekrabben, zwei Heringsvarianten und Staudensellerie in einer Dill-Sahne-Sauce enthält, ist sehr gefragt. Am Jahresende warten viele Stammkunden schon sehnsüchtig auf den Festtagsheringssalat mit gekochtem Tafelspitz, gehackten Haselnüssen und Meerrettich, der nur zur Weihnachtszeit angeboten wird.

### Räucherlachs aus eigener Produktion

Diese und zahlreiche andere Fischdelikatessen werden in der 120 Quadratmeter großen Produktionsabteilung ►

## Bestes stationäres Fisch-Fachgeschäft

hergestellt, die im Jahresdurchschnitt drei Mitarbeiter beschäftigt. Sie mischen Salate und legen Heringe ein, fertigen Fischpasteten und Fischbratlinge, bereiten Sushi und Sashimi vor, räuchern ausgewählte Fischspezialitäten und köcheln Fischfonds aus den Karkassen, die bei der Filetierung anfallen. „Manche Produkte, darunter sämtliche Räucherlachszeugnisse, stellen wir ausnahmslos selbst her“, versichert Stefan Stuch. „Und zwar mit traditionellen Methoden, denn wir räuchern die Lachse hängend als ganze Fische im gemauerten Steinofen“. Die aufwendige Prozedur dauert rund eine

wird. „Wir verzichten auf Fritteusen. Der Kunde kann aber ein Filet oder Fischsteak aus der Theke auswählen, das ihm dann auf dem Grill zubereitet wird“. Auch leckere Fischbrötchen und „Fischbratlinge“, wie Fischfrikadellen bei Stuch genannt werden, gehören zum Standardsortiment der Imbissecken, die im Laden am Knaubermarkt 12 Sitz- und ebenso viele Stehplätze aufweist. „Bestseller“ unter den hausgemachten Spezialitäten ist eine sättigende Fischsuppe, die aus selbst konzentrierten Fischfonds hergestellt wird und reichlich Filetfleisch enthält. „Wöchentlich verkaufen wir von dieser

ein, sondern verlangt für seine Qualitätsprodukte angemessene Preise, die täglich auf Basis des jeweiligen Wareneinkaufes angepasst und „justiert“ werden. Somit werden Preisvorteile beim Einkauf an die Kunden weitergegeben. Er unterbreite den Kunden keine Sonderangebote, erklärt Stefan Stuch, gebe jedoch Tagesempfehlungen, die sich nach den jeweiligen Fangsituationen und Anlandungen richten.

Die Kundenbindung wird natürlich noch von anderen Faktoren beeinflusst. Besonders wichtig sind dabei Service und fachliche Beratung. Bei den qualifizierten Mitarbeitern in den Stuch-Filialen sind die Kunden diesbezüglich sehr gut aufgehoben. Sie portionieren und entgräten Fischfilets und bieten einen Party- und Plattenservice, der voll auf die Wünsche der Kunden ausgerichtet ist. Wer sich daheim selber einen Fischfond herstellen will, kann auch kostenlos hochwertige Karkassen mitnehmen.

Die „Nacht der Piraten“, die Fisch Stuch schon seit 2005 organisiert, hat mittlerweile im rheinischen Karneval einen festen Platz. Mit 2.500 Besuchern war die Veranstaltung im März 2014 komplett ausverkauft. Finanziell lohnt sich das närrische Fest für Stuch zwar kaum, weil 13 Euro Eintritt für Kulturprogramm, Tombola und Fischbuffet gerade kostendeckend sind, doch als Werbemaßnahme und um die „Sympathiewerte“ des Unternehmens zu steigern, ist die Piratennacht gar nicht hoch genug einzuschätzen. Stefan Stuch dreht aber nicht nur solch „große Räder“, sondern hat auch ein Herz für Kinder, also die Fischkäufer von morgen. In den Sommerferien organisiert er eine kostenlose Freizeit in der Fischerei, in der die Kinder lernen, eine Angel zu bauen, Fische zu fangen, auszunehmen und zu grillen. 2014 nahmen an den vier Veranstaltungen 60 Kinder teil. Genauso erfolgreich ist der Küchenkurs „Fischstäbchen selbst gemacht“, in dem die Kinder erfahren, wie einfach es ist, den beliebten Fischklassiker aus See-lachs selber zuzubereiten. *mk*



Zum Leistungsangebot der Fischtheke gehört das „vollständige Entgräten“ der Filets, die auf Wunsch des Kunden auch gleich portionsgerecht zerteilt werden.

Woche, denn der Lachs liegt zunächst drei Tage in Beize, bevor er danach vier weitere Tage im milden Kaltrauch hängt. Durch die Behandlung wird dem Fisch reichlich Wasser entzogen, was den Räucherlachs fester im Fleisch macht, ohne dass er seinen zarten Biss verliert. Auch Weißer Heilbutt und Aal, der zunehmend an Bedeutung verliert, werden selbst geräuchert. Andere Räucherzeugnisse wie Makrele, Bückling, Schwarzer Heilbutt, Lachsforellen und Forellen bezieht das Unternehmen von renommierten Herstellern.

### Imbissangebot ohne Fritteuse

Alle Stuch-Geschäfte offerieren ihren Kunden zudem ein kleines Imbissangebot, das sehr gut angenommen

Suppe, die auch gerne für zuhause mitgenommen wird, zwischen 800 und 1.200 Portionen“.

### Kundenbindung ohne Discountpreise und Lockangebote

Der anhaltende Erfolg des Vermarktungskonzeptes von Fisch Stuch beweist, dass man auch ohne Discountpreise und Lockangebote bestimmte Kundengruppen gewinnen und binden kann, wenn der Fisch tagtäglich durch Frische, Qualität und nachhaltige Herkunft überzeugt. Trotz eines harten Wettbewerbs, denn im Großraum Bonn gibt es mehrere Fischfachhändler und Supermärkte mit gut geführten Fischtheken. Stuch lässt sich nicht auf einen vielleicht ruinösen Preiskampf