

# Fleisch in seiner feinsten Form

**ERNÄHRUNG** Ludger Freese bietet „ehrliche Wurst“ – Marketing „als kleiner Tick“

Mehr als 90 Prozent der Ware stammen aus eigener Produktion. Der Partyservice, ein Grillrestaurant und Eintopfloge locken hungrige Kunden.

VON CHRISTOPH FLOREN

**VISBEK** – „Qualität ist, wenn der Kunde wieder kommt, und nicht die Ware.“ Unter diesem Motto führen Fleischermeister Ludger Freese, der verschmitzt lächelnd bekennt, dass „Marketing und das Drumherum“ sein „kleiner Tick“ sind, und Ehefrau Carola, ihres Zeichens Hauswirtschaftsleiterin und Köchin, die 1957 von August Freese gegründete Visbeker Fleischerei gleichen Namens, an der Goldenstedter Straße 9. Bekannt geworden ist das derzeit 18 Mitarbeiter zählende Familienunternehmen, das mehr als 90 Prozent der angebotenen Fleisch- und Wurstwaren selbst herstellt,

reiere hundert Portionen Abnehmer finden.

Insgesamt mehr 40 000 zum Kohl in seiner Feinsten Form passende Würste haben allein im Januar und Februar den Betrieb von Meister Freese verlassen, der im Übrigen auf ein „schönes Stück Kassler“ schwört. Hinzu kommen „wohl auch einige Tonnen Grünkohl“, schätzt er vorsichtig.

Ein wichtiges Standbein ist der bereits 1970 begonnene, inzwischen zu Kunden in einem 20- bis 30-Kilometer-Radius liefernde Partyservice. Dessen Spezialität sind italienischen Buffets. Jährlich etwa 2000 Aufträge, darunter im Sommer bis zu vier Hochzeiten mit jeweils mehreren hundert Gästen an einem Wochenende, verzeichnet dieser Betriebszweig.

Hinzu kommt das aus einem Kotelett- und Schnitzelverkauf „außer Haus“ entstandene Grillrestaurant, mit derzeit monatlich etwa 1000 Essen. Diesen Bereich will Freese in Kürze modernisieren. Angebote von Ladenbauern gibt es genug, doch das gelbe vom Ei war für Freese bislang noch nicht dabei. Er setzt, wie bei seinen Produkten, auch bei diesem Projekt auf ein gewisses Maß an Individualität, und natürlich auf den persönlichen Kontakt zu seinen Kunden.

Die in der Fleischerei verkaufte Ware bezieht Freese, wie seine Rinder aus Holtrup, von lokalen Lieferanten. Die meisten von ihnen kennt er persönlich. Die „Bioschiene“ ist für ihn „kein Thema“. Stattdessen sieht er große Marktchancen in der „gesundheitlichen Werbung“. Dazu gehören ohne Phosphat und Glutamat hergestellte Würste, die beispielsweise auf Buchenholz geräuchert wird.

Zudem setzt der Fleischer,



Lamm, wie es Ludger Freese (links) und sein Mitarbeiter Heinz-Josef Feldhaus präsentieren, ist der aktuelle Hit des Betriebes. BILD: FLOREN

der auch Kochkurse für Kinder und Erwachsene anbietet, aus Überzeugung auf große Frische. Damit garantiert er kurze Wege der Ware zum Verbraucher. So können die Kunden etwa nachts geräucherte Teewurst am folgenden Tag

im Laden kaufen. Das nennt Freese eine „ehrliche Wurst“, bei der Begriffe, wie ein „Mindesthaltbarkeitsdatum“ kein Thema sind.

© Mehr Informationen auch unter [www.fleischerei-freese.de](http://www.fleischerei-freese.de)

NWZ-SERIE

**MOTOR  
MITTELSTAND**



durch die Ideen, die dem Chef niemals ausgehen.

So hat sich beispielsweise etwa der „Online“-Handel, bei dem wöchentlich zehn bis 15 Pakete mit Freeses „World-Wide-Wurst“ nach Bestellungen per Internet bis nach Spanien und Schweden versandt werden, als besonders werbewirksam erwiesen. Hinzu kommen saisonale Aktionen, wie Grünkohl, oder Lamm in vielen Variationen, und nicht zuletzt Eintopfloge, bei denen in der Regele meh-