

# KRONE

Der Räucherlachs

Er ist der Lieblingsfisch der Deutschen und gehört auf jede Festtagstafel. Ob als Wildfang oder aus nachhaltiger Zucht – rund drei Kilogramm Lachs verzehrt jeder Deutsche pro Jahr. In Steinbach im Herzen des Taunus hat sich ein Familienunternehmen darauf spezialisiert, diesen Lieblingsfisch der Deutschen zur Delikatesse zu veredeln: die KRONE GMBH, Hidden Champion für Räucherlachs hierzulande.

Der inhabergeführte Großhändler beliefert Lebensmittel- sowie Cash-and-carry-Märkte in Deutschland und Österreich. Die Dachmarke KRONE FISCH steht zusammen mit seiner jungen Linie KRONE LIEBLINGE für hochwertige SB-Fisch- und Meeresspezialitäten – und eine nachhaltige Produktphilosophie. Im Wissen um den Fisch als einem wertvollen Stück Natur und mit hoher Verantwortung für Umwelt, Klima, Fischfang und -zucht führt Lars Knobloch zusammen mit seiner Frau Mirjam Knobloch und der Ökologin Marina Hamann die Geschäfte.

Gut 10.500 Tonnen Fisch in 60 Millionen Packungen schlägt KRONE jährlich um. Pro Tag verlassen drei bis vier Lkw den Betriebshof mit der sensiblen Fracht, zu Weihnachten und Ostern können es sogar bis zu zwölf sein. Dass der Umsatz des Unternehmens von Jahr zu Jahr steigt und 2019/20 in 120 Millionen Euro gipfelte, liegt am Qualitätsdenken nicht nur der Firmenspitze, sondern aller 40 Mitarbeitenden. So legen bei KRONE auch schon mal die Verwaltungsbeschäftigten Hand in der nur sieben Grad kühlen Halle an, wenn Not am Mann ist und die Delikatessen aus Lachs, Forelle, Makrele, Krabbe und Garnele etikettiert werden müssen. Die schnelle Verderblichkeit der Ware lässt keine eingefahrenen Strukturen zu, stattdessen ist Flexibilität die Hauptzutut für das KRONE-Erfolgsrezept.

1972 von Gerrit Niehaus in Frankfurt gegründet, gehörten zunächst Heringsprodukte in Öl und Sahne sowie Marinaden zum Kernsortiment des Handelsbetriebs. Ergänzte sehr bald geräucherter Lachs das Angebot, so legten in den Folgejahren Auswahl und auch Kompetenz um das Fisch- und Feinkostsortiment zu. Mit dem Wachstum der KRONE GMBH wurden Lagerflächen und Geschäftsräume zu klein, weswegen das Unternehmen 1991 nach Rüsselsheim und 2001/02 nach Steinbach umzog. Hier wird das breite Sortiment täglich von einem fünfköpfigen Qualitätssicherungsteam geprüft und verkostet. Laut Mirjam Knobloch wird die Rohware nach höchsten Qualitätsstandards ausgesucht. Darüber hinaus werden zunehmend MSC-, ASC-, GGN- und Bio-zertifizierte Fische zu KRONE-Produkten verarbeitet.

190

|||||  
**KRONE**  
FISCH

Unternehmensname

**KRONE GMBH**

Klassiker

**KRONE FISCH RÄUCHERLACHS**

Gründung

**1972**

Mitarbeitende

**40**

Gründer

**GERRIT NIEHAUS**

Bekanntheit

**MARKTFÜHRER IN DER  
KATEGORIE SB-LACHS\***

\* Basierend auf NielsenIQ RMS Daten für die Kategorie Lachs für 01/12-Monats-Berichtsperiode endend mit MAT KW 51 2020 Daten, Absatz Pack-Umsatz ohne Eigenmarke für LEH + DM, Deutschland

DEUTSCHE STANDARDS

LARS KNOBLOCH

»Vision, Innovation und Vielfalt sind die Säulen unserer nachhaltigen Produktphilosophie, die wir leben und lieben.«

Anstrengungen, die man schmeckt und die auch das Umweltgewissen beruhigen, weil größter Wert auf ressourcenschonende Fischerei und naturnahe Fischzucht gelegt wird. Ihr nachhaltiges Konzept will die KRONE GMBH in Zukunft noch ausbauen und damit Transparenz schaffen – von der Produktion bis zur Verpackung, die zum Großteil bereits aus FSC-zertifiziertem Karton besteht.

Neben der Nachhaltigkeitsstrategie hat der Markenerfolg von KRONE auch mit jahrzehntelanger Lieferantentreue, internem Zusammenhalt und einer großen Portion Pragmatismus zu tun. Jeder Mitarbeitende darf Wünsche und Verbesserungsvorschläge einbringen – vom Azubi bis zur Führungskraft. Entscheidungen werden auf dem kurzen Dienstweg getroffen, zuletzt auch jene für den Relaunch des Corporate Designs zur Stärkung der Marke KRONE FISCH.

Mit frischem Look, zielgruppenspezifischen Innovationen und einem Kommunikationskonzept, das vorrangig auf Social Media und Foodblogging setzt, hat KRONE die Weichen weiter auf Erfolg gestellt. Die Marktführerschaft beim Räucherlachs will schließlich auch künftig verteidigt, die Kompetenzführerschaft ausgebaut und die zuverlässige Partnerschaft mit dem Lebensmittelhandel bestätigt sein.



MARKEN DES JAHRHUNDERTS 2022

191