

## Nordsee

# NORDSEE

## Fisch verliebt!

### NORDSEE IN DEUTSCHLAND IN ZAHLEN

Mitarbeiter:	ca. 6.000
Auszubildende:	160
Restaurants/Bars:	344
Nettoumsatz 2010:	296,9 Millionen Euro
	<i>BdS-Mitglied seit 1. Januar 2010</i>

Im Jahr 1896, vor nunmehr 115 Jahren, wurde die „Deutsche Dampffischerei-Gesellschaft Nordsee“ mit dem Ziel gegründet, Konsumenten im ganzen Land mit hochwertigem Fisch zu versorgen. Im gleichen Jahr wurde in Bremen die erste Verkaufsstelle für Frischfisch eröffnet, das Filialnetz danach in Deutschland und Österreich kontinuierlich erweitert. 1965 öffnete das erste Nordsee Restaurant, ein Konzept, aus dem sich schrittweise das zweite Geschäftsfeld des Unternehmens entwickelte. In den 1980er Jahren erweiterten die Fischsnacks, mit denen Nordsee den Wunsch nach einerseits frischem und andererseits schnellem Fischgenuss erfüllte, das Produktportfolio. Die drei Geschäftsfelder Gastronomie, Snackverkauf und Einzelhandel stellen bis heute die Erfolgswelt von Nordsee dar: Die Restaurants bieten schmackhafte Fischgerichte in maritimer Atmosphäre, die Snackshops eine abwechslungsreiche Auswahl an kalten und warmen Fischsnacks zum Mitnehmen, im Einzelhandel kaufen die Kunden Frischfisch und Meeresfrüchte für die Zubereitung zu Hause.

Heute ist Nordsee an über 410 Standorten in Europa, in Russland und dem Mittleren Osten die Nummer eins in Sachen Fisch. Nach und nach wurden in den vergangenen Jahren die bestehenden Filialen modernisiert und viele Restaurants neu gestaltet. Sie präsentieren sich im maritimen Ambiente als moderne Seafood-Restaurants in Innenstädten, in Einkaufszentren und an Traffic-Standorten wie Bahnhöfen, Flughäfen und Autobahnraststätten.



Neben den erfolgreichen Nordsee Restaurants ergänzen neue Konzepte das Formatportfolio und demonstrieren eindrucksvoll die Position von Nordsee als kompetentem Gastronomieunternehmen. So hat Nordsee im Mai 2009 in seinem Flagship-Restaurant in Bremerhaven mit dem „Strandcafé“ eine moderne Kaffeebar im maritimen Design integriert, die dem Wunsch der Kunden nach zeitgemäßen Kaffeespezialitäten, hausgemachten Kuchen und leckeren Snacks entgegenkommt. Aufgrund des großen Erfolges wird dieses Konzept seit 2010 an weiteren Standorten etabliert.



Mit innovativen Produkten (z. B. einem reichhaltigen Sushi-Sortiment), einem hochwertigen Bediengastronomieformat („bar di mar“) und einem im April 2011 eröffneten Nordsee Sushi-Restaurant-Konzept unter dem Namen Maguro beweist Nordsee seine dauerhafte Innovationsführerschaft auf dem Gebiet der Fischgastronomie.

### Rück- und Ausblick von Jürgen Glaser, Vorsitzender der Geschäftsführung Nordsee Holding GmbH



#### » **Wie zufrieden sind Sie mit dem Geschäftsjahr 2010?**

Das Jahr 2010 war für uns kein einfaches Jahr. Negative Geschäftsaspekte (wie z. B. die Entwicklung des Einzelhandels und gravierende Störungen der Geschäfts- und Touristenmobilität) sorgten vor allem im ersten Halbjahr für erschwerte Konsumbedingungen. Dennoch konnten wir 2010 unsere Wettbewerbsposition weiter ausbauen und sind daher insgesamt mit dem Geschäftsjahr 2010 zufrieden.

#### » **Was sind Ihre Erwartungen für das Jahr 2011?**

Konjunkturbelebung und positive Konsumentenstimmung beflügeln die Gastronomie; wir rechnen daher (zumindest in Deutschland und Österreich) mit einem viele Chancen bietenden Geschäftsjahr und blicken positiv in die Zukunft. Der Ausbau unseres Kerngeschäftes mit neuen Gastronomie- und Einzelhandelsformaten kommt zügig voran und unsere internationale Expansion bietet in neuen Märkten neue Chancen.

#### » **Welche Trends beobachten Sie in der Systemgastronomie?**

Der Anspruch der Gäste nach einem gesunden und ausgewogenen Essensangebot nimmt weiter zu, das Interesse an Inhaltsstoffen und an der Herkunft der Lebensmittel gewinnt an Bedeutung. Gesundheit und Ernährung sind heute Kernthemen unserer Gesellschaft. Daher behalten auch die beiden großen Trends der letzten Jahre, Qualität und Frische, unverändert ihre überragende Bedeutung. Langfristig werden diejenigen Unternehmen am Markt erfolgreich sein, die diese Werte über Jahre hinweg glaubwürdig und authentisch umsetzen und dem Konsumenten Ernährungssicherheit und Genuss garantieren.

#### » **Welche Neuerungen gibt es in Ihrem Konzept?**

Die Fischgastronomie ist und bleibt unser Kerngeschäft. Dennoch erweitern wir auch 2011 unsere Angebots- und Formatpalette – so werden wir z. B. dieses Jahr mit der „Speisekammer“ unseren ersten eigenen Food Court in der Shopping City Süd bei Wien, dem größten Einkaufszentrum Österreichs, eröffnen. Neben dem klassischen Nordsee-Restaurant werden dort die folgenden weiteren Konzepte vertreten sein: „Campo's“ (ein in Österreich bereits bekanntes Quick-Service-Konzept, das Pasta und Fleisch verbindet), „bar di mar“ (ein hochwertiges Fischkonzept mit Bedienung, bei dem die Speisen direkt vor den Augen des Gastes zubereitet werden) und „Strandcafé“. Dazu werden wir unsere Gäste durch ein neues Design mit viel Holz und warmen Farben überraschen, das ihnen unsere Kompetenz, unsere Leidenschaft für Gastronomie und unseren hohen Anspruch an Produkte und Service vermittelt.

#### » **Worin sehen Sie aktuell die größten Herausforderungen?**

Eine zentrale Herausforderung bleibt auch im Jahr 2011 das Thema Kundenfrequenz. (System-)Gastronomie wird vermehrt in Shoppingcentern nachgefragt. Die klassischen Innenstadtlagen in Fußgängerzonen verlieren oft an Bedeutung. Alle drei Standortkategorien (Center, Innenstadt, Traffic) erfolgreich zu entwickeln ist für uns die Herausforderung 2011.

#### » **Was ist Ihr Lieblingsgetränk?**

Ein Mojito in Havanna.