



FLEISCHEREI FREESE

Goldenstedter Str. 9, 49429 Visbek
 Telefon: 04445 7513 und 7320
 www.fleischerei-freese.de

Aktivitäten: Fleischer-Fachgeschäft, Partyservice, Imbiss, Grillrestaurant, Versandhandel

Handwerksbetrieb: von der Schlachtung bis zum Endprodukt

Besonderheiten: Spezialitäten aus eigener Herstellung

■ PORTRÄT

Regionales europaweit

Raus aus der Vergleichbarkeit – Fleischermeister und Firmenchef Ludger Freese ist dieser Schritt mit Spezialitäten, die zur Vorratshaltung geeignet sind, gelungen. Und mit dem Internet hat er einen neuen Absatzweg erschlossen.

Seinen Namen findet man in allen Suchmaschinen. Das Absatzgebiet seiner Produkte reicht von Finnland bis Spanien. Ludger Freese hat diese Präsenz einer genialen Idee zu verdanken, die in den IT-Boomjahren geboren wurde. Der Metzgermeister aus Visbek brachte das Internet mit der Wurst in Verbindung, indem er die www.world-wide-wurst.de – ein Brotbelag aus Schweine- und Geflügelfleisch – kreierte. „Die Welt ist eine Scheibe. Schneid’ dir deine ab“, fordert Freese online auf und machte nicht nur die Internet-Surfer neugierig, sondern sorgte auch für Schlag-



zeilen in den Medien. So viel PR für einen Artikel – Freese sollte es nur recht sein. Profitieren konnte davon das gesamte Familienunternehmen, das 1957 im Schweinegürtel der Republik – wie die Region wegen der vielen fleischverarbeitenden Betriebe genannt wird – gegründet wurde.

Schritt für Schritt zum Erfolg

Zur Fleischerei kamen schnell ein Imbiss- und Grillrestaurant sowie ein Partyservice dazu. Ludger Freese übernahm den elterlichen Betrieb 1988 und im Millenniumjahr startete er mit seinem Internetauftritt, der längst einige Auszeichnungen be-

kommen hat. Aus dem ursprünglichen Hobby entwuchs ein Versandhandel, heute das fünfte Standbein des Unternehmens.

„Der Durchbruch im World Wide Web hat gut eineinhalb Jahre auf sich warten lassen,“ erinnert sich Freese, der zunächst nur fünf bis sechs Produkte aus eigener Herstellung im virtuellen Shop anbot. Die Palette hat sich längst erweitert, um Spezialitäten, die es woanders nicht gibt. Sie stammen alle aus Freeses eigener Großküche. Dosensuppen wie die Mockturtle (eine gebundene Suppe in Art einer Ochschwanzsuppe), verschiedene Schinken selbst geräuchert, diverse Wurstsorten und Eisbein im Glas oder ein Grünkohlpaket mit Kohlpinkel, Kassler und Kochmettwurst verlassen Visbek heute in alle Himmelsrichtungen.



Wurstproduktion: Clemens Thale bereitet den Räucherofen vor.



Partyservice: Auch Buffets für bis zu 500 Personen richten die Freeses aus.



Mittagstisch: Handwerker gehören zu den Stammkunden im Imbissbetrieb

Wer sich nicht entscheiden kann oder gleich mehr testen will, fordert bei Freese ein Kennenlern-Paket für 20 Euro an.

Bis 100 Euro Bestellwert werden noch 7,50 Euro Versandkosten berechnet. Was darüber liegt, kommt frei Haus. Bei größeren Aufträgen gibt es noch ein Give-away gratis, etwa einen Schokoladennikolaus vor Weihnachten, eine Rezeptbroschüre oder ein Steakmesser.

Die Logistik hat sich der gelernte Fleischermeister erst erarbeiten müssen, etwa was per Paketdienst und was per Post auf den Weg gebracht wird oder dass man für bestimmte Länder eine Zollnummer braucht. Und damit die Ware übers Wochenende nicht in einem Verteilzentrum lagert, wird nur montags bis mittwochs verschickt. Die Zahlung läuft per Nachnahme oder Vorkasse.

2.000 User klicken pro Woche www.fleischerei-freese.de an, darunter auch viele Stammkunden, die die regionalen Besonderheiten schätzen.

Der Laden: Carola und Ludger Freese mit ihrem Team im Verkauf.



Geht erst eine Order ein, muss sie zuverlässig und schnell bearbeitet werden. Freese: „Wir nehmen mit unseren Kunden drei Mal Kontakt auf, indem wir die Bestellung bestätigen, dann benachrichtigen wir, wann wir die Sendung aufgegeben haben und nach einigen Tagen haken wir nach, ob alles zur Zufriedenheit angekommen ist.“ Fixe Kosten fallen für die Pflege der Internetseiten durch eine Agentur an.

Alles aus einer Hand

Das Paketpacken wird nebenbei erledigt. Zwar trägt der Versandhandel nur zwei Prozent zum Gesamtumsatz des Unternehmens bei, der Imagegewinn und die Synergieeffekte sind aber enorm. Davon profitiert auch das stationäre Geschäft, wo die Dosen- und Fertiggerichte schon immer fester Bestandteil des Sortiments sind. Last but not least kann die Produktion noch besser ausgelastet werden: Die langen Mindesthaltbarkeitszeiten von zwei Jahren stehen

für eine effektive Kapazitätsauslastung, da auf Vorrat produziert werden kann. Es sind nur ganz wenige Artikel, die Freese zukaft. Von der Schlachtung bis zum Endprodukt kommt alles aus der eigenen Herstellung. Herzstück des Unternehmens ist die Großküche, in der täglich frisch geputzt, geschnebelt, gekocht und zubereitet wird. Hier entstehen die Spezialitäten für den europaweiten Versand sowie Buffets für bis zu 500 Personen.

Aldi & Co. machen dem Betrieb nicht zu schaffen: Schließlich hat sich das Fachgeschäft mit der Vermarktung von Spezialsortimenten über Visbek hinaus einen Namen gemacht. ■

DelicARNE TIPP

DOSENWARE ALS PENDANT ZUM FRISCHESORTIMENT

- Dank ihrer langen Haltbarkeit ist Dosenware ein unkomplizierter Sortimentsbaustein
- Erklären Sie Kunden die Vorteile der Vorratshaltung: Dosen bieten sich auch für Camping, Urlaub oder als Präsent an
- Grenzen Sie das Angebot deutlich zu anderen Wettbewerbern ab, indem Sie individuelle Menüs anbieten. Hausgemachtes ist gefragt
- Machen Sie den Kunden Appetit mit Verkaufsförderungsmaßnahmen, Verkostungen, Rezeptvorschlägen, Verzehrveranstaltungen, Wissenswerten zum Gericht
- Platzieren Sie die Dosen und Gläser an prominenter Stelle im Geschäft. Das erhöht die Impulskäufe