

## MARKENMACHER

# Nuss aus Nord-West

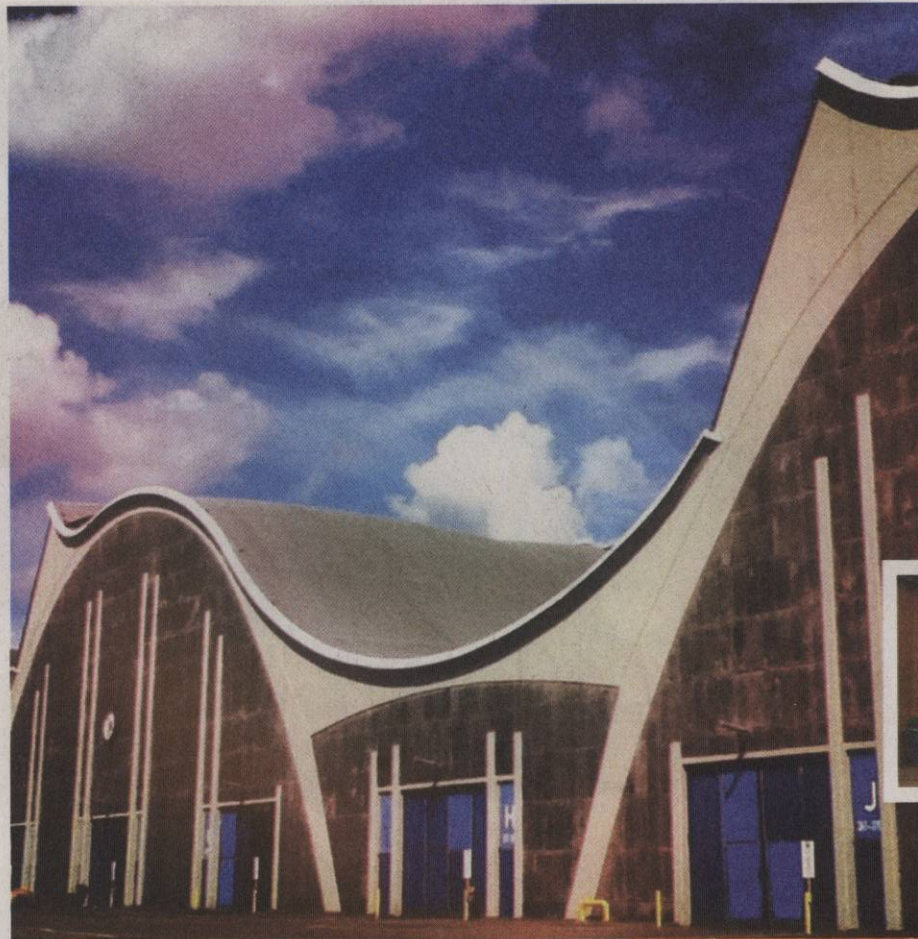
Ein seriöses Produkt zu einem seriösen Preis. Das ist das Konzept von Stoltzenberg Nuss. Und es geht auf – jetzt schon über 50 Jahre

TEXT: OLGA GALA

**E**in kompaktes Büro auf dem Hamburger Großmarkt, 32 fest angestellte Mitarbeiter – die Firma Stoltzenberg Nuss GmbH ist kein riesiges Unternehmen. Doch das ist gewollt: „Wir versuchen, uns eine gewisse Größe mit eigener Produktion zu erhalten, um nicht in Abhängigkeit von großen Strukturen zu gelangen“, sagt Ulrich Stoltzenberg, während er ein paar Physalis, Früchte aus Kolumbien, die Stoltzenberg Nuss in einem neuen Trocknungsverfahren produziert, verspeist. In dieser Form sind die Früchte noch relativ neu auf dem Markt. Trotz Innovationen isst der Firmenchef selbst am liebsten traditionelle Trockenfrüchte: „Ich gehöre zu den Aprikosen- und Feigenessern.“ Doch egal, was hergestellt wird, dem 59-Jährigen ist es wichtig, dass ihm seine Produkte auch selbst gefallen. Trotz der überschaubaren Größe mischt Stoltzenberg mit auf dem deutschen, aber auch internationalen Nuss- und Trockenfruchtmarkt. Gerade erst wurde die Firma von der „Lebensmittel Zeitung“ als eine der „Top Marken“ ausgezeichnet.

Angefangen hat alles auf dem alten Hamburger Großmarkt vor über 50 Jahren: Roland Stoltzenberg, Vater des jetzigen Eigentümers, gründete die auf Nüsse und Trockenfrüchte spezialisierte Firma. Diese war ständig präsent in der Familie. „Wir sind alle, wie wir sagen, in diesen Trockenfruchtstrukturen aufgewachsen“, sagt Ulrich Stoltzenberg und erinnert sich, wie er schon als kleiner Junge oft mit anpackte: „Das war ja so die Zeit damals, dass man nach der Schule im väterlichen Betrieb noch was gemacht hat.“

Später fuhr er die Ware zum Verladen. „Da ist mir mal mitten auf der Kreuzung die halbe Ladung vom LKW gekippt. Damals gab es ja noch keine Paletten, alles wurde nur mit Holz gehalten.“ Stoltzenberg kennt viele solcher Anekdoten von früher. Lacht, wenn er erzählt. Das Unternehmen zu seinem Beruf zu machen, kam für den jungen Mann damals jedoch nicht in Frage: „Das war einfach nicht die Zeit, um in ein väterliches Unternehmen einzusteigen.“ Stattdessen lebte Stoltzenberg lange in Frankreich und arbeitete



**Denkmal:** Auf dem alten Hamburger Großmarkt hat alles angefangen – Roland Stoltzenberg gründete die auf Nüsse und Trockenfrüchte spezialisierte Firma

FOTOS: PAMELA SCHIEMANN, PR

im Obst- und Gemüsehandel. Der Bruder führte mit dem Vater gemeinsam das Familienunternehmen weiter. Erst als der Bruder aus gesundheitlichen Gründen kürzer treten musste und die Frage nach dem Verkauf im Raum stand, kaufte Ulrich Stoltzenberg 2008 das Geschäft, das er seither mit seiner Frau Angelika Rudhart führt: „Mein Vater wollte, dass dieses Unternehmen in Familienhand bleibt.“ Seine Maxime dabei: „ein seriöses Produkt in einer seriösen Verpackung zu einem seriösen Preis“. Dabei wird viel experimentiert – Nüsse mit Curry, neue Kirscharten, die besonders gut getrocknet werden können, oder innovative Trocknungsverfahren. Stoltzenberg bleibt dennoch realistisch: „Sie können Produkte heute nicht mehr neu erfinden, sie können sie einfach nur besser machen.“

Das Bessermachen ist bei Stoltzenberg Nuss ein wichtiger Bestandteil der Arbeit. Die Saison geht von Juli bis Dezember. „Wir stellen nun mal Herbst- und Winterprodukte her“, erklärt Rudhart. Von Januar bis Juni kommt dann die Phase der Nachbearbeitung – dann werden Produktideen

entworfen, neue Vermarktungswege erprobt. Stoltzenberg und seiner Frau ist es wichtig, ihre Produkte selbst gestalten zu können und nicht nur Aufgaben zu delegieren. Auch der Vater Roland Stoltzenberg ist immer noch in die Firma involviert. „Das ist einfach sein Lebenswerk“, sagt der Sohn. Und damit können beide zufrieden sein – 33 Millionen Euro Umsatz machte die Firma 2011. „Wir lieben unsere Produkte und freuen uns, wenn der Konsument sie auch gut findet“, sagt Stoltzenberg. „Wir möchten, dass es ein Familienunternehmen bleibt. Dabei geht es nicht um den Familiennamen an sich, sondern um die damit verbundenen Werte.“

Respekt der Ware, aber auch den einzelnen Menschen gegenüber sowie Nachhaltigkeit sind wichtig für Stoltzenberg. Der Unternehmer will, dass die Leute, die für ihn arbeiten, fair behandelt werden. U. a. aus der Türkei, Thailand, den Philippinen, Algerien, Tunesien werden Rohstoffe bezogen. In der hauseigenen Rösterei werden sie verarbeitet. Während im kleinen Büro auf dem Hamburger Großmarkt schon wieder fleißig an künftigen Kreationen getüftelt wird.

**Denksport:** Neue Ideen tüftelt Ulrich Stoltzenberg, 59, in seinem Geniuss-Büro (u.) aus



Postkarte aus

## Kontakt

» Stoltzenberg Nuss GmbH,  
Großmarkt Gebäude Nord-West 1,  
20097 Hamburg, Tel. 328 1120,  
Mail: info@stoltzenberg.de,  
www.stoltzenberg.de

