



Die Fisch-Schule bietet diverse Dienstleistungen rund um den Fisch

Mehr als nur Warenkunde

Die Fisch-Schule aus Bochum ist vor gut zweieinhalb Jahren angetreten, um Fach- und Großhandel, Gastronomie und andere Interessierte aus der Branche mit Seminaren und Schulungen spezielles Fisch-Know-how zu vermitteln. Mittlerweile ist das Tätigkeitsfeld beträchtlich ausgebaut worden, angeboten werden diverse Dienstleistungen rund um den Fisch.

Der Fachhandel legt keinen Wert auf Fortbildung, wobei der mobile Bereich immerhin noch mehr Interesse zeigt als die stationären Händler". Mit diesem Fazit bringt Arnd Huber seine Erfahrungen der vergangenen knapp drei Jahre auf den Punkt. Zusammen mit seiner Partnerin Melanie Brandmühl bietet der gelernte Fischkaufmann eine ganze Palette verschiedener Schulungsmaßnahmen und Seminarthemen rund um das Thema Fisch an. Wichtigste Zielgruppe ist dabei der Fachhandel, obwohl das Angebot in den vergangenen zwei Jahren so wenig angenommen wurde, dass man überlegt, die Schulungen für den Einzelhandel deutlich zurückzufahren. Ausnahmen werden zum Beispiel die Grill-Seminare sein, die auf großes Interesse ge-

stoßen sind und den Teilnehmern zum Teil ein nachhaltiges Zusatzgeschäft gebracht haben, was sich aus dem Feedback der Kursbesucher entnehmen lässt. Bewährt haben sich auch Crashkurse für Anfänger und Fortgeschrittene. Sie gehen über mehrere Tage und finden in Bremerhaven statt. Am Ende des Kurses muss jeder Teilnehmer einen

Abschlusstest schreiben. Beim Crashkurs für Fortgeschrittene sollen die Teilnehmer in die Lage versetzt werden, ein Geschäft/Filiale selbstständig zu führen.

Schwerpunkt der Aktivitäten verschiebt sich

Anstatt der Seminare wird



Die Fisch-Schule bietet einen Werbedamenservice zur Promotion von Fischprodukten an. Derzeit kann man die Metropolen Berlin und Hamburg sowie Nordrhein-Westfalen, Niedersachsen und Schleswig-Holstein abdecken.

Die Veranstaltungen vom Matjes-Kochstudio werden teilweise vom niederländischen Fischbüro gesponsort und sind als generische Werbung für das Produkt Matjes angelegt.

sich die Fisch-Schule ganz auf die zahlreichen anderen Aktivitäten und Geschäftsideen konzentrieren, die sich in der Vergangenheit neben den Seminaren ergeben haben:

- Firmeninterne Seminare
- Matjes Kochstudio
- Seafood Stammtisch
- Werbedamenservice
- Online-Shop
- Internet-Forum
- Studienreisen
- Einkaufsgemeinschaft 'Seafood Trade'

Individuelle Schulung

Auch wenn das Seminarprogramm bei der breiten Mehrheit nicht auf Interesse stößt, gibt es einige Ladenbetreiber, die den Nutzen der Fortbildung erkannt haben und mit der Fisch-Schule eine individuelle Schulung in den eigenen Räumen vereinbaren. „In firmeninternen Seminaren kann vor Ort auf die speziellen Gegebenheiten eingegangen werden, was die Umsetzung des Gelernten erleichtert und das Ergebnis der Beratung verbessert“, erläutert Melanie Brandmühl den Vorteil dieser Schulungsvariante. Es entsteht eine 3er Konstellation zwischen Lieferant, Händler und Schule. Zielgruppe für diese Art von Fortbildung ist nicht nur der interessierte Fachhandel, sondern auch der Großhandel, der die Seminarzeit tageweise einkauft und dann als Serviceleistung an seine Kunden weitergibt. Im vergangenen Jahr hat es solche Kooperationen bereits gegeben.

Generische Werbung für den Matjes

Die Aktivitäten des Matjes-Kochstudios sollen deutlich ausgebaut werden. Die Kochveranstaltungen werden teilweise vom niederländischen Fischbüro gesponsort und

Schulung

sind als generische Werbung für das Produkt Matjes angelegt. Sie sollen Verbrauchern Rezepte und Tipps rund um das Thema vermitteln. 2002 wurden etwa zehn Veranstaltungen bestritten, darunter auf der Fischmesse in Bremen, während der Tour de Matjes, in Supermärkten und C&C-Märkten, auf der Duisburger Fisch-Party mit 30.000 Besuchern oder auf der Hausmesse „Food-Circus“ vom Servicebund, einer der führenden Einkaufsgemeinschaften von Betrieben der Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung. Schon heute sind für dieses Jahr zahlreiche Anfragen eingegangen und die ersten Termine abgestimmt. Erklärtes Ziel ist es, die breite Bevölkerung auf interessante Art mit Informationen und Rezepten zu versorgen. Aus diesem Grund sollen möglichst viele Auftritte im Rahmen der 20. Tour de Matjes durchgeführt werden. Außerdem sind eine Reihe von Terminen mit Print- und Funkmedien geplant, die ihre Leser darüber informieren sollen, dass es rund um das Thema Matjes künftig einen zentralen Ansprechpartner in Deutschland gibt. Auch der Handel kann das Matjes-Kochstudio buchen, wobei diese Aktivitäten jedoch nicht mehr gesponsort werden.

Erfahrungsaustausch beim Stammtisch

Auch die Idee des Seafood-Stammtisch scheint sich durchzusetzen. Ins Leben gerufen wurde diese Veranstaltung während der Fischmesse 2002 in Bremen; mittlerweile wurde bereits das dritte Treffen organisiert. Alle drei Monate treffen sich Vertreter der Fischwirtschaft, um sich zu informieren, Erfahrungen auszutauschen und gemeinsam an einer Verbesserung der eigenen Geschäftspraxis zu arbeiten. Beim letzten Treffen in Hamburg fanden sich bereits über 30 Teilnehmer aus allen Bereichen der Branche ein, wobei die mobilen Händler mittlerweile das größte Inter-



Die Fisch-Schule bietet auch eine Palette von Artikeln rund um die Ladenausstattung an. Von Austermessern über Bücher und Berufskleidung bis zu Thekenshalen und Langblechen sind bereits mehr als 200 verschiedene Produkte verfügbar.

esse am Stammtisch zeigen. Für das nächste Treffen erwarten die Organisatoren knapp 50 Zusagen. Es wird daran gedacht, in Zukunft eine geringe Teilnahmegebühr für die Organisation zu erheben. Als Gegenleistung sollen die regelmäßigen Teilnehmer des Stammtischs Zugang zu dem Internet-Portal der Fisch-Schule bekommen. Die Teilnehmer haben auch die Möglichkeit einen separaten Bereich des Seafood-Forum zu nutzen und sich dort untereinander auszutauschen.

Kompetente Promotion von Fischprodukten

Im letzten Jahr hat die Fisch-Schule erstmalig einen 'Werbedamenservice' angeboten. „Wenn man die durchschnittlichen Werbedamen in den Supermärkten betrachtet, dann wird schnell deutlich, dass sie häufig lustlos agieren und meistens keine Ahnung von den beworbenen Produkten haben“, analysiert Arnd Huber die Situation. Eine solche Einstellung kann eher kontraproduktiv sein, gerade bei so

empfindlichen Lebensmitteln wie Fischprodukten. Bei den Damen aus dem eigenen Haus soll das anders sein, denn sie werden vor ihrem Einsatz in den Räumlichkeiten der Fisch-Schule intensiv mit dem Produkt vertraut gemacht. So hat man im vergangenen Jahr zum Beispiel mehr als 20 Einsätze für 'Führer Muscheln' durchgeführt. Im laufenden Jahr wird das Einsatzfeld auch auf Matjes ausgedehnt, da die Kompetenz für dieses Produkt bereits durch das Matjes-Kochstudio vorhanden ist. Generell ist man jedoch für alle Artikel offen: „Durch unser Know-how können wir jedes Fischprodukt kompetent promoten“, betont Melanie Brandmühl. Derzeit arbeitet man mit fünf ausgesuchten Werbedamen zusammen und kann die Metropolen Berlin und Hamburg sowie Nordrhein-Westfalen, Niedersachsen und Schleswig-Holstein abdecken.

Online-Shop

Unter der Internetadresse www.fisch-web.de bieten die Bochumer auch eine Palette von Artikeln rund um die Ladenausstattung an. Von Austermessern über Bücher und Berufskleidung bis zu Thekenshalen und Langblechen sind bereits mehr als 200 verschiedene Produkte im Online-Shop verfügbar und es werden kontinuierlich mehr. Dazu kommt eine Palette an Promotionalmaterial, zum Beispiel von der Sopexa. Verkaufstheken, Küchengeräte, Räucheröfen, Kühlräume oder Verarbeitungsmaschinen gehören nicht zum Programm, können aber auf Wunsch vermittelt werden. „Wenn jemand seinen Laden einrichtet, können wir aus einer Hand den größten Teil der Ausstattung liefern, die für einen reibungslosen Ladenbetrieb unablässig ist“, beschreibt Huber das Konzept.

Internet-Forum / Studienreisen / Einkaufsgemeinschaft 'Seafood-Trade'

Neben den beschriebenen

Fisch-Schule - Telegramm

Fisch-Schule
Maltesserstraße 43
44787 Bochum
Tel.: 0234-68 70 49 67
Fax: 0234-68 70 49 77
E-Mail: www.fisch-web.de
www.matjeskochstudio.de
www.seafood-stammtisch.de
www.seafood-forum.de
www.seafood-trade.de

Charakteristik:
Anbieter von Schulungs- und Promotionsveranstaltungen rund um den Fisch

Geschäftsführer:
Melanie Brandmühl,
Arnd Huber

Gegründet:
April 2000