



KATEGORIE
BESTES FISCHKONZEPT
AM TOURISTENORT
★

Fisch Wöbke, Travemünde

„Wir sind das kleine, besondere Fischfachgeschäft an der Ostsee“

Der Umsatz spricht für sich: Was Petra und Mike Wöbke in ihrem nur 18 Quadratmeter kleinen Fischgeschäft im Ostseebad Travemünde umsetzen, ist beachtlich. Dabei wird kaum Frischfisch gehandelt: der Fokus liegt auf Spezialitäten aus der Familienräucherei, frisch produzierten Salaten und Marinaden. Kaum ein Passant geht achtlos am Schaufenster vorbei, häufig stehen die Kunden Schlange.

Erinnern Sie sich, als Aldi vor 20 Jahren in seinen Filialen erstmals Computer anbot? Ähnliche Warteschlangen bilden sich insbesondere zur Sommersaison vor dem kleinen Fachgeschäft Fisch Wöbke in der Kurgartenstraße in Lübeck-Travemünde. FischMagazin besuchte das Geschäft von Petra und Mike Wöbke an einem verregneten Freitagmittag Mitte Oktober und dennoch: der gerade 18 Quadratmeter große Laden war nahezu durchgehend voll. Dabei ist das schleswig-holsteinische Ostseebad Travemünde hier, eine Viertelstunde vom Strand und zehn Minuten vom Hafen entfernt, nur noch B-Lage. Doch der Umsatz des kleinen Geschäfts bewegte sich im vergangenen Jahr auf die Millionenschwelle zu. „Wir haben kein Fischgeschäft, sondern ein Schlangengeschäft,“ ulkt Petra Wöbke. Dabei ist Fisch Wöbke nicht einmal „Vollsortimenter“. „Frischfisch gibt es bei uns nur auf Bestellung“, betont die Inhaberin. Auf Kundenwunsch wird er morgens geliefert, abgepackt und wartet im Kühlhaus auf die Abholung. Angesichts einer Thekenlänge von insgesamt zweimal drei Metern mache die Präsentation von Frischfisch an diesem Standort keinen Sinn, sagt Petra Wöbke.

In der Saison 2.250 Kunden die Woche

Demn die rund 2.250 Kunden, die bei Wöbke während einer Woche in der Touristensaison einkaufen, rekrutieren sich größtenteils aus jenen mehr als 600.000 Gästen, die in Travemünde übernachten, und den jährlich 16 Millionen Tagesgästen, die Travemünde und das nahe Lübeck besuchen. Gerade die Übernachtungsgäste genießen eher Fischgerichte in den Gaststätten des Kurortes. Und für das Abendbrot im Urlaubsappartement eignen sich gerade jene Sortimente, auf die Familie Wöbke den Fokus setzt: Räucherfisch, Fischsalate und Spezialitäten, ganz überwiegend aus eigener Herstellung. Produziert wird an zwei Standorten.

Das Sortiment von rund 30 geräucherter Produkten stammt von Petra Wöbkes Schwester, die die vom Vater übernommene Familienräucherei betreibt. Salate und Marinaden stellt ein Team um Ehemann Mike Wöbke in der eigenen „Salatküche“ im Gneversdorfer Weg her. Insbesondere der Räucherfisch, aber auch weitere Kreationen aus der eigenen Küche liegen im Schaufenster, das hier in besonderem Maße seiner Funktion gerecht wird: die Ware wirbt für sich selbst. Das Räuchersortiment ▶

- 1| „Wir haben kein Fischgeschäft, sondern ein Schlangengeschäft.“ (Petra Wöbke)
- 2| Petra Wöbke (Mitte) und Mitarbeiterinnen – ihr Motto: „Unserer freundliches, aufmerksames Team wird Sie als qualitätsbewussten Genießer durch unsere mit Liebe und Sorgfalt hergestellten Spezialitäten begeistern.“
- 3| Der Renner sind die milden Kräuter-Matjesfilets, von denen zur Sommersaison jede Woche 200 Kilo verkauft werden.





schaft den Spagat vom rar gewordenen Traditionsprodukt wie der Fleckmakrele bis zum hochwertigen, kaltgeräucherten Nori-Lachs.

Werbung mit „Retro- Gutschein“

Die Fleckmakrelen, in Westdeutschland nur noch selten angeboten, sind Teil einer Gutschein-Aktion des Geschäfts im Oktober. Petra Wöbke hatte die Schließung des Fischeinzelhandels Oldörp in derselben Straße zum Anlass für einen „Retro-Gutschein“ genommen: „Es ist immer traurig, wenn ein Traditionsgeschäft schließt, auch wenn es sich dabei um einen Mitbewerber handelt“, heißt es in der Anzeige. Für den Gutschein konnte

der Kunde Fleckmakrele kaufen, die im Alltagsortiment durch die Makrelenfilets verdrängt worden ist, aber auch Aal in Aspik und Seelachsschnitzel in Mayonnäse. Für Traditionalisten gibt es auch unausgenommen geräucherte Bücklinge mit Milch oder Rogen. Neben Klassikern – Räucherrollmops, Sprotten, Buttermakrele,

Heilbutt, Stremellachs – produziert Wöbke kalt geräuchertes Lachs-Konfekt, Edelräucherfischspieße und Graved-Stremellachs. „Das ist mein Lieblingsprodukt“, gesteht Petra Wöbke: „Kaltgeräucherter Graved Lachs, in Scheiben geschnitten, jeden Morgen auf’s Brötchen.“

Auch beim Räuchermatjes han- ▶

1| Salate und Marinaden stellt ein Team um Ehemann Mike Wöbke in der eigenen „Salatküche“ im Gneversdorfer Weg her.

2-4| Makrelen, Graved-Stremellachs, Edelräucherfisch-Spieße. Neben Klassikern produziert Wöbke kalt geräuchertes Lachs-Konfekt, Edelräucherfischspieße und Graved-Stremellachs. demonstriert und danach von den Schulungsteilnehmern trainiert.



Wir gratulieren den Preisträgern des
„Seafood Star 2018“
zu ihren herausragenden Ergebnissen,
und dem Fisch-Magazin zu seinen
gelungenen Veranstaltungen.



Wir sind
die Zukunft!



Meeres-Spezialitäten
ROLF SCHEKERKA

0 41 81 - 3 52 42

0 171 - 64 100 48

www.schekerka.de

email@schekerka.de

www.kinderfisch.de

Der
Fischwäch



... mehr als Fisch verkaufen

Wir wünschen allen
weiterhin viel Spaß und Erfolg
mit allem, was Meere und Seen zu bieten haben.

Lassen Sie uns weiter verantwortlich zusammen arbeiten
– für die Gesundheit von Mensch und Natur!

Gestalten wir die Zukunft kundennah, persönlich und direkt,
von Mensch zu Mensch! Komplett OFFLINE! - Wir stehen zum Fachhandel!

Bestes Fischkonzept am Touristenort



- 1| Das Sortiment von rund 30 geräucherten Produkten stammt von Petra Wöbke Schwester, die die vom Vater übernommene Familienräucherei betreibt.
- 2| Die Räucheraale sind nicht so dunkel wie gewohnt, weil sie „nach Schlutuper Art“ geräuchert werden.
- 3| Und ist der Laden auch noch so klein, ist doch noch Raum für zwei Stehtische: auch eine Handvoll warmer Gerichte bietet Fisch Wöbke an.
- 4| Im Schaufenster sprechen weiße Kugeln von 95 bis 100g den Kunden an: der Frischkäse mit Räucherlachs und Kräutern hat einen Lachsanteil von 33 Prozent.
- 5| Mike Wöbke: „Wir machen es noch, wie Oma es gemacht hat: alles wird von Hand gewürfelt, sehr arbeitsintensiv.“

delt es sich um wie Matjes gereifte Heringsfilets, die tatsächlich kalt geräuchert wurden. Die Räucheraale sind nicht so dunkel wie gewohnt, weil sie „nach Schlutuper Art“ geräuchert werden: eine Hautschicht werde vor dem Räuchern abgetragen, daher seien die mild geräucherten Aale heller und ihr Fleisch würziger, sagt die Fischhändlerin. Eine Spezialität ist auch der Nori-Lachs: kaltgeräuchertes Lachsrückenfilet umhüllt von einer Wasabicreme und einem Nori-Algenblatt.

200 Kilogramm Kräuter matjes pro Woche

Die Sortimente Salate und Marinaden produziert Mike Wöbke mit zwei Mitarbeiterinnen 700 Meter oder drei Autominuten entfernt. Der Morgen

beginnt um 7:00 Uhr mit dem Aufsetzen der Kartoffeln für den Pellkartoffelsalat, der wie fast alles im Wöbke-Angebot in sorgfältiger Handarbeit entsteht. Mit 10 Kilo Tagesproduktion ist der Kartoffelsalat einer der Mengendreher, der allerdings von den milden Kräuter-Matjesfilets noch übertroffen wird. „Im Sommer macht einer den ganzen Morgen nur Kräutermatjes, in der Woche zwei Chargen zu 100 Kilogramm“, verrät Küchenchef Mike Wöbke. Im Geschäft werden die Filets auf einem Tablett im Schaufenster präsentiert, das regelmäßig nachgelegt wird: „Manchmal ist eine Mitarbeiterin hinten in der Küche nur damit beschäftigt, das Tablett aufzufüllen.“ Denn bei der Kundschaft hat sich herumgesprochen: diese Kräutermatjes, eingelegt mit frischen Kräutern und roten Zwiebeln, gibt es

nur bei Fisch Wöbke. „Wir machen es noch, wie Oma es gemacht hat: alles wird von Hand gewürfelt, sehr arbeitsintensiv“, bringt es Mike Wöbke auf den Punkt.

„Alles ist ein bisschen retro“, formuliert es seine Frau. Im Einzelfall ist der Name Programm: das Rezept für die „Kaiser-Friedrich-Heringsfiles“ stamme aus dem Jahre 1913, sagt Petra Wöbke. Die insgesamt 40 Salatrezepturen, aus denen täglich vielleicht zwei Dutzend für den Verkauf ausgewählt werden, sind eine Mischung aus Klassikern (Roter Heringsalat, Thunfisch, Lachssalat) und Innovativem. Hinter dem Namen „Die schönen Beine von Alaska“ verbirgt sich ein Surimi-Salat in einer Cognac-Curry-Tunke mit Mandarinen. Kreativität zeigt das Fischgeschäft auch in Sa-

Seafood Star 2018



3|

chen Convenience. Im Schaufenster sprechen weiße Kugeln von 95 bis 100g den Kunden an: der Frischkäse mit Räucherlachs und Kräutern hat einen Lachsanteil von 33 Prozent. Der Lachs „Florida“ eignet sich ebenfalls zum Kaltverzehr: Lachsportionen, im Backofen in Orangensaft gedünstet, gewürzt, darüber Roter Pfeffer, Orangenöl und fein geschnittene Orangenschalen.

Warme Gerichte

Und ist der Laden auch noch so klein, ist doch noch Raum für zwei Stehtische: auch eine Handvoll warmer

Gerichte bietet Fisch Wöbke an. Trotz allen Erfolgs wird auf Werbung nicht gänzlich verzichtet. Jeden Monat wird in Zeitschriften eine der oben erwähnten Gutscheine-Anzeigen geschaltet, bei der mehrere Produkte unter einem Motto zusammengestellt und 20 Prozent günstiger offeriert werden. Und schließlich betreiben die Wöbkes „Imagewerbung“ – auf einem Stadtauto, in Schaukästen, auf Facebook und der eigenen Homepage. An einen Umzug in größere Räume denkt Petra Wöbke nicht – nach 47 Jahren an diesem Standort. Eine Notwendigkeit dafür besteht letztendlich auch nicht. *bm*



4|



5|

Fischmagazin SPEZIAL



Fisch Wöbke in Kürze



Fisch Wöbke
Kurgartenstr. 94
23570 Travemünde
Tel.: 0 45 02 - 54 66
Email: fishnixe@gmx.de
www.fischwoebke.de

Charakteristik: Fischfachgeschäft mit eigener Produktion
Inhaberin: Petra Wöbke
Sortiment: Räucherfisch, Feinkostsalate, Spezialitäten
Verkaufsfläche: 18 m²
Thekenlänge: 6 m
Mitarbeiter: 12
Gegründet: 1970