

... Von Eva Kaiserseder

**N**euer Claim und ein softes Repackaging: Der Seafood-Spezialist Yuu'n Mee, ohnehin im Premiumsegment positioniert, will damit „auch den optischen Unterschied zur herkömmlichen Garnele weiter vergrößern“, so Gründer und Eigentümer Robert Herman. Im medianet-Gespräch erzählt er von den Anfangstagen der Marke, warum ihn Nachhaltigkeit als bloße Worthülse nicht interessiert und was die perfekte Garnele ausmacht.

**medianet:** Sie haben Yuu'n Mee vor nunmehr 14 Jahren gegründet. Was war der Beweggrund dafür?

**Robert Herman:** Damals noch für McDonald's, habe ich unter anderem in der Qualitätssicherung und im Einkauf gearbeitet. In Bezug auf Garnelen sind wir dafür bis nach Thailand gefahren – und haben festgestellt, mit unseren gewohnten, heimischen Standards hat das dortige Sourcing nichts zu tun. Die Garnelen wurden an Broker verkauft, nach Größe sortiert, und die Herkunft war dabei unwesentlich. Uns war aber gerade das wichtig. Schließlich haben wir gemeinsam mit dem Department of Fishery (vergleichbar etwa dem österreichischen Landwirtschaftsministerium, Anm. d. Red.) die Praktiken wesentlich verbessert. So entstand ein Code of Conduct, ein gangbarer Weg für Lieferanten und Abnehmer, der ein Premiumprodukt garantiert.

**medianet:** Und daraus wurde die Idee für das eigene Unternehmen geboren.

**Herman:** Genau. Ich wollte die Ärmel hochkrempeln, diesen Weg weitergehen, das Risiko wagen. Und das Thema Garnelen und Seafood war definitiv eines,



© Sabine Klimpt

„Die Österreicher essen wenig Fisch und Seafood, 7 Kilo pro Kopf; 18 Kilo sind es europaweit.“

**Robert Herman**  
Yuu'n Mee  
Gründer & GF

wo ich gespürt habe, das Richtige zu tun. Angefühlt hat sich das durchaus hin und wieder nach purem Wahnsinn (lacht), aber unser Konzept ging glücklicherweise auf. Noch dazu haben wir mit McDonald's eine Kooperation gehabt, die mir und meinem Partner Klaus Palmethofer sozusagen ein Back-up ermöglicht hat: McDonald's hat unsere Idee mitgetragen, und wir haben im Gegenzug Produktentwicklungen gemacht und Innovationen aufgespürt. Noch heute besteht hier eine sehr stabile Zusammenarbeit, die Garnelen bei McDonald's stammen in vielen Ländern von Yuu'n Mee.

**medianet:** Yuu'n Mee hat z.B. die ersten Bio-Garnelen in Österreich gemeinsam mit dem WWF gelauncht. Nachhaltigkeit ist ein inflationär benutztes Wort geworden. Was heißt das konkret für Sie?

**Herman:** Für uns als Unternehmen ist das Thema essenziell.

Erstens ist es ein Differenzierungsmerkmal, und Produkte, die eine Geschichte erzählen, sind automatisch spannender. Hier sehe ich noch viel Luft nach oben, übrigens auch in der Gastronomie, wo sich in den nächsten Jahren sicher noch viel tun wird. Und zweitens ist Nachhaltigkeit eine Haltung und kein Trend. Egal, ob es dabei um ökologische, ökonomische oder soziale Nachhaltigkeit geht – alle drei sind gleichwertig. Dieses Thema wird auch nicht verschwinden, da bin ich mir absolut sicher, im Gegenteil.

**medianet:** Der aktuelle Soft Relaunch – was will man damit kommunizieren?

**Herman:** Da muss ich die Geschichte des Unternehmens ein bisschen skizzieren. Gegründet haben wir Yuu'n Mee, weil wir an etwas glauben – schlicht an beste Qualität. Unser erster Claim hat das ganz gut ausgedrückt: Best Seafood. Später wollten wir mit unserer Marke auf die nächste Ebene, der Claim dazu hieß: Spirit of Seafood. Und jetzt sind wir konsequenterweise dabei, den Unterschied zwischen einer billigen, lieblos hergestellten Garnele und einer in Premiumqualität selbstbewusst weiter zu betonen: Finest Seafood. Enjoy the Difference, lautet das dazugehörige Mindset.

**medianet:** Eine Portfolioerweiterung gab es außerdem in Sachen Fisch.

**Herman:** Im Großhandel sind wir ja seit mehreren Jahren

etwa mit Kabeljau, Scholle oder Thunfisch präsent, allerdings sind jetzt Hecht und Zander neu im LEH erhältlich. Wir arbeiten mit lokalen Fischereien aus dem Wogadelta zusammen. Und in der panierten Range gibt es den Polardorsch mit MSc-Zertifikat.

**medianet:** Ist der Plafond jetzt erreicht, und was sind die mittelfristigen Ziele für Yuu'n Mee?

**Herman:** Die Österreicher essen verhältnismäßig wenig Fisch und Meeresfrüchte, nur sieben Kilo pro Kopf jährlich; der europäische Schnitt liegt allerdings bei 18 Kilo. Die Nachfrage zu steigern, ist unser Hauptaugenmerk, ganz klar – seien es Events, Leuchtturmprojekte in der Gastronomie oder Social Media. Uns ist das ja schon einmal gelungen. Seafood war in Österreich kein besonders großes Thema, aber jetzt sind die Regale gut gefüllt und parallel zur Nachfrage gewachsen.

**medianet:** Last but not least – wie ist die perfekte Garnele?

**Herman:** Sie stammt aus einer Farm mit fairer Besatzdichte, ist gesund und antibiotikafrei aufgewachsen und frei von Zusatzstoffen wie häufig eingesetzten Phosphaten oder E-Nummern. Den Unterschied schmeckt man.

## Herzstück Garnele

### Breit aufgestellte Delikatessen

Yuu'n Mee wurde 2005 von Robert Herman und seinem Partner Klaus Palmethofer gegründet. Das Sortiment umfasst mittlerweile 35 Produkte – von der Black Tiger-Garnele über Kabeljau bis zum panierten MSc-Polardorsch. Vorreiter war man etwa bei der AsC (Aquaculture Stewardship Council)-Zertifizierung, etwa bei den Garnelen. Yuu'n Mee ist neben dem Großhandel (Metro, Eurogast-Gruppe, AGM, Kastner) bei Merkur, Spar oder Billa gelistet. Auch beim Fastfoodkonzern McDonald's stammen die Garnelen vielfach von Yuu'n Mee.