

# Glücksbringer für Feinschmecker

Nürnberger Händler gehört zum erlesenen Kreis der «Maitres de Taste Fromage»



Wolf-Dieter Harrer

Schokoriegel und Pralinen machen glücklich, verheißen die Hersteller. Der Nürnberger Wolf-Dieter Harrer nimmt das auch für Käse in Anspruch. In vierter Generation handelt er mit Molkereiprodukten - und inzwischen generell mit Feinkostartikeln und Lebensmitteln. Sein Erfahrungsschatz und seine Kenntnisse haben ihm die Mitgliedschaft im erlesenen Kreis der nur 30-köpfigen Bruderschaft der Maître de Taste Fromage eingebracht.

«Ich brauche heute noch 100 Austern», fleht der Koch eines renommierten Hotels am Telefon. Und auf der Zutatenliste für ein Festbankett hat ein Partyservice 20 Lobster vergessen. Was tun?

Hilferufe dieser Art erhält Harrer zwar nicht alle Tage. Aber solche Feuerwehreinsätze nimmt er als sportliche Herausforderung: Gestützt auf eine reich gespickte Datenbank aus Geschäftskontakten in aller Welt gelingt es ihm mit ein paar Anrufen und Mails immer wieder, seinen Kunden – vor allem in der Gastrobranche – aus der Verlegenheit zu helfen.

Als er in einem Fall den Empfang einer Fluglinie «retten» sollte, konnte diese praktischerweise gleich den Transport übernehmen und die gewünschten Delikatessen mit ihrer Maschine aus Paris herbeischaffen.

Die Beispiele mögen Glanzlichter sein, beleuchten aber zugleich den tiefgreifenden Wandel des ganzen Geschäftsfeldes: «Einfach Handelsvertreter und Lieferant zu sein, genügt nicht mehr», sagt der Nürnberger. Als Mittelständler hat er seine Nische gefunden, indem er umfassende Problemlösungen jenseits der Standardprodukte von Großlieferanten bietet - und absolute Verlässlichkeit als Trumpf in die Schale wirft.

Der Warenumsatz mit An- und Auslieferung spielt sich gewöhnlich innerhalb weniger Nachtstunden ab; tagsüber ist Harrer ganz mit der Organisation von Bestellungen, mit Verhandlungen und Beratungen beschäftigt. Das Spektrum seiner Abnehmer reicht von Gastronomen über Großküchen, etwa von Kliniken, bis zum Einzelhandel, speziell Geschäfte mit gut sortierten Käsetheken.

## Internetshop geplant

Er selbst betreibt allerdings kein eigenes Ladengeschäft für den privaten Endverbraucher – ein Internetshop soll diese Lücke demnächst halbwegs schließen. Auch wenn es darauf ankommt, für neue Waren oder Produktionsverfahren Zutaten wie Curry- oder Honigpulver zu finden, die besonderen Anforderungen genügen müssen, empfiehlt sich Harrer als Pfadfinder und Makler. Nicht zuletzt suchen gelegentlich Behördenmitarbeiter den Rat und die Fachkunde des Nürnbergers. Wie aber wird einer wie der heute 64-Jährige zum «Käse-Narren»? Lang darüber nachdenken musste Harrer nie: «Ich bin damit einfach aufgewachsen», erklärt er. Schon als Junge musste er mit anpacken und erlebte im Familienbetrieb hautnah mit, was es alles zu tun gab. Damals baute sein Vater das Unternehmen nach den Kriegszerstörungen aus bescheidensten Anfängen gerade neu auf.

Gegründet hatte es Fritz Harrer 1875 - nach ihm ist die Firma noch heute benannt. Er war noch mit Pferdefuhrwerken unterwegs gewesen, um Milchprodukte, Margarine und Pumpnickel aus der und für die Region zu besorgen. Das Auslandsgeschäft entwickelte sich erst nach dem Zweiten Weltkrieg in größerem Stil.

Als Wolf-Dietrich Harrer nach seinem Betriebswirtschaftsstudium die Leitung von Einkauf und Vertrieb der Molkereiprodukte übernahm, entschied er sich für eine zukunftssträchtige Weichenstellung: Er konzentrierte sich auf für bestimmte Regionen typische, nach herkömmlichen Rezepten gefertigte Rohmilchkäsesorten und nahm damit das erst später breit propagierte «Original-regional»-Konzept vorweg.

Ob Reblochon oder Chabichou, Edamer oder Tilsiter, stets geht es um Käse aus natürlicher, also nicht homogenisierter und pasteurisierter Milch. Geschmacksunterschiede ergeben sich nicht nur nach dem Alter der jeweiligen Sorten, sondern auch nach Jahreszeiten und danach, ob die Tiere frisches Weidegras oder Stallfutter erhalten haben. «Ich will die Leute wieder mit dem Urgeschmack vertraut machen», lässt Harrer eine missionarische Ader erkennen.

Was eher durch einen Zufall entstand, hat er deshalb inzwischen zu einem Tätigkeitsfeld ausgebaut, das auch noch Spaß macht: In Seminaren vermittelt er den Teilnehmern mit einer Verkostung von sieben bis acht Sorten Interessantes und Amüsantes rund um Herstellung und Merkmale von Käse - und lässt auch die Frage nicht aus, wie denn die Löcher etwa in den Emmentaler kommen. Und die Teilnehmer erfahren, dass Käse die Bildung des Botenstoffes Serotonin im Körper fördere, der Laune und Verhalten positiv beeinflusst, wie Psychologen an der Universität Cambridge herausgefunden haben wollen.

Wolfgang Heilig-Achneck