

## Postbote überreicht die silberne Schatztruhe

Die Metzgerei Böbel im bayerischen Rittersbach baut ihren Online-Versandservice aus – Wurstbrief kommt als kulinarischer Gruß und die Wurstkiste als Geschenk

afz/wi, RITTERSBACH. Wenn der Postbote im Paketdienst die Wurstkiste zum Empfänger bringt, überreicht er eine silberne Schatztruhe mit gewölbtem Deckel – prall gefüllt mit Wurst, Schinken oder anderen Spezialitäten, die der Absender beim Internet-Geschenkservice der bayerischen Metzgerei Böbel ausgesucht hat.

Die neue Internet-Adresse [www.wurstkiste.de](http://www.wurstkiste.de) ist die logische Fortsetzung von [www.wurstbrief.de](http://www.wurstbrief.de), mit dem der Fleischermeister Claus Böbel seit Beginn des letzten Jahres nach dem Fleurop-Prinzip aus Salami ausgestochene Herzen und Glücksschweine quer durch die Republik verschickt. Der klug im Vorfeld zum Valentinstag eingefädelt Versandservice kam gut an, zumal die Riege der nahrhaften Grüße anlassbezogen um Ostereier sowie Nikolausstiefel und Weihnachtssterne jeweils passend aufgestockt wurde. Doch aus den durchweg begeisterten Anmerkungen zu dieser originellen Idee las der Rittersbacher Jungunternehmer in seinem Online-Gästebuch aus manchen Kommentaren heraus, dass es ruhig ein wenig mehr sein darf.

Deshalb ging jetzt die Wurstkiste an den Start. Wer als Privatkunde seinen Freunden oder Verwandten oder als Firmenkunde seinen Geschäftspartnern ein Geschenk schicken möchte, das preislich über dem mit fünf bis zehn Euro zu Buch schlagenden Wurstbrief liegt, greift nun zur Maus und bestellt über die eigens dafür eingerichtete Homepage einer der silbernen Schatztruhen. Acht Versionen in der Preisspanne von 25 bis 45 Euro wer-



Kulinarische Schatzsucher werden auf der Wurstkiste-Homepage fündig.

Fotos: egs

Eine ansprechende Optik des Internet-Auftritts, flotte Texte bei den Beschreibungen und nicht zuletzt aussagekräftige Produktabbildungen sind außerdem nötig. Die Fotos nimmt Böbel aus Kostengründen vorwiegend selbst mit der Digital-Kamera auf. Die Bildbearbeitung überlässt er allerdings dem Web-Designer, dem er – gewissermaßen als roten Faden

kasse abgewickelt wird, kann die Wurstkiste bereits per Kreditkarte bezahlt werden. Dazu musste Böbel jedoch erst eine Bank finden, die ihm akzeptable Konditionen bot. Nun erfolgt die Abrechnung über ein schottisches Institut, das bezahlbare Provisionen ohne den sonst üblichen Pauschalbetrag als Mindestumsatz kassiert. „Wahnsinn, mit was man sich alles befassen muss“, schildert Böbel das von ihm dennoch mit ersichtlichem Vergnügen professionell erledigte Pensum, bevor er kürzlich die Wurstkiste bei seinen 1000 Newsletter-Abonnenten, über einen Aushang im Laden und über die

Metzgerei-Homepage publik machen konnte. Nach der Einführungsphase

– auch die Rohfassung für die Texte liefert. „Ich schreibe einfach zu fachchinesisch“, bekennt der Fleischermeister freimütig und vertraut die werbetreibende Fein Formulierung dem Profi an. Der hat den Auftritt für die Wurstkiste ganz in Grau gehalten, das die optimale farbliche Verbindung mit der silbernen Schatztruhe darstellt.

Während der Wurstbrief-Versand vorerst nur über Voraus-

in den nächsten Monaten wird das Angebot auf der Webseite noch ausgebaut. Dann können sich die Auftraggeber den Inhalt ihrer Wunschliste Stück für Stück einzeln aussuchen. Damit sind Monika und Claus Böbel für den Weihnachtsversand perfekt gewappnet, bei dem die Schatztruhe in der noch edleren Festtagsausführung in Gold mit silbernen Sternen als Hingucker für Boten und Empfänger zum Einsatz kommt.

den bislang offeriert. Die Auswahl reicht von regionalen Spezialitäten für eine fränkische Brotzeit oder vielen kleinen Appetithappen über Konserven für die schnelle Küche oder ein schmackhaftes Dankeschön bis hin zu der mit klingendem Kleingeld und auserlesener Wurst gefüllten Schatztruhe.

Die geht ohne weitere Umverpackung in den Versand. Wenn Monika und Claus Böbel die Kiste mit der gewünschten Auswahl gefüllt und die Grußkarte mit dem individuell angeforderten Text in den gewölbten Deckel eingelegt haben, wird die Truhe nur noch zuge-

klebt, mit dem Adressaufkleber versehen und zur Post gebracht. Befürchtungen, dass die Schatztruhe unter dem Transport leidet, schiebt Böbel beiseite: „Hauptsache, alles sieht bei der Übergabe hochwertig aus. Zur Not nehme ich lieber eine Delle in Kauf als die Wurstkiste in ein herkömmliches Paket zu stecken.“

Denn auch der Gag bei der Übergabe des ungewöhnlichen Geschenks zählt. „Keiner kauft im

Internet Wurst zum Sattwerden“, wohl aber, wenn der Absender beim Empfänger durch Einfallsreichtum punkten kann, weiß der Meister aus seiner Erfahrung mit dem Wurstbrief. Die schließt auch die Erkenntnis ein, dass im Online-Geschäft ein anderes Marketing als im Laden gefragt ist. Das fängt mit dem Namen der Webseite an, der gleichermaßen einzigartig wie zutreffend

sein soll. Deshalb hat sich der findige Fleischermeister insgesamt zehn Domains mit dem Begriff „Wurst“ als Namensbestandteil gesichert. Das Fleischer-Fachgeschäft aus Rittersbach selbst ist unter [www.umdiewurst.de](http://www.umdiewurst.de) zu finden; Wurstbrief und Wurstkiste belegen zwei weitere Webadressen, und mit dem Rest ist noch reichlich Reserve für neue Ideen vorhanden.

Sie suchen ...

### Erfolgsideen und Informationen?

wöchentlich ...

afz allgemeine fleischer zeitung

Die afz - allgemeine fleischer zeitung bringt Sie weit nach vorn:

- Nachrichten, Analysen, Kommentare aus der Welt der Fleischbranche
- Verbraucherpolitisches Geschehen
- Praxistipps und Trends für Theke, Regal, Partyservice und das take-away-Geschäft
- Aktuelle Markt-Tendenzen
- Regionalberichte aus der Welt des Fleischerhandwerks

täglich ...

fleischwirtschaft.de \*

Unsere Abonnenten finden zusätzlich in [www.fleischwirtschaft.de](http://www.fleischwirtschaft.de):

- Notierungen mit den wichtigsten Schlachttviehmärkten
- Online-Archiv, Recherchemöglichkeiten zu allen Inhalten
- relevante Branchentermine z. B. Messen, Seminare, Tagungen
- Online-Einkaufsführer mit mehr als 170 Produktgruppen

\* nicht einzeln abonnierbar

## afz – wissen was wichtig ist!

Jetzt Probeabo unter ► (069) 7595-1963 oder [gisela.reinhardt@dfv.de](mailto:gisela.reinhardt@dfv.de)

Über die genussvolle Überraschung freuen sich Kinder ebenso wie Geschäftspartner.

