



Alexander und Katharina  
Krappmann

KATEGORIE  
BESTE  
DIREKTVERMARKTUNG  
AB PRODUZENT



Fischzucht Seehof

## Kernbotschaft ist „Fisch bei Freunden“

Die Fischzucht Seehof in Oberfranken ist ein traditioneller Familienbetrieb, der abseits des städtischen Trubels inmitten von Teichen, Wiesen und Wäldern liegt. Laufkundschaft wie in Städten gibt es hier nicht. Die Betreiber dieses Betriebes müssen sich schon etwas einfallen lassen, damit die Kunden den Weg hierhin auf sich nehmen. Das gelingt dem Seehof mit großem Erfolg, er punktet mit seiner familiär-freundschaftlichen Atmosphäre und monatlich wechselnden Angeboten.

**D**er Seehof liegt jenseits des Schneybachs, auch Krebsbach genannt, in einer Talsenke am Fuße der Hohen Aßlitz. Entlegener geht es kaum, selbst der Bahnhof des kleinen Ortes im Lichtenfelser Forst, der nur rund zwanzig Einwohner zählt, wurde stillgelegt. „Ein bisschen wie in Schweden“, glaubt Katharina Krappmann, die ihren Gatten Alexander, den Betreiber des idyllischen Fischzuchtbetriebes, tatkräftig unterstützt. „Unsere einsame Lage in schöner Landschaft kann jedoch ein Vorteil sein, denn immer mehr Menschen möchten der täglichen Hektik des Alltags zumindest zeitweilig entfliehen und wissen die Ruhe und Entschleunigung bei uns zu schätzen.“ Um ihnen den Aufenthalt so angenehm wie möglich zu machen, haben die Krappmanns für ihre Kunden und Gäste den SeeHofladen errichtet, der unmittelbar an die Hälterung und die Räucherei der Teichwirtschaft angrenzt. Mit seiner beeindruckenden Holzfassade aus einheimischer Lärche markiert er unverkennbar das optische Herzstück des Betriebes. Über die vorgelegerte Seeterrasse, die direkt über einem Teich mit Laichkarpfen und Kois erbaut wurde, gelangen die Kunden in den Hofladen mit der zwei Meter langen und sehr ansprechend bestückten Feinkosttheke.



**Der mit Lärchenholz verkleidete Neubau, der an die Hälterung und die Räucherei grenzt, bildet mit dem Hofladen und der Teichterrasse das Zentrum des Betriebes.**

Das Sortiment des Ladens ist gut durchdacht, sorgfältig ausgewählt und unterstreicht den Anspruch der Betreiber, die auf Naturnähe, Nachhaltigkeit und engen persönlichen Kontakt zu ihren Kunden setzen. „Wir haben nicht den Ehrgeiz, in Sachen Sortimentsvielfalt mit den großen Supermärkten mitzuhalten. Unsere

Stärken liegen eher in der Regionalität und der Natürlichkeit der extensiven Fischzucht, die besonderes Vertrauen bei den Kunden schafft.“ Das ist perfektes Understatement, denn die Besucher erwartet im Laden eine kleine, aber sehr feine Auswahl an Süßwasser- und tiefgefrorenen Seefischarten, geräucherten Fischen, Fischkonserven, Feinkostsalaten und manch anderes, was das Herz des Fischliebhabers erfreut. In den beiden Selbstbedienungsecken, die launig „zum Selberangeln“ auffordern, findet man außerdem passende Gewürze, eine Auswahl stimmiger Weine und hilfreiche Küchenaccessoires vom Brotzeitbrettchen bis zum Kochlöffel.



**Die Terrasse vor dem Hofladen wurde direkt über einem Teich mit Laichkarpfen und Kois errichtet. Auf der gegenüberliegenden Teichseite ist der Fischgarten zu erkennen.**

### **Teichwirtschaftliche Tradition der Region wird weitergeführt**

Frischfisch sucht man in der Theke vergeblich, denn Forellen, Saiblinge und die anderen Arten werden erst geschlachtet, nachdem der Kunde seine Wünsche geäußert hat. Hälterung und Schlachtraum sind direkt benachbart und nur durch eine Tür vom Laden getrennt. Frischer als hier kann man Fisch kaum bekommen. Das gilt auch für ►

## Direktvermarktung

die Räucherprodukte, die gleich neben dem Laden im Rauch hängen und häufig vom Wagen herunter verkauft werden. Wer die appetitlichen Räucherforellen, Fischbrötchen und anderen Imbissangebote sofort vor Ort probieren will, kann an einem der Tische auf der Terrasse vor dem Hofladen Platz nehmen und den Fischen im darunter befindlichen Teich beim Gründeln zusehen. Es lohnt sich aber auch, noch ein wenig im Laden zu verweilen und die dekorativen Fotos an den Wänden zu betrachten, welche die mehr als 50-jährige Historie des Fischzuchtbetriebes eindrucksvoll illustrieren. Lange vor den Krappmanns haben hier nämlich Zisterziensermönche aus dem Kloster Langheim schon Teiche bewirtschaftet. Als sie das Gewerbe aufgaben, verfiel die Anlage jedoch und wurde erst von Dieter und Jutta Krappmann, den Eltern des heutigen Betreibers, die Ende der 1960er das Objekt übernahmen, wieder „zum Leben“ erweckt. Wie in vielen Familienbetrieben üblich, arbeiten beide auch heute noch fleißig mit. „Mein Vater kümmert sich hauptsächlich um den Räucherofen, denn das Räuchern über offenem Feuer ist eine Kunst, die sehr



**Alexander Krappmann. Geräuchert wird mit Buche, Erle und Wacholder, traditionell über offenem Feuer. „Lieber kleinere Mengen und dafür öfter, der Frische wegen.“**

viel Erfahrung erfordert“, lobt Alexander. „Meine Mutter ist die Chefin im Büro. Sie nimmt die telefonischen Bestellungen und Reservierungen an, entwickelt viele unserer Rezepte und hilft auch in der Küche aus, wenn der Andrang mal wieder groß ist.“

Alexander ist sichtlich stolz auf seine Eltern, die vor über 50 Jahren ihre sicheren und gut bezahlten Jobs aufgaben und den Betrieb unter manchen Entbehrungen mit großem Mut und Optimismus aufgebaut

haben. Eine Erfahrung aus dieser Zeit haben sie Alexander mit auf den Weg gegeben: „Es geht nicht nur um's Geldverdienen, man muss Erfüllung finden.“ Bald hatte sich in der Region herumgesprochen, dass man beim Seehof sowohl frische als auch geräucherte Fischprodukte, Forellen und Karpfen, Waller, Hecht und Aal, bekommen kann. Am besten genoss man sie gleich vor Ort in der Gaststätte „Seehof“, die über viele Jahre ein beliebtes Ausflugsziel war und heute in etwas anderer Form mit dem Fischgarten, eine Art Biergarten mit Fischgerichten statt Haxen und Brathendln, jeden Sommer weiterlebt. Nach Abschluss seiner Ausbildung zum Fischwirtschaftsmeister übernahm Alexander in den 1980ern den Betrieb. Für ihn war stets klar, dass er weiterführt, was seine Eltern aufgebaut haben. Heute bewirtschaften die vier Krappmanns 16 Teiche rund um die Orte Seehof, Trieb und Michelau. 20 ha Teichfläche, das meiste direkt am Standort, einiges aber auch bis zu 12 km entfernt. Trotz aller Technik ist das Leben in der Natur bei Wind und Wetter kaum leichter geworden. Wie überall leidet auch Oberfranken unter Wasserknappheit und der großen Zahl an Fischräubern vom Reiher über Otter bis zum Kormoran, die enorme Schäden anrichten.



**Der Kundeneinzugsbereich des Hofladens reicht über die Region hinaus. Einige Kunden kommen sogar aus Kulmbach und dem rund 20 km entfernten Coburg hierher.**

### Events und andere Initiativen beleben das Geschäft

Trotzdem war Aufgeben nie eine Option! Der Fischgarten hat sich seit seiner Eröffnung 2009 zu einem beliebten Treffpunkt in der Region entwickelt. Hier kocht der

„Chef“ persönlich und wird von seiner Familie, bei größeren Events auch von zahlreichen Freunden unterstützt. Im Laufe der Zeit haben Kathi und Alex, die in ihrem Engagement für Fisch und Natur sichtlich harmonisieren, den Schwerpunkt des Betriebes zunehmend in Richtung Fischvermarktung gerückt. Ihr Slogan „Fisch bei Freunden“ wird nicht nur werbewirksam propagiert, sondern tatsächlich ganz bewusst gelebt. Das zeigt sich insbesondere bei Events wie „Fisch rockt“, mit dem 2019 das 50. Gründungsjubiläum der Fischzucht Seehof gefeiert wurde. „Zu diesem Open-Air-Teichfest mit Liveband, Cocktailbar und Streetfood sind rund 1.000 Gäste zu uns gekommen. Es war ein wunderbares Sommerfest, an das sich wohl alle Teilnehmer gerne erinnern“, schwärmt Kathi. „Wir wollten es deshalb in den Jahren danach wiederholen, doch leider hat uns Corona diese Pläne vereitelt.“ Nach zwei Jahren Pandemie sollte im August 2022 jetzt aber endlich wieder auf einem Teichfest „gerockt“ werden. „Wir wollen den Fisch, unsere Freunde und das Leben feiern!“

Abgesehen vom Gastro-Geschäft und den Teichfesten hat der Seehof die Coronazeit aber sehr gut überstanden. „Wir haben diese Herausforderung mit viel Ideenreichtum gemeistert und sogar noch zahlreiche Kunden hinzugewonnen“, berichtet Kathi, die sich hauptsächlich um die Vermarktung und die Öffentlichkeitsarbeit des Betriebes kümmert. Grundlage des Erfolgs war ein Drive-In-Fischverkauf, der vom Seehof in Windeseile organisiert wurde. „Die Kunden konnten im Auto sitzen bleiben und mussten ihre Wünsche nur auf dem Bestellzettel ankreuzen. Wir haben ihnen dann die gewünschten Produkte in Tüten durch das Autofenster gereicht.“ Diese Idee ist so gut angekommen, dass sie auch zukünftig weitergeführt werden soll. Die Experimentierfreudigkeit der beiden hat sich auch in Stoßzeiten des Fischverkaufes in den Coronajahren ausgezahlt. „Im Ostergeschäft und zum Jahreswechsel haben wir das große Fischbecken in der Hälterung abgelassen und vor der Eingangstür des Gebäudes ein Zelt aufgestellt. Von dort aus konnten uns die Kunden beim Schlachten der

Fische zusehen, die wir ihnen danach aus der Grube nach oben reichten. Auch dieser spontan improvisierte Fischverkauf ist sehr gut angenommen worden.“

## Auswahl zugekaufter Produkte komplettiert das Fischangebot

Zum Grundsortiment des Seehofes gehören hauptsächlich Fischarten, die typisch für viele teichwirtschaftliche Betriebe sind: Forellen und Lachsforellen,

über Hering und Makrele bis zum Heilbutt vertrauen die Krappmanns auf ihre langfristigen Kontakte zu verlässlichen Lieferanten, die ihnen die gewünschte hohe Qualität garantieren. „Das ist uns wirklich sehr wichtig, denn wir leben davon, dass unsere Kunden zufrieden sind und nicht enttäuscht werden, wenn sie den Weg zu uns auf sich nehmen. Deshalb verzichten wir lieber zeitweilig mal auf einen Artikel, wenn dessen Qualität nicht stimmt. Denn was nützt uns ein komplettes Sortiment, das die Kunden



**Frischfisch liegt nicht in der Bedientheke, denn er wird erst nach Bestellung geschlachtet. Die Hälterung mit Forellen und Saiblingen befindet sich direkt neben dem Verkaufsraum.**

Aale, Waller und Saiblinge, bei denen die Nachfrage in jüngerer Zeit deutlich angestiegen ist. „Gegen Jahresende bieten wir auch Karpfen an, die hier bei uns aber nicht so gefragt sind wie im Aischgrund oder in der Gegend um Tirschenreuth“, berichtet Alexander. „Geräuchert wird vorwiegend heiß, doch auch unser kalt geräuchertes Lachsfilet ist ein echter Verkaufsschlager“. Schon das Beispiel des Lachses lässt erkennen, dass der Seehof auch einige zugekaufte Fische anbietet. „Die Fischkunden erwarten heute ein gewisses Sortiment, das wir mit unseren Teichen weder mengen- noch artenmäßig abdecken können“. Beim Einkauf der Lachse und Meeresfische von Dorsch

dann nicht kaufen“. Für fangfrischen Zander fährt Alexander manchmal sogar persönlich an die Müritz, um die gewünschte Ware abzuholen.

Forellen, Lachsforellen und Saiblinge werden immer frisch geschlachtet und auf Wunsch natürlich auch küchenfertig gemacht oder filetiert. „Die regionale Herkunft ist bei diesen Arten ein wichtiges Verkaufsargument, auf das viele Kunden mittlerweile zunehmend achten und von uns erwarten“. Der Hofladen lockt aber auch mit eigener Fischfeinkost und handwerklich hergestellten Spezialitäten. „Mit Ausnahme weniger Salate wie etwa der Flusskrebsschwanz-Cocktail sind ►



**Neben den Fischarten, die in Teichen heranwachsen, werden im Seehof auch Forellen und Saiblinge in quellwassergespeisten Becken gehalten.**

unsere Feinkostangebote alles Eigenproduktionen“, versichert Kathi. Durch die eigene Herstellung habe der Betrieb die Chance, wertvolle Rohwaren vollständig zu nutzen, mehr Wertschöpfung zu generieren und sein Produktangebot auszuweiten. „Jeden Monat präsentieren wir einen hausgemachten neuen Feinkostsalat oder Brotaufstrich, sozusagen als ‚Fisch auf die Hand‘ zum Gleich-Reinbeißen und

Genießen. Das kann ein Fischbrötchen, eine hausgemachte Quiche, ein belegter Bagel oder ein gegrilltes Sandwich sein. Wir sind da sehr experimentierfreudig und unsere Kundschaft freut sich jeden Monat auf ein neues Geschmackserlebnis“. Ins feste Sortiment komme aber nur, was den Krappmanns selber schmeckt und den Kunden mit gutem Gewissen empfohlen und verkauft werden könne.



**Das Sortiment der Räucherprodukte umfasst sowohl Fischarten aus eigener Aufzucht als auch zugekaufte Seefische wie Hering und Heilbutt.**

## **Produktinnovationen sorgen für langfristige Kundenbindung**

Im heißen Sommer besonders gefragt waren der Räucherlachsfrischkäse mit Schnittlauch und die „Fischadellen“, hausgemachte Lachs-Frikadellen, die frisch und gefrostet für Pfanne und Grill oder heißgeräuchert erhältlich sind. Beliebt ist auch der „Fisch im Glas“, der sowohl auf der Seeterrasse als auch daheim gerne verzehrt wird. „Für dieses Produkt befüllen wir kleine Gläschen mit einem hausgemachten Salat. Aktuell ist das gerade ein sommerlicher Reissalat mit gegrillter Paprika, gepfeffertem Forellenfilet und Tomatendressing.“ Auch für die Fans von Fischbrötchen hat der Seehof manch Verlockendes zu bieten. „Grundsätzlich kann bei uns jeder Besucher oder Wanderer, der nach seinem Waldspaziergang im Seehof einkehrt, ein leckeres Fischbrötchen bekommen. Stammkunden wissen jedoch, dass die Auswahl am Samstag besonders groß ist“, erklärt Kathi. An diesem Tag locken das gegrillte Thunfischsandwich, rustikale Rauchforellenbrötchen mit hausgemachter Remoulade oder der „Fischgerupfte“, eine Eigenentwicklung nach Art der populären „Pulled-Zubereitungen“, noch mehr Fischbegeisterte als sonst üblich zum Seehof. Gewöhnlich finden sie dort in der Theke neben den Fischbrötchen rund 50 bis 60 Fischprodukte von 11 bis 15 Fischarten.

Zu den Highlights in diesem Programm gehört der „Fang des Monats“, der vom Seehof auch gezielt im Newsletter des Betriebes, auf Social Media-Kanälen und im Laden beworben wird. „Dabei rücken wir saisonale Spezialitäten ins Zentrum der Aufmerksamkeit, zum Beispiel den Skrei zum Jahresbeginn“. Darüber hinaus umfasst der „Fang des Monats“ mit der Kategorie „Fisch & Fertig“ auch ein attraktives Convenience-Sortiment, das großen Zuspruch bei den Kunden findet. „Vor typischen ‚Fischfeiertagen‘ wie Ostern oder Weihnachten verzeichnen wir eine starke Nachfrage nach fertig gewürzten und gefüllten Fischen, die vom Kunden nur

## Seafood Star 2023



Bei größeren Events wie „Fisch rock“ und anderen Veranstaltungen können die Krappmanns stets auf die Hilfe und Unterstützung ihres großen Freundeskreises bauen.

noch in den Backofen geschoben, in die Pfanne oder auf den Grill gelegt werden müssen. Renner sind dabei vor allem unsere Lachsforellen mit Gemüsefüllung.“ Noch stärker wird jedoch die hausgemachte und tiefgefrorene Lachs-Lasagne nachgefragt, für die Kathi den originellen Namen „Lachsagne“ ersonnen hat. „Das ist ein sehr hochwertiges

Produkt, das bei einem Endgewicht von 800 Gramm 250 Gramm Lachs enthält. Das reicht locker für zwei Personen und ist zudem sehr praktisch, weil die Schale im tiefgefrorenen Zustand direkt in den Backofen geschoben werden kann. In nur 45 Minuten ist das Gericht verzehrfertig.“ Das Erfolgsgeheimnis der „Lachsagne“ sei die schmackhafte ►



Ein Herzsymbol auf Spezialitäten wie dem „Fisch im Glas“ oder Feinkostsalaten verdeutlicht den Kunden, dass diese Produkte nach eigenen Rezepten hausgemacht sind.



## Fischzucht Seehof in Kürze

Fischzucht Seehof Alexander Krappmann  
Seehof 2 · 96215 Lichtenfels  
Telefon: 0171 - 673 170 0  
E-Mail: info@fischzucht-seehof.de  
www.fischzucht-seehof.de

**Charakteristik:** Teichwirtschaftlicher Betrieb mit Hofladen und Fischgarten  
**Eröffnet:** 1969  
**Letzter Umbau/Renovierung:** 2021/2022  
**Inhaber:** Fischwirtschaftsmeister Alexander Krappmann  
**Verkaufsfläche des Hofladens:** 33 m<sup>2</sup>  
**Länge der Frischtheke:** 2 m (plus 2 m für TK-Produkte)  
**Sortiment:** Teichfische (eigene Aufzucht), Seefisch (Zukauf), Räucherprodukte und Feinkostsalate sowie gastronomische Angebote im Fischgarten  
**Mitarbeiter:** 2 VZK (+ 2 Eltern und 1 Aushilfe)

Tomatenbéchamel, vermutet Kathi, deren Rezept sie aber nicht verraten mag. Fischadelle und Lachsagne, Fischgepuffter oder Lachsforellencreme als Brotaufstrich – die Betreiber des Seehofes lassen sich immer wieder Neuheiten einfallen, um Monotonie zu vermeiden und sowohl vertraute Stammkunden als auch neue Besucher hierher zu locken.

### Regionales „Kompetenzzentrum“ in allen Fragen zum Fisch

„Wir versuchen, unser Sortiment ebenso abwechslungsreich und vielfältig zu gestalten, wie es auch die Vorlieben unserer Kunden sind“, erklärt Alexander das Vermarktungskonzept. „Manche mögen es eher traditionell und verlangen Räucherforellenfilets, Bismarckhering, Matjes oder Gravedlachs, andere wagen sich auch an Neuheiten und freuen sich, wenn wir ihnen auch mal Alternativen bieten.“ Es ist wohl diese Mischung, die das Geschäft mit den Fischen immer wieder interessant macht. Wie schon seine Eltern Dieter und Jutta versuchen auch Alexander und seine Frau Katharina, ihren Gästen und Kunden den Umgang und die Zubereitung der Fische so einfach und „schmackhaft“ wie möglich zu machen. „Wer für sich und seine Lieben ein leckeres Fischgericht zubereiten will, bekommt bei uns fast alles, was er dafür benötigt. Passende Gewürze zum Blaukochen, Grillen oder Braten,



**Schwerpunktmäßig wird im Betrieb zwar heiß geräuchert, doch auch der kaltgeräucherte Lachs wird von den Kunden sehr stark nachgefragt.**



**Alexander, Jutta, Katharina und Dieter Krappmann. Die (Schwieger-) Eltern haben den Seehof aufgebaut, der jetzt in zweiter Generation mit großem Engagement weitergeführt wird.**

Marinaden und Würztunken, Weizen- und Würstchen zum Mehlieren und natürlich auch den küchenfertig vorbereiteten Fisch sowie detaillierte Rezeptempfehlungen. Wer es sich dann immer noch nicht zutraut, auch dem kann geholfen werden, denn nach Vorbestellung übernehmen wir den kompletten Service.“ Ebenso praktisch ist es jedoch, gleich den Fischgarten des Seehofes zu besuchen und die Spezialitäten oder trendigen Streetfood-Ideen aus Teich, Fluss und Meer vor Ort zu genießen. Der Fischgarten ist an Wochenenden so gefragt, dass die 20 Tische im Grünen meist voll ausgebucht sind und nur Reservierungen berücksichtigt werden können. „An den Wochenenden kommen im Schnitt etwa 500 Besucher aus allen Altersgruppen und sozialen Gruppen: Familien, Clubs, Verbände und Gesellschaften sowie ganze Belegschaften aus Betrieben hierher. Ohne die tatkräftige Unterstützung und Hilfe unserer Freunde würden wir allein die Arbeit oft kaum schaffen.“

Das Beispiel der Fischzucht Seehof beweist, dass man mit großem persönlichen Einsatz Fisch auch dort erfolgreich verkaufen kann, wo sich „Fuchs und Hase gute Nacht sagen“. Aktuelle Entwicklungen spielen den Krappmanns

sogar in die Hände, denn nicht erst seit Corona haben viele Menschen den Wert der gesunden Natur wieder schätzen gelernt und suchen auch auf kulinarischem Gebiet besondere Erlebnisse. Umso wichtiger ist es, auf solche Möglichkeiten aufmerksam zu machen und potentielle Interessenten zu erreichen. Vieles läuft zwar in der Region über Mund-zu-Mund-Propaganda, doch ebenso wichtig ist es heute, auch „online“ gefunden zu werden. Insbesondere Kathi steckt sehr viel Energie in den Social-Media-Auftritt des Seehofes. „Wir erzählen von unserer täglichen Arbeit und weisen auf die Verkaufs- und Gastronomieangebote bei uns vor Ort hin. Dabei ist es wichtig, immer ehrlich und authentisch aufzutreten, denn jeder Gast, der den Weg zu uns auf sich nimmt, soll auch das vorfinden, was wir online versprechen.“ Auf der informativen Homepage kann man sich für den Newsletter „Fischpost aus Seehof“ anmelden und wird jeden Monat über Angebote, Eventtermine und Neuigkeiten informiert. Einen starken Werbeeffect haben auch touristische Flyer und Broschüren: „Wir bemühen uns, in solchen Informationsschriften mit erwähnt zu werden, um mehr Urlauber und Tagesausflügler zu erreichen.“ *mk*

# Lübbert®

Innovation  
seit 1923



## Wir gratulieren allen Seafood-Star Gewinnern!

### WIR SCHWÄRMEN FÜR FISCH!®

[www.luebbert.de](http://www.luebbert.de)



# FROYA

SUSHI GRADE



Froya distributor  
Germany

# Lübbert®

[www.luebbert.de](http://www.luebbert.de)

[www.froyasalmon.com](http://www.froyasalmon.com)