



Martina Holzapfel (li.) und Birgit Böhme begeistern in ihrem Fachgeschäft und auf zwei Wochenmärkten Käseliebhaber zwischen Ulm und Stuttgart.

Die Glücklichen-Macherinnen

Die Fromagerie Holzapfel in Herrenberg hat sich mit ihrem Angebot hochwertiger Hofkäse, Wein und Feinkost zwischen Ulm und Stuttgart einen Namen bei Käseliebhabern und Feinschmeckern gemacht. Gisela Burger berichtet.

Wirklich gute Lebensmittel lassen sich am besten einfach ursprünglich genießen. Da sind sich Birgit Böhme und Martina Holzapfel einig. Nicht zuletzt für guten Käse gilt dies aus ihrer Sicht. Er hat bereits ein einzigartiges Aroma, wenn diese Bedingungen zusammenspielen: Die Milch stammt aus Weidehaltung und

artgerechter Fütterung und es gibt Raum für Zeit und Sorgfalt bei der Verarbeitung und der Reifung. Diesen einmaligen Geschmack, der dann entsteht, kann zu viel Schnickschnack in Gestalt exotischer Kräuter- und Gewürzmischungen oder anderer Verfeinerungen übertünchen. Deshalb bieten die Frauen in ihrem Stammgeschäft in Herrenberg südlich von Stuttgart zwar auch selbstgemachte Frischkäse-Kreationen mit Schnittlauch, Dill und anderen frischen Zutaten an. Aber ihr Schwerpunkt liegt ganz klar auf länger gereiften Käsespezialitäten von kleinen, auf Qualität bedachten Herstellern.

Etwa 400 Sorten umfasst das Angebot der Fromagerie Holzapfel in Herrenberg. Einen Großteil der Ware beziehen die

Inhaberinnen des Geschäfts direkt. Die Auswahl in der etwa acht Meter langen Theke spricht Feinschmecker, Liebhaber und Kenner an: Allein sieben Sorten Blauschimmelkäse aus Frankreich und Italien liegen gleich am Anfang der Theke aus. Aber auch diverse Hartkäse, Schnittkäse und Weichkäse von Bergsennereien aus der Schweiz sind zu finden. Ebenso Delikatessen aus Italien, Spanien, Frankreich, Deutschland und Österreich. Spezialitäten aus Rohmilch, Ziegenmilch, Schafsmilch und Büffelmilch sind gleichermaßen vertreten. Bekannte Erzeugnisse wie Camembert aus der Normandie bietet das Fachgeschäft an, aber auch Raritäten wie Schnittkäse aus Büffelmilch von der Schwäbischen Alb oder Torre Cremosa, einen Weichkäse aus Ziegen-, Schafs- und Kuhmilch aus dem Piemont. Eine echte Entdeckung für Feinschmecker dürfte auch das Ziegenkäse-Sortiment von einem Affineur aus Lyon sein. „Er hat sich unser Geschäft extra angeschaut, bevor er Lieferant wurde“, sagt Martina Holzapfel.

Die beiden Chefinnen der Fromagerie waren ebenfalls bei jedem Erzeuger, dessen Käse sie gelistet haben, irgendwann einmal vor Ort. „Wenn ich in Urlaub bin, besuche ich Käsereien“, sagt Birgit Böhme, 54 Jahre. Martina Holzapfel, 52 Jahre, macht es genauso. Durch den persönlichen Kontakt zu den Herstellern kennen sie und ihre Mitarbeiter die Geschichten, die hinter den Köstlichkeiten stehen. Sie können erzählen, wie der Hartkäse aus der Bergsennerei in der Schweiz entstanden ist. Oder wie der französische Weichkäse aus Ziegenmilch hergestellt wird.

Im Geschäft in der Herrenberger Schulstraße und auf den zwei Wochenmarkt-Ständen in Ulm und Nagold geben sie diese Geschichten und andere gern an die Kunden weiter. Das Wissen und die persönliche Beziehung zu den Erzeugern seien mit der Exklusivität der Produkte die entscheidenden Wettbewerbsvorteile. Aber es mache auch so erst richtig

Spaß, Käse zu verkaufen, meint Birgit Böhme.

Sie und Martina Holzapfel haben ihre Liebe zu guten Nahrungsmitteln zunächst zum Hobby und dann vor 32 Jahren zum Beruf gemacht. Weil ihnen gekaufte eingelegte Oliven oft nicht so gut schmeckten, begannen sie, diese selbst einzulegen. Mit diesen Produkten starteten sie ihr heutiges Unternehmen, zuerst mit einem Stand auf dem Wochenmarkt in Herrenberg. „Bald kam dann Käse hinzu und dann Wein, was ja nahe liegt“, blickt Birgit Böhme zurück. Heute beschäftigen die beiden Frauen drei Vollzeitkräfte, sieben Teilzeitkräfte und 45 Minijobber.

Der 100 Quadratmeter große Laden in dem alten Fachwerkhaus im Zentrum der 35.000 Einwohner zählenden Stadt bietet alles an, was Liebhaber guter Käse gerne mögen. Die Theke präsentiert zunächst Käse sortiert nach Sorten, Ländern und einzelnen Erzeugern. Im Anschluss bietet sie eine Auswahl an Salami und Schinken aus Italien und Spanien sowie Antipasti, die inzwischen ein externer Lieferant produziert.

Sieben Sorten Käse sind aktuell im Angebot. Die schwarzen, von Hand beschrifteten Tafeln an der Wand hinter der Theke informieren die Kunden. Von jeder Spezialität, die gerade im Fokus steht, kann der Verbraucher Stückchen



In rund acht Meter Theke bietet die Fromagerie ein hochwertiges Käsesortiment von kleinen, handwerklich arbeitenden Hofkäseereien an.

aus Gläsern verkosten, die in der Mitte der Theke stehen. Die Aktionen beziehen immer auch die Käse ein, die monatlich gezielt beworben werden. Im Juli stand beispielsweise das italienische Piemont im Fokus. Aber auch alle anderen Käsesorten können Verbraucher auf Wunsch vor dem Kauf probieren.

Gegenüber der Theke befinden sich Holzregale mit einem breiten Feinkost-Angebot mit Essigen, Ölen, Pesto, Salzgebäck, hochwertiger Schokolade und vieles mehr. In dem etwas abgetrennten Bereich dahin-

ter präsentieren sich etwa 80 Bio-Weine aus Deutschland und Europa in dunklen Holzregalen. „Nachhaltigkeit ist uns einfach ein wichtiges Anliegen“, sagt Martina Holzapfel. Daher finden sich im Sortiment mehrere Öle, Essige und andere Feinkost-Produkte in Bio-Qualität. Beim Käse allerdings wollen sich die Inhaberinnen nicht ausschließlich auf Produkte mit Öko-Siegel beschränken. Denn sonst müssten sie gerade auf viele Raritäten von kleinen Erzeugern verzichten, die zu ihren exklusiven Produkten zählen.



Alle Käse können vor dem Einkauf verkostet werden.

Wein war neben Käse schon länger ein Steckenpferd der Frauen. „Gerade bei uns schätzen die Kunden die Empfehlungen, welcher Tropfen zu welchem Käse passt“, sagt Martina Holzapfel. Etwa einmal im Monat lädt die Fromagerie Holzapfel zu Kundenabenden ein, bei denen Käse und Wein, aber auch andere Produkte aus dem Sortiment, verkostet werden. Oft ist dabei ein Winzer zugegen, der den Laden beliefert. Auch andere Termine können die Kunden wahrnehmen, beispielsweise Ausflüge zu Lieferanten, die auf Grund ihrer Nähe an einem Tag besucht werden können. Jedes Mal seien die Veranstaltungen, für die eine Gebühr erhoben wird, schnell ausgebucht.

Durch einen Durchgang erreicht der Kunde vom Weinbereich aus einen weiteren Raum. Dieser beherbergt ein umfang-



Den passenden Tropfen zum Käse findet der Kunde ebenfalls im Angebot. Zum Feinkostsortiment zählen auch hochwertige Essige und Öle. Seit der kleine Teeladen nebenan zugemacht hat, gehören Kaffee und Tee ebenso zum Angebot.

reiches Tee- und Kaffeesortiment, überwiegend mit losen Tees, die in dekorativen Blechdosen im Regal an der Wand abgefüllt sind. „Der Teeladen in Herrenberg hat vor einem Jahr geschlossen, seitdem bemühen wir uns, dieses Angebot aufrecht zu erhalten“, sagt Birgit Böhme. Die Mitarbeiterin, die früher den Teeladen in der Stadt führte, kümmert sich an einem Tag in der Woche um das Sortiment.

Die Fromagerie Holzapfel befindet sich im Erdgeschoss eines mittelalterlichen, denkmalgeschützten Hauses. Martina Holzapfel und Birgit Böhme haben die Räume selbst renoviert. „Wir haben das Neue mit dem Alten verbunden, aber, wie bei unseren Lebensmitteln, das Ursprüngliche zur Geltung bringen wollen“, erläutert Birgit Böhme

die Idee zur Gestaltung. Deshalb gehen Fliesen und Steinfußboden ineinander über. Zwischen weißem Putz zeigen sich immer wieder die alten Holzbalken und Mauern.

Außer dem Verkauf bietet das Unternehmen Catering mit einem Schwerpunkt auf Käse und Antipasti an. Vor allem Firmen und Ausrichter von Geburtstagsfeiern nutzen das Angebot. „In diesem Bereich nehmen die Anfragen zu“, berichtet Martina Holzapfel. Für das Zubereiten der kalten und warmen Speisen, die auch für die Kundenveranstaltungen benötigt werden, dient die Küche, die sich im Geschäft befindet. Oft steht Birgit Böhme selbst am Herd.

Das Profil als Fachgeschäft zu stärken, ist ein wichtiges Anliegen. Um die Kunden

kompetent informieren und beraten zu können, durchlaufen alle Kräfte ein mehrstufiges Qualifizierungssystem. Zuständig hierfür ist eine angestellte Mitarbeiterin. Birgit Böhme und Martina Holzapfel haben den Bereich und auch andere Leitungsaufgaben bewusst delegiert. „Wir machen überall mit, nicht zuletzt im Verkauf. Dadurch haben wir den besten Kontakt zu Kunden und Mitarbeitern“, sagt Martina Holzapfel. Außer Produktwissen und Beratungskompetenz bildet der Service einen wesentlichen Wettbewerbsvorteil der Fromagerie Holzapfel. So wird für Kunden das eine oder andere Produkt öfters extra bestellt. Ein Angebot, das sehr gut läuft, sind Geschenkkörbe. Diese gestalten die Mitarbeiter zumeist mit den Körben und Kisten, in welche die Käsespezialitäten bei der Lieferung verpackt sind. „Die Behältnisse sehen gut aus und werden so wiederverwendet – auch eine Form der Nachhaltigkeit“, erklärt Birgit Böhme.

Die Kunden kommen aus Herrenberg und Umgebung, manche aber auch aus Ulm oder Stuttgart. „Sie eint, dass sie Wert auf gutes Essen legen“, meint Martina Holzapfel. Zehn bis 15 Euro beträgt der Durchschnittsbau auf den Wochenmärkten. Im Stammgeschäft geben die Kunden oft das Doppelte und mehr aus. „Wir machen einen guten Job, wenn wir die Kunden glücklich machen und die Mitarbeiter begeistern“, sagt Birgit Böhme. Sie glaubt, dass ihnen beides insgesamt ganz gut gelingt.



Mit eingelegten Oliven fing alles an. Sie gehören auch heute noch zum Sortiment. Auch hochwertige Wurst- und Schinenspezialitäten gehören zum Sortiment.