

DIE GRÜNDER (2)

Der Pionier der Geflügel-Feinkost

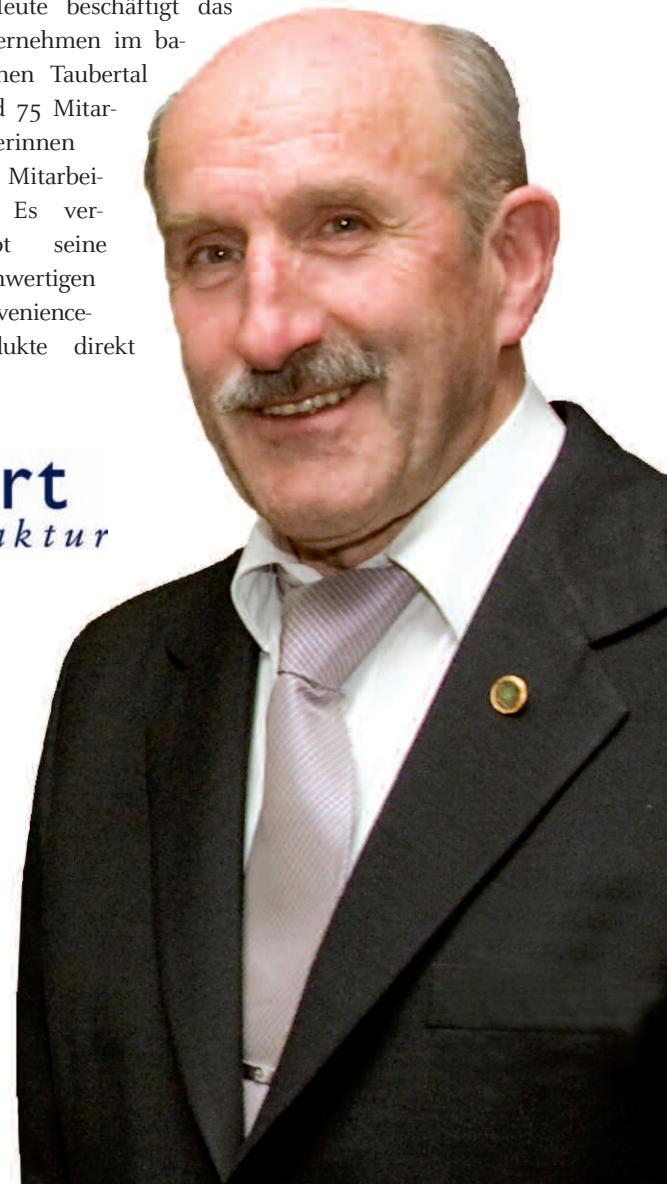
Mit der Poulardenbrust Florentin und vier weiteren Produkten fing 1970 alles an. Heute gehört Walter Seubert mit seiner Feinkostmanufaktur zu den Top-Lieferanten der deutschen Küchenchefs

Vor kurzem hat Walter Seubert seinen 73. Geburtstag gefeiert. Während andere in diesem Alter sich längst ins Privatleben zurückgezogen haben, steht er noch immer Tag für Tag in seinem Unternehmen an der Front. „Wenn ich damals nach meinen Wanderjahren im Ausland weiter als Koch gearbeitet hätte, wäre ich vermutlich schon längst im wohlverdienten Ruhestand“, sagt der Gründer und Geschäftsführer der Seubert Feinkostmanufaktur in Werbach-Wenkheim: „Doch ich bin Unternehmer geworden und somit auch noch mit über siebzig im Unruhestand.“

Bis Ende der 1960er Jahre hat Walter Seubert im Kochberuf gearbeitet. Gern erinnert er sich an seine Wanderjahre durch die Küchen renommierter Luxushotels in Puerto Rico, Boston, New York, England und auf den Bahamas:

Poulardenbrust Florentin, ein Artikel der ersten Stunde, gehört bis heute zum festen Programm und ist das wohl meistkopierte Produkt des Pioniers der Geflügel-Feinkost.

Heute beschäftigt das Unternehmen im badischen Taubertal rund 75 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Es vertreibt seine hochwertigen Convenience-Produkte direkt



KÜCHE-SERIE
Walter Seubert

2

seubert
feinkostmanufaktur

„Damals ging ich nach Dienstschluss in die großen Spielkasinos; eine aufregende Zeit.“ In Amerika lernte Walter Seubert aber auch die ersten gefüllten, garfertigen Menükomponenten auf Geflügelbasis kennen und schätzen. Zurück in der Heimat, suchte er vergeblich nach vergleichbaren Produkten, die ihm als Küchenchef in Amerika die Bewältigung großer Banketts und Veranstaltungen erleichtert hatten. Er erkannte die Marktlücke und gründete 1970 mit seiner Frau Edith († 2010) das Unternehmen, das heute sein Lebenswerk darstellt. Eine umgebaute Wurstküche wurde zur ersten Produktionsstätte, und mit genau fünf Produkten fing alles an: Poulardenbrust Florentin, Hawaii, Cordon bleu und Kiew sowie Poulardenkeule Maurice. Die

FOTOS: KÜCHE (1): SEUBERT FEINKOST

in ganz Deutschland sowie in Österreich und Holland. Allein das Standardsortiment umfasst mittlerweile 140 Produkte, saisonale Angebote und kundenindividuelle Aufträge nicht mitgerechnet. Zum Repertoire gehören in erster Linie garfertige bzw. vorgegarte Menükomponenten für die Tellermitte auf Basis von Geflügel, aber auch Fleisch und Fisch, ferner Terrinen, Galantinen, Fingerfood, Vegetarisches und Desserts.

Sohn Marcus Seubert, ebenfalls gelernter Koch mit namhaften Stationen, ist seit 1995 in der Geschäftsführung. „Wenn mein Sohn nicht ins Geschäft eingestiegen wäre, hätte ich es mit 60 Jahren verkauft“, sagt der Senior-Chef, der seine Verantwortung unverändert ernst nimmt: „Ich schaue jeden Tag in der Produktion nach dem Rechten und tüftle gern mit dem Junior an neuen Produkten, auch wenn wir über den Kurs der Entwicklung anfangs nicht immer einer Meinung sind. Und von Zeit zu Zeit reizt mich der Vertrieb, und ich starte meine Frontalangriffe auf die Küchenchefs.“



Die Poulardenbrust Florentin mit einer würzigen Füllung aus Spinat und Gewürzen gehört bis heute zu den Top-Sellern

Mit „Frontalangriffe“ umschreibt Walter Seubert augenzwinkernd seine offensive Verkaufsstrategie, für die er in den Profiküchen von Gastronomie, Hotellerie, Catering & Gemeinschaftsverpflegung bekannt ist. Ohne sie wäre das Unternehmen Seubert vielleicht nie zu dem geworden, was es heute ist: ein Top-Lieferant der qualitätsorientierten Profiküchen. Wenn der gelernte Koch & Küchenmeister seine Kunden mit der Kühltasche voller Produktmuster an ihrem Arbeitsplatz besucht, wird er meist mit offenen Armen empfangen. Und mancher, der das Unternehmen noch nicht oder nicht so gut kennt, ist überrascht, wenn „der Chef höchstpersönlich“ vor der Tür steht und wird neugierig, was er mitgebracht hat.

Walter Seubert macht das Geschäft seit über 40 Jahren und ist für den Küchenchef ein ebenso kompetenter wie angenehmer Gesprächspartner. „Ich stelle unsere Produkte vor und gebe Anleitungen zum Einsatz“, berichtet er von seinen „Frontalangriffen“. Dass er dabei stets höflich und zuvorkommend bleibt und nie den typischen Verkäufer mimt, ist Teil seines Erfolgsgeheimnisses. Für seine Kunden ist er einer von ihnen, kein aal-

m
MEIKO
Die saubere Lösung

M-iQ. Intelligente Spültechnik, die neue Maßstäbe setzt.



M-iQ. Noch perfekter in Hygiene, Sicherheit, Wirtschaftlichkeit und Ökologie.



Umwelttechnikpreis
Baden-Württemberg
2011

M-iQ Spültechnik
Kategorie: „Emissionsminderung,
Aufbereitung, Abtrennung“

www.meiko.de



Typisch Seubert: Saiblingröllchen im Zucchini-mantel, Mille-Feuille von Fasanenparfait mit Früchtebrot und Roulade von der Poularde

glatter Verkäufer, vielmehr ein erfolgreicher Unternehmer, der trotz seines Erfolgs ein bescheidener Mensch und im Herzen immer Koch geblieben ist.

Walter Seubert kennt die Branche wie seine Westentasche. Er weiß, was der Stammkunde will, und wie man den Neukunden von den Produkten aus der Seubert Feinkostmanufaktur überzeugt. Dabei kann er sich auf seinen guten Ruf verlassen. Seubert steht für maßgeschneiderte Problemlösungen und für hohe Qualität aus handwerklicher Produktion. Bei der Herstellung wird auf Konservierungsstoffe, Milcheiweiß, Bindemittel und künstliche Aromastoffe verzichtet. Mit einem Produkt von Seubert kann sich der Küchenchef in aller Regel identifizieren, es wird zwar rationell, aber nach wie vor mit einem hohen Anteil an Handarbeit produziert. Vor allem aber lässt es dem Koch noch genügend Freiraum für individuelle Kreativität und Veredelung.

Die Kunden sind sich einig: „Wenn es Seubert nicht schon gäbe, müsste man diese Firma erfinden!“ so ein Stammkunde zum 40-jährigen Bestehen der Feinkostmanufaktur im letzten Jahr. Ein großes Kompliment, doch wenn Walter Seubert zurückdenkt, hat sich das Unternehmen in den letzten 40 Jahren mehrfach neu erfunden, um am Markt erfolgreich zu bleiben: „Wir haben uns ständig verändert und weiterentwickelt, stets die neuen kulinarischen Trends verfolgt und unseren Kunden sehr aufmerksam zugehört, denn von ihnen kommen immer die besten Ideen.“ Im Jubiläumsjahr 2010 musste Walter Seubert



AUF EINEN BLICK

Seubert Feinkostmanufaktur

Das Unternehmen wurde 1970 von Walter Seubert und seiner Frau Edith (†2010) gegründet und ist Partner aller qualitätsorientierten Profiköche in Hotels, Restaurants, Event- und Airline-Catering, Gemeinschafts- und Sozialverpflegung. 75 Mitarbeiter/Innen produzieren hochwertige Menükomponenten für die Tellermitte, aber auch Terrinen, Galantinen, Fingerfood, Vegetarisches und Desserts. Allein das Standardsortiment umfasst 140 Artikel. Firmensitz ist seit 1970 unverändert Werbach-Wenkheim im Taubertal. Sohn Marcus Seubert gehört seit 1995 der Geschäftsführung an. www.seubert-feinkost.de

bert auch einen schweren Schicksalsschlag verkraften: Seine Frau Edith, die ihm im Leben wie im Geschäft immer zur Seite gestanden hatte, starb nach kurzer, schwerer Krankheit. Ein immenser Verlust für die Familie und das Unternehmen.

Trotz der arbeitsreichen Aufbaujahre nennt Walter Seubert das Geschäft heute aufwändiger als früher: „Vor 40 Jahren hat der Küchenchef noch ein Cordon bleu oder eine gefüllte Poulardenbrust gewürdigt. Heute ist er welt-offener und anspruchsvoller. Das Produktangebot und die Anzahl der Mitbewerber ist gewachsen. Der Kunde ist ständig auf der Suche nach neuen Artikeln, um seine Gäste zu übertra-

„Wenn es um Produktqualitäten und Kundenorientierung geht, machen wir keine Kompromisse. Das wird sich auch in den nächsten 40 Jahren nicht ändern“

Walter & Marcus Seubert, Geschäftsführer

schen, und steht zugleich unter einem hohen Kostendruck. Das setzt uns als Hersteller in Zugzwang, ihn stets mit einem neuen Service, trendgerechten Saisonangeboten oder noch einfacherem Handling zu unterstützen.“

Vor 40 Jahren hatte Seubert mit seiner Geflügel-Feinkost eine Alleinstellung, heute ist die Konkurrenz groß. Walter Seubert sieht es sportlich: „Unsere Devise ist leben und leben lassen. Wir punkten mit unserer familiären Note, unseren ausgezeichneten Produkten und einer hohen Kundennähe, die uns der Direktvertrieb sichert.“ Daran will auch Marcus Seubert in Zukunft nicht rütteln: „Wenn es um unsere Produktqualitäten und unsere Kundenorientierung geht, machen wir keine Kompromisse. Und das wird sich auch in den nächsten 40 Jahren sicherlich nicht ändern!“

● SABINE ROMEIS