Ein großer Fisch im Geschäft

Das Produktionsgelände in Bre-merhaven ist inzwischen auf 600

und es sollen noch mehr werder

Fisch. Meeresfrüchte und Norddeutschland – das gehört einfach zusammen. Fischerei und Delikatessen sind ein weltweit stark bedienter und umkämpfter Markt. Da ist der Aufstieg für ein regionales, junges Unternehmen steinig. Die Feinkost Siegel GmbH aus Bremerhaven hat es dennoch geschafft und ist inzwischen bei Kunden in ganz Europa bekannt.

Als die Bremerhavenerin Erika Siegel 2011 ihr erstes Fisch- und Delikatessengeschäft zusammen mit ihrem Ehemann eröffnete, hätte sie sich selbst nicht träumen lassen knapp fünf Jahre später in Großproduktion einen siebenstelligen Umsatz zu machen. "Im November haben wir eine Million Euro Umsatz erreicht. Feinkostsalate, Marinaden und Bratmarinaden sind unsere Vorreiter. Ab März 2016 wollen wir im Bereich der Matjeserzeugnisse noch stärker werden." Ein echter Meilenstein für die heute 56-jährige Unternehmerin und ehemalige Mitarbeiterin im Qualitätsmanagement in der Lebensmittelbranche, die schon seit ihrer Kindheit mit Fisch und Meeresprodukten zu tun hat. "Mein Bezug zum Fisch stammt aus meiner Heimat Litauen. Wir wohnten an der Ostsee, die Angelrute war seit meinem fünften Lebensiahr mein liebstes Spielzeug. Als Kind lernte ich den richtigen Umgang mit den Fischen: entschuppen, ausnehmen,

UNTERNEHMEN IM AUFWIND

Seit der Gründung als Fisch- und Feinkostgeschäft mit 160 Quadrat-meter Fläche befindet sich die Feinkost Siegel GmbH in einem stetigen Wachstum – auch räumlich betrachtet. "Derzeit produzieren wir bereits auf mehr als 600 Quadratmetern in drei Hallen und überlegen, ob wir aufgrund der wachsenden Auftrags-lage nicht noch eine vierte Halle hinzunehmen sollten", sagt Siegel. In der Tat ist die Nachfrage groß – sei es im Privat- oder Geschäftskundensektor. "Uns erreichen täglich neue Anfragen und Bestellungen aus unterschiedlichen Ländern und aus unterschiedlichen Landern und Regionen. Auch unsere Produkti-onsmengen sind seit Beginn stark angestiegen." Wie stark das tägliche Produktions- und Umsatzvolumen



Belladonna e.V., bekam für ihren unternehmerischen Erfolg erst kürzlich den

gelegt hat, zeigen die Zahlen, die die Gründerin und Geschäftsführerin anführt: "Die Firma wurde im Feantunt: "Die Firma wurde im Fe-bruar 2011 gegründet, unsere Pro-duktion begann zwei Monate später. Damals waren das Produktionsmen-gen von circa zehn Kilogramm pro Artikel, bei insgesamt zehn Produk-ten. Nach dem ersten halben Jahr wurden die Mengen etwas größer, mit etwa 20 bis 30 Kilogramm pro Artikel. Mittlerweile produzieren wir geschätzt mindestens 500 Kilo-gramm Salate am Tag."

MUNDPROPAGANDA STATT MARKETINGRESSORT

Inzwischen kommen die Kunden nicht mehr nur aus der norddeutschen Region und aus der Bundes-republik, sondern auch aus anderen Teilen Europas. Dies ist insofern beachtlich, als das Feinkostunter-nehmen Siegel zufolge keine gesonderten Public-Relations-Kampagnen verfolgt, sondern der Erfolg

weitgehend auf "Mundpropaganda" beruht. "Wir bieten einfach einen freundlichen, zuverlässigen Service und gute Produkte. Wir ha-ben uns bezüglich des Marketings ehrlich gesagt keine großen Gedanken gemacht. Wir waren sehr froh, jeden Kunden bei uns begrüßen zu dürfen, ob gewerblich oder privat, allein durch Mundpropaganda ha-ben wir diesen Erfolg erreicht." Von der Zusammenarbeit mit gro-ßen Konzernen distanziert sich der Delikatessenhersteller aber bislang – auch zugunsten der eigenen Un-abhängigkeit auf dem Markt und der selbstständigen Qualitätssicherung.

ALLES, WAS FISCHFREUNDE MÖGEN

Bei Feinkost Siegel gibt es, wenn nicht alles, doch zumindest vieles, was Feinschmecker an frischen, ge-räucherten oder eingelegten Spezialitäten aus dem Meer gerne essen. Im Produktportfolio sind vor allem

Auswahl, aus der Kunden probieren und bestellen können. Jeden Frei-tag haben Kunden die Möglichkeit, einige der neuen und vorhandener Kreationen zu verkosten. Das wird sehr gerne angenommen, dadurch sind unsere Verkaufszahlen stark angestiegen." Vor allem die oft gekauften und beliebten Matiesvarierweitern. EIN GEGLÜCKTES EXPERIMENT Was neben dem stetigen Unterneh-menswachstum und dem Erfolg rein

Salate mit Fisch- und Meeresfrucht-

anteilen, Matjesspezialitäten, Ma-rinaden, gefrorene Gerichte und

Saucen vertreten. "Wir haben mit bisher über 60 Produkten eine breite

SIEGE

durch direkten Kundenkontakt und Mundpropaganda auffällt, ist auch die Unternehmensorganisation. Es handelt sich bei dem Feinkosther-steller nämlich um einen Arbeitgeber mit einer sehr unvoreingenom-menen Rekrutierungsphilosophie. Nicht die Arbeitnehmer müssen alle Voraussetzungen für den Job erfül-len, sondern die Position wird ihren Neigungen und Talenten entsprechend eingeräumt und angepasst. "Unsere Mitarbeiter sind alle weiblich. Ich habe die Mitarbeiterinnen nicht nach bestimmten Kriterien ausgesucht, für mich war auch vieles Neuland. Ich habe ein Experiment gestartet mit Mitarbeiterinnen, die noch nie etwas mit der Lebensmittelverarbeitung zu tun hatten. Einige von ihnen haben nie eine Chance gehabt, eine feste Anstellung zu be-kommen: Hausfrauen, Frauen mit Kindern, zu klein mit 1,48 Metern Körpergröße. Ich habe für jede von ihnen einen Arbeitsplatz geschaffen. wo sie gut arbeiten können." Ihr Unternehmen solle vor allem bisher vom Arbeitsmarkt benachteiligten Frauen eine Perspektive bieten, begründet Siegel diese Praxis in der Personalauswahl. Derzeit arbeiten acht Festangestellte und zwei Aushilfskräfte in den Produktionsstätten des Unternehmens – eine oder zwei Angestellte sollen demnächst

MIT GRÜNDERINNENPREIS AUSGEZEICHNET

isch, so weit das Auge reicht; fü Erika Siegel von Kindheit an eine ganz persönliche Leidenschaft

Kontakt zu Kunden und Lieferanten halten, Vertrauen durch Pro-duktqualität schaffen und laufend für ein gutes Betriebsklima sorgen, das sind nur wenige der zahlreichen Aufgaben, denen Erika Siegel und ihre Mitarbeiterinnen täglich nach-gehen. Für das Gesamtkonzept und das stabile Umsatzwachstum wur-de die Gründerin und Geschäftsführerin, die nach eigenen Anga-ben auf Unternehmenswerte wie Geduld, Fleiß und Bescheidenheit baut, kürzlich mit dem Gründerin-nenpreis des Vereins Belladonna e.V. ausgezeichnet (Weser-Wirtschaft berichtete). Ein Ereignis, das weitere Kunden anlockte: "Durch den Belladonna-Gründerinnenpreis ist unser Bekanntheitsgrad in Endverbrau cherkreisen stark gestiegen. Da wir nicht direkt im Schaufenster Fische-reihafen angesiedelt sind, wurden wir für viele Kunden absolutes Neuland. Nach den vielen Presseartikeln kommen die Kunden mit der Zeitung in der Hand zu uns und fragen, ob sie hier einkaufen dürfen."

FEINKOST SIEGEL GMBH

- Die Feinkost Siegel GmbH ist ein regiona ler Hersteller von Fischspezialitäten und Feinkost mit Sitz in Bremerhaven.
- Das Unternehmen wurde 2011 von der Le-
- nsmittelexpertin Erika Siegel gegründet. Im November 2015 wurde erstmals rund 1 Million Euro Umsatz erzielt.
- Es handelt sich um ein weiblich geführtes
- und besetztes Unternehmen. Siegel Feinkost GmbH produziert für regionale und europäische Kunden auf

FIRMENKONTAKT

600 Quadratmetern Fläche

Am Lunedeich 76



E-Mail: info@feinkost-siegel.de Internet: www.feinkost-siegel.de



