

# Auf den Geschmack kommen auch Berliner

Unter [www.wurstfrisch.de](http://www.wurstfrisch.de) bietet der Bad Orber Adolf Fries als bundesweit erster Metzger seine Waren im Internet an

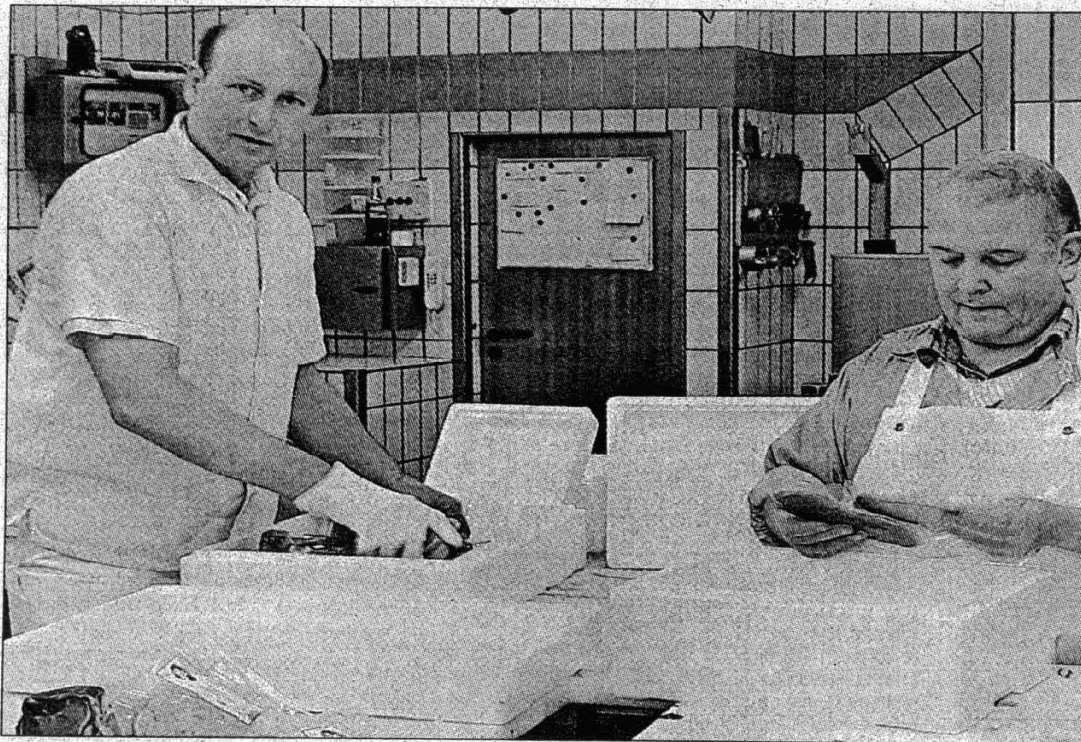
Von Björn Gauges

Wer hätte gedacht, dass es in Berlin keine gute Wurst gibt? Adolf Fries jedenfalls nicht. Zu seiner Überraschung bekam er die Aufforderung, seine Waren in die Hauptstadt zu schicken – samt ebenjener Begründung seines neuen Kunden. Auch in Köln und Bremen, auf der Nordseeinsel Juist, in Brüssel, Italien und Österreich sind die Leute schon auf den Geschmack gekommen. Das Internet macht's möglich: Der „Stadtmetzger“ Fries ist der erste, der sein komplettes Warensortiment im virtuellen Raum feilbietet.

Auch andere Metzger sind laut Fries schon auf die Idee gekommen, Produkte per Internet anzubieten. „Keiner kann aber wie ich das komplette Angebot aus dem Laden liefern“, verkündet der Bad Orber stolz. Vom Aufschnitt bis zum Kotelett, von der Bratwurst bis zur Sülze: Alles, was es an der Theke seiner beiden Bad Orber Geschäfte gibt, ist schon in relativ geringen Mengen unter [www.wurstfrisch.de](http://www.wurstfrisch.de) auch per Mausclick zu haben. Schon ab 100 Gramm können verschiedene Wurstsorten angefordert werden. Nach oben hin sind den Kunden natürlich keine Grenzen gesetzt. Zuletzt hat Fries eine Kölner Kantine mit einer kiloschweren Sendung bedacht.

Möglich ist der Versand von frischen Wurst- und Fleischwaren aus der Region wegen der von Fries verwandten Thermoboxen. „Darin können die Lebensmittel bis zu drei Tagen lang lagern, ohne Schaden zu nehmen“, erzählt der Metzgermeister. Mit genau berechneten Mengen von Trockeneis werden die Produkte frisch gehalten.

So müssen die Kunden normalerweise aber nicht warten. Bestellungen, die bis 10 Uhr morgens auf Fries' Rechner in der Stadtmetzgerei eingehen, werden umge-



Metzgermeister Adolf Fries (links) und Mitarbeiter Karl-Heinz Betz beim Verpacken der online bestellten Wurst- und Fleischwaren.  
Bild: Gauges

hend verpackt und auf die Reise geschickt. In einem Umkreis von rund 25 Kilometern besorgen das die Mitarbeiter des 41-jährigen selbst. Weiter entfernte Ziele werden von einem professionellen Paketdienst beliefert – und können am nächsten Morgen an der Haustür in Empfang genommen werden.

## Viele Überstunden

Und das Geschäft mit der „Reisewurst“ scheint sich zu rechnen. Trotz zahlreicher Internetfirmen, die vor wenigen Jahren mit vermeintlich ähnlich cleveren Geschäftsideen wieder einpacken (oder aus-

packen) mussten. Fries war nach vielen geplatzten New Economy-Träumen das Risiko bewusst, welches er mit seinem Angebot eingeht. Schließlich muss er sich im Netz eine gänzlich neue Kundschaft erschließen und die Idee von der Online-Metzgerei publik machen. Werbung in eigener Sache ist zwingend notwendig – aber nicht billig. Damit man etwa über die Suchmaschine Google bei den entsprechenden Begriffen zuallererst auf seine Adresse stößt, hat der Geschäftsinhaber einiges investiert.

Doch der 41-jährige Technikfreak ließ sich von den Vorlaufkosten nicht schrecken und wagte den Sprung ins kalte Wasser. Und sorgte damit für manche

Überstunde. Alle Produkte hat er einzeln fotografiert, um sie im Internet bildlich darzustellen. Runde 1400 Bilder kamen zusammen. Mit einem befreundeten Computerfachmann wurden anschließend die Seiten für den Internetauftritt entworfen. Handlich und übersichtlich sollten sie sein. Schließlich richtet sich das Online-Angebot nicht zuletzt an alte und bettlägerige Menschen, die durch Immobilität gehandicapt sind. Und die sollen sich bei seinem Angebot leicht zurechtfinden. „Ganze Nächte habe ich mit dem Einrichten der Seiten verbracht“, gesteht der Vater zweier kleiner Kinder.

Doch mit der Resonanz ist er nach den ersten Monaten mehr als zufrieden. Seit Inbetriebnahme der Seiten im Mai 2003 kann er sich über stetig steigende Absatzzahlen freuen. Dazu beigetragen hat auch ein Bericht, den der Hessische Rundfunk in seinem dritten Fernsehprogramm

über den vernetzten Metzger gedreht hat. „Danach gingen sofort 15 Bestellungen bei mir ein“, berichtet er. Leute aus allen Regionen Deutschlands sind damals auf ihn aufmerksam – und neugierig – geworden. Mittlerweile hat er an guten Tagen bis zu 20 Email-Bestellungen auf seinem Rechner in der Stadtmetzgerei einlaufen.

Doch dabei soll es nicht bleiben. Demnächst möchte sich der Metzger, der das Geschäft in der vierten Generation betreibt, eine spezielle Fotoausrüstung zulegen. Mit der sollen die Produkte aus eigener Schlachtung in noch besseres Licht gerückt werden. Vielleicht werden dann auch die Bad Orber auf die besondere Geschäftsidee aufmerksam.