



Mit dem Markthandel groß geworden.

Joachim Buers ist mit seinem Verkaufsmobil auf den Essener Wochenmärkten unterwegs. Seine Leidenschaft für Käse zeigt er mit einem internationalen Sortiment.

Auf dem Wochenmarkt im Zentrum von Essen-Kettwig herrscht um 6.00 Uhr emsiges Treiben. 22 Händler präsentieren ihre Ware an den Marktständen und in Verkaufsmobilen. Schnell wird hier und da noch umgeräumt oder das Angebot ergänzt, das an diesem Tag bis etwa 13.00 Uhr verkauft werden soll.

Das ist auch die Zeit, in der Joachim Buers und seine Frau Beate mit dem Verkaufsmobil auf ihrem Stammpplatz des Wochenmarkts stehen. Es gibt eine Marktordnung, die festlegt, wer auf welchem Platz steht. „Auf diesem Platz standen schon meine Eltern mit ihrem Wagen“, erzählt Joachim Buers stolz. Die Eltern von Joachim Buers starteten 1968 mit einem Markthandel in Essen. Sie verkauften damals neben verschiedenen Käsesorten auch Milch und Margarine. Beate und Joachim Buers haben sich auf europäische Käsesorten spezialisiert. Sommer wie Winter stehen sie mit

ihrem Verkaufsmobil an fünf Tagen in der Woche auf den Märkten in Essen-Holsterhausen, -Kettwig und -Bergerhausen. In Essen-Rüttenscheid stehen sie an zwei Tagen und in Holsterhausen ist Buers auf dem ersten Nachmittagsmarkt in Essen mit seinem mobilen Käsehandel dabei.

Spezialisiert auf Käse aus Europa

„Ich arbeite seit 33 Jahren im Markthandel und habe das Geschäft vor 28 Jahren von meinen Eltern übernommen“, sagt Joachim Buers. „Mit der Übernahme begann für mich eine neue Zeit, die auch Veränderungen mit sich brachte“, ergänzt der Käsefachmann. „Wir haben alles und mehr“, steht auf einem Schild am Verkaufsmobil. „Das Sortiment habe ich umgestellt. Ich würde sagen, dass es fast keinen Käse gibt, den ich nicht persönlich probiert habe“, schmunzelt Joachim Buers. Aktuell führen wir Käse aus 16 Ländern Europas und aus den USA. Im letzten Jahr kam beispielsweise ein Blauschimmelkäse aus Tschechien dazu, zwei Jahre zuvor verschiedene Käse aus Liechtenstein. Mittlerweile haben sie alle einen festen Platz im Sortiment. Während der Wintermonate, von November bis April, sind es nahezu 500 verschiedene Käse, die der Markthändler für seine Kunden bereithält. In den Sommermo-

naten, von Mai bis Oktober, wird das Angebot auf etwa 200 Sorten reduziert. Einmal die Woche wird Joachim Buers von der Firma Ruwisch und Zuck beliefert. „Seit 27 Jahren kenne ich Gottfried Weger, Verkaufsberater bei Ruwisch & Zuck, wir sind wie ein altes Ehepaar und tauschen unser Wissen rund um Käse aus“, erzählt Joachim Buers lächelnd. Im Sommer 2017 wurde dem Käseexperten eine besondere Ehre zuteil: Er wurde während einer feierlichen Zeremonie in Strasbourg in die „Guilde Internationale des Fromagers“ aufgenommen.

Neue Käse probieren

Der Herbst ist die Zeit, in der der Markthändler gerne neue Käsesorten und Geschmacksrichtungen ausprobiert. Dann lädt er Kunden sowie Freunde zu einer Mini-Hausmesse und zur Verkostung ein. Anhand der so gewonnenen Erkenntnisse stellt er sein Sortiment zusammen, vergrößert das Angebot oder streicht Ladenhüter. „Meine Eltern führten in den 80er Jahren bis zu 70 verschiedene Goudasorten. Jetzt sind es nur noch sechs Sorten, dafür aber 50 bis 60 verschiedene Bergkäse, die wir anbieten.“ Bergkäse aus der Schweiz, aus Österreich, Frankreich sowie aus Deutschland sind einige der Highlights. Dennoch schwören Beate und Joachim Buers auch auf den Kronengouda aus Holland mit dem zarten Schmelz. Auch ein Käse, der schon bei den Eltern seinen Stammpplatz im Sortiment hatte.

Geschmack steht im Fokus

Darüber hinaus fallen die Bio-Käse aus dem Norden Deutschlands von der Rohmilchkäserei Backenscholz oder verschiedene Bio-Weichkäse aus der Schweiz, von BonCas, beim Betrachten der Auslage sofort ins Auge. Bio-Schnittkäse von Söbbeke sind ebenfalls dabei. „Der Fokus bei uns liegt allerdings nicht auf Bio, sondern auf dem guten Geschmack“, so der Inhaber. Selbst hergestellte Frischkäsespezialitäten ergänzen das reichhaltige Käse-Angebot, das auch Schafs- und Ziegenkäse sowie ein Vollsortiment an Milchfrischprodukten enthält.

Joachim und Beate Buers haben auf jedem der Marktplätze Stammkunden, ältere, wie junge, Familien und Singles. Wenn es auch nur drei Scheiben mittelalter Gouda sind, die von einer älteren Kundin gekauft werden, das Ehepaar kennt jeden von ihnen persönlich. Beate Buers kommt hinter ihrem Verkaufstresen aus dem Wagen und reicht dem Kunden, der mit dem Rollator vor der Verkaufstheke an dem Fahrzeug steht, sein Käsepaket.



Gleichzeitig nimmt sie sich den Rechnungsbetrag für die Ware aus dem Portemonnaie des Kunden. „Das ist für uns selbstverständlich“, sagt Joachim Buers. In den Abendstunden macht er noch seine Runde, dann fährt er Käsepakete zu Kunden, die nicht mehr selbst auf den Wochenmarkt kommen können.

Mit seinem Verkaufsmobil, das 2013 von der Firma Issele nach seinen Wünschen gestaltet wurde, arbeitet Joachim Buers sowohl ökologisch als auch ökonomisch: „Unser fast acht Meter langes Fahrzeug ersetzt das Lager und das Kühlhaus.“ Die Ware wird in der Frühe auf den Markt nach Essen-Kettwig geliefert und direkt in die sechs Meter lange Theke und die Rückwandregale des Verkaufsmobils eingeräumt. „Durch ein optimales Kühlsystem mit zwei Kühlmaschinen erreichen wir auch im Sommer, bei einer Außentemperatur von 32° C, in der Theke die ausreichende Temperatur von 5 bis 6° C und könnten sogar -2° C erreichen.“ Samstags ist der letzte Verkaufstag der Woche, dann sind die Buers bis auf wenige Käsesorten leer gekauft. Das Verkaufsmobil wird geräumt und gesäubert, bis dienstags wieder neue Ware kommt und das Mobil binnen einer Stunde eingeräumt wird.

Nachwuchssorgen im Markthandel

Bei der großen Käsevielfalt, den langjährigen Erfahrungen im Markthandel und dem ungebrochenen Enthusiasmus in Sachen Käse plagen Joachim Buers dennoch Nachwuchssorgen. „Der Markthandel stirbt langsam aus. Selbst große Prestigemärkte fangen langsam an abzubauen“, erklärt der Markthändler. Die beiden Töchter der Buers gehen bereits ihre eigenen Wege. Ab 2022 wird der Gesetzgeber ein einheitliches Kassensystem vorschreiben. Investitionen, die nicht jeder Markthändler stemmen kann. Vielleicht sind es die neuen Marktkonzepte, zu anderen Tageszeiten, oder zusätzliche Marktstände mit Direktverzehr um den Wochenmarkt für viele Kundengruppen attraktiv zu halten?

