

Auszeichnung als bestes Fischfachgeschäft

Fisch Anton freut sich über „Seafood Star“-Preis – Philosophie überzeugte

HERZBERG (red). Frische und Qualität sollten heute selbstverständliche Pflicht für jeden Fischhändler sein. Fisch Anton beweist im Harz mit sechs Verkaufsfahrzeugen, was an Service und Kundenorientierung möglich ist: Standortfinder im Internet, Lach-Gummi gegen Wartefrust und ein ausgeklügelter Mitarbeiter-Aktien-Index, der das Personal motiviert. Das Ergebnis: Fisch Anton wurde im Februar als bestes mobiles Fischfachgeschäft mit dem „Seafood Star“ ausgezeichnet. Auch wurde Fisch Anton für sein vielfältiges Sortiment ausgezeichnet. Das Herzberger Unternehmen veredelt die Produkte und kann somit Fix-und-Fertig-Produkte mit Gelinggarantie anbieten, wie beispielsweise selbsteingelegetes Lachsfilet in Orangensauce, hausgemachte Grillspieße und traditionell hausgemachte Salate.

Die Qualität der Fischwaren sollte mittlerweile selbstverständlich sein. Fisch Anton hingegen will seinen Kunden darüber hinaus Service bieten – Überraschungen, dass er manchmal denkt: „Wow, was ist das denn?“ Dass er sich manchmal wirklich berührt und sehr persönlich angesprochen fühlt. Dieses Credo formuliert Wiebke Anton so überzeugend, dass der Zuhörer voll Spannung die Unter-



Freuen sich über die Auszeichnung: Wiebke und Ingo Anton (Mitte) bei der Preisverleihung. FOTO: RED

nehmung im Detail kennen lernen möchte. Gemeinsam mit ihrem Mann Ingo führt sie seit einem Jahrzehnt den von den Schwiegereltern übernommenen mobilen Fischhandel am Harzrand. Seit 1990 unterhält Fisch Anton sechs mobile Verkaufsfilialen. Zuletzt wurde 2002 und 2004 in neue Fahrzeuge des Herstellers Borco-Höhns investiert.

Ein Fischhandel, der bei Warenqualität und -präsentation, bei Service und Kundenorientierung hohe Ansprüche umsetzen möchte, benötigt motivierte Mitarbeiter. Fisch Anton hat zu diesem Zweck mit Beginn des Jahres 2007 ein innovatives Instrument übernommen, das vor fünf Jahren im Nürnberger Hotel Schind-

lerhof eingeführt und inzwischen von anderen Unternehmen übernommen wurde: den MAX Mitarbeiter-Aktien-Index. Ziel ist die Motivation des Personals, nicht das Gegenteil.

Vom Hauptsitz Herzberg aus versorgen Wiebke und Ingo Anton und ihre 20 Mitarbeiter die Region im Radius von etwa 60 Kilometern. Wöchentlich fahren die mobilen Verkaufswagen gut 30 Standplätze an. Dem Wintersportler und Wanderfreund sind viele der Orte ein Begriff: Bad Lauterberg, Braunlage, Claustral-Zellerfeld, St. Andreasberg.

Das Ehepaar Anton ist engagiert. Viele dürften die beiden kennen: aus der Erfa-Gruppe, die sie zweimal jährlich besu-

chen, von Haus und Lebensmittelmessen oder Seminaren. „Ganz andere Ideen holt man sich aus anderen Branchen“, meint Wiebke Anton und verweist auch auf Hotellerie und Gastronomie.

Eine jährliche Kundenbefragung garantiert, dass Fisch Anton auch zukünftig nah am Verbraucher bleibt. An jedem der sechs Fahrzeuge werden rund 15 Kunden standardisiert befragt – Was gefällt? Gibt es Verbesserungswürdiges? Gut 100 Meinungen gewähren eine gewisse Repräsentativität.

Die unabhängige Jury war von dem Gesamtkonzept von Fisch Anton so begeistert, dass sie ihr den „Seafood Star“ 2008 verlieh.