



Max Schmid, 1906 -1993, Gründer der schweizerischen Frionor-Aktivitäten.

Bereits 1933 importierte er norwegischen Fisch in die Schweiz. Ab 1946 entwickelte er den Schweizer Markt zu einem eigentlichen Testmarkt für tiefgekühlte Fischfilets. Viele Ideen und Entwicklungen konnten vom

Schweizer Markt für andere Märkte übernommen werden - mit durchschlagendem Erfolg. Norge Fisk wurde 1973 zugunsten von Frionor aufgegeben.



Das erste Logo der ursprünglichen Firma Norge Fisk wurde von Jean Keller gezeichnet. Der Firmename Norge

Fisk wurde 1973 zugunsten von Frionor aufgegeben



So sah 1946 der Frionor-Schriftzug mit dem Kompass im «O» aus. Er war weniger gut lesbar

als der spätere.

Das aktuelle FRIONOR-Logo



Die schweizerisch- norwegische Erfolgsgeschichte seit 1933 - und sie geht weiter.

1933 gründet Max Schmid Senior in Basel seine Einzelfirma Norge Fisk. Er handelt - wie der Name erahnen lässt - mit Fisch aus Norwegen. Die Entwicklung der Tiefkühlprodukte steckt noch in den Kinderschuhen.

1939 bis 1945 kommen wegen des Zweiten Weltkrieges die Aktivitäten rund um den Handel mit Fisch praktisch zum Erliegen. 1946 erwacht Europa allmählich aus den Trümmern. Der Handel wird wieder aufgenommen. Alte Kontakte werden aufgefrischt. Die norwegischen Partner offerieren Max Schmid Senior, den Import von tiefgekühltem Fisch in die Schweiz aufzubauen. Mit viel Geduld und Mühe wird der Markt in der Nachkriegszeit bearbeitet. Bald aber stellen sich schöne Erfolge ein.

1946 Max Schmid Senior kreiert den Marken Namen FRIONOR.

1953 kommen - nach langem Hin und Her mit den Bewilligungsbehörden - die ersten panierten rohen Dorschfilets unter der Marke Frionor auf den Schweizer Markt. Die Tiefkühltechnologie macht grosse Fortschritte, der Handel entdeckt diesen zukunftssträchtigen Markt und investiert in die Kühlkette, die vom Produzenten bis zum Konsumenten durchgehend sein muss.

1962 erscheinen die ersten „pre-fried“ Fischstäbchen auf dem Markt und schaffen neue Bedürfnisse. Kinder lieben - bis heute - Fischstäbchen. Im gleichen Jahr steigt Sohn Max P. Schmid in das Unternehmen ein. Werbung - mit dem aufkommenden Werbefernsehen - wird für den Markterfolg immer wichtiger. Auch der Handel verändert sich zunehmend, die Zahl der Selbstbedienungsläden wächst unaufhaltsam und damit das Tiefkühlangebot. Vorerst kauft die Hausfrau den tiefgekühlten Fisch, um ihn daheim sofort aufzutauen und zuzubereiten, denn die wenigsten haben eine Tiefkühltruhe zu Hause. Diese wird erst in den Siebzigern Allgemeingut.

1973 wird die Norge Fisk in Frionor AG umgewandelt. 70% der Aktien halten die norwegischen Partner.

Max Schmid Senior und Junior halten zusammen 30%. Dank neuen Ideen und neuen Fischarten wächst das Sortiment. Was in der Schweiz Erfolg hat, wird oft auch in anderen Märkten zum Verkaufsschlager. Die tiefgekühlten Fischprodukte haben sich bei den Konsumenten durchgesetzt. Anfang der Achtzigerjahre wird innerhalb der Frionor AG das internationale Geschäft aufgebaut.

1998 wird die internationale Abteilung der Frionor AG in die Norway Seafoods (Switzerland) AG ausgegliedert. Die Besitzverhältnisse sind gleich wie bei der Frionor AG (70% bei den nordischen Partnern, 30% bei Max P. Schmid).

1999 übernimmt Max P. Schmid die Aktien der Norway Seafoods (Switzerland) AG. Als Alleinaktionär firmiert er das nun 100% schweizerische Unternehmen in Atlantic Pacific Seafood Ltd. um.

2000 wird mit den norwegisch-schwedischen Partnern für den Schweizer Markt ein Lizenzvertrag für die Marke Frionor abgeschlossen. Max P. Schmid übernimmt die Frionor AG zu 100%. Sie ist somit nach 27 Jahren wieder eine reine Schweizer Firma.

2006 übernimmt Pacovis AG, Stetten die FRIONOR AG

2013 übernimmt die Fresh & Frozen AG, Wohlen die FRIONOR AG

2015 übernimmt Remo Glaus die Frionor.