



Nikolaus Effler gründete das Gewürzwerk und gab ihm in Anlehnung an den ostafrikanischen Stamm Nuba den Namen Nubassa.

Faszination Gewürze

Seit 90 Jahren steht der Name Nubassa für Geschmack und Qualität. Anlässlich des Jubiläums gaben die beiden Geschäftsführer Marcus Effler, Enkel des Gründers und sein Schwager Michael Mohr ein Interview.

Ferne Länder, Abenteuer, ein Hauch Exotik und eine gute Prise Sinn fürs Geschäft – Nikolaus Effler war früh fasziniert von Gewürzen. Seine Vision: Er wollte die ganze Vielfalt in bester Qualität ins Fleischerhandwerk bringen. Zur Firmengründung 1933 hatte er die besten Lieferanten ausgewählt. Heute beliefert das Unternehmen vom südhessischen Viernheim aus Metzgereien, die Fleischwarenindustrie, Lebensmittelhersteller, Gastronomen und Caterer in über 40 Ländern weltweit. Das Portfolio umfasst mehr als 4.000 Produkte, darunter Gewürzmischungen, Kräuter, Dekor-Gewürze, Marinaden, Grillöle, Saucen und Panaden sowie eine breite Range an Hilfsmitteln für die Herstellung und Veredelung von Fleisch- und Wurstwaren sowie Hilfs- und Zusatzstoffe wie Aromen, Farbstoffe und Emulgatoren.



Führen heute die Geschäfte: Michael Mohr (li.) und sein Schwager Marcus Effler.

Fotos: Nubassa Gewürzwerk

Sie sagen, Ihr Qualitätsversprechen, nur beste Produkte anzubieten, gilt noch immer. Wie stellen Sie das sicher?

Marcus Effler: Wir kaufen nur bei den besten und zuverlässigsten Lieferanten ein und prüfen jede einzelne Charge im eigenen Labor, bevor wir vermahlen oder produzieren. Da wir auf langjährige Partnerschaften setzen, statt dem günstigsten Preis hinterherzujagen, erhalten wir auch bei knapperen Rohstoffmengen stets ausreichend Rohwaren, um unsere Kunden zuverlässig zu beliefern. In Sachen Qualität sind wir nicht zuletzt dank unseres Nubafrost® Kaltmahlverfahrens vorne dabei, denn es garantiert eine sehr schonende und aromaschützende Verarbeitung.

Auf welche Trends setzen Sie aktuell?

Michael Mohr: Es ist toll, dass Gewürze wieder einen sehr viel höheren Stellenwert haben. Die Vielfalt ihrer Aromen, aber auch ihre heilende und entzündliche Wirkung rückt wieder stärker ins Bewusstsein. Pfeffer sehen wir als Trendthema – zu Recht, denn es gibt unzählige Sorten mit unterschiedlichsten Ausprägungen von Aromen und Schärfe zu entdecken. Der Grill- und Burger-Trend ist ungeboren. Mischungen und Marinaden für verschiedenste Kreationen sorgen dabei für Differenzierung in der Theke. Auch der Convenience-Bereich wird weiter wachsen, während Verbraucher zugleich auf der Suche nach Produkten und Gerichten ohne Zusatzstoffe sind. Darauf reagieren wir mit dem passenden Angebot.

Mit welchen Strategien geht Nubassa in die kommenden Jahre?

Michael Mohr: Mit Innovationskraft, Investitionen und guter Kundenbindung. Nachhaltigkeit steht ganz oben auf der Agenda und wir investieren kontinuierlich in unser Werk. So haben wir einen 10-Tonnen-Mischer in Betrieb genommen und unser ganzes Werk mit Hebeanlagen ausgestattet, um die Mitarbeiter zu entlasten. Für unsere Kunden setzen wir bei Bedarf auf individuelle Lösungen und erarbeiten mit ihnen neue Produktkonzepte, so dass sie wettbewerbsfähig bleiben und die Nase vorn haben. Nicht zuletzt vermitteln wir bei uns in Seminaren und Workshops wertvolles Know-how.

www.nubassa.de