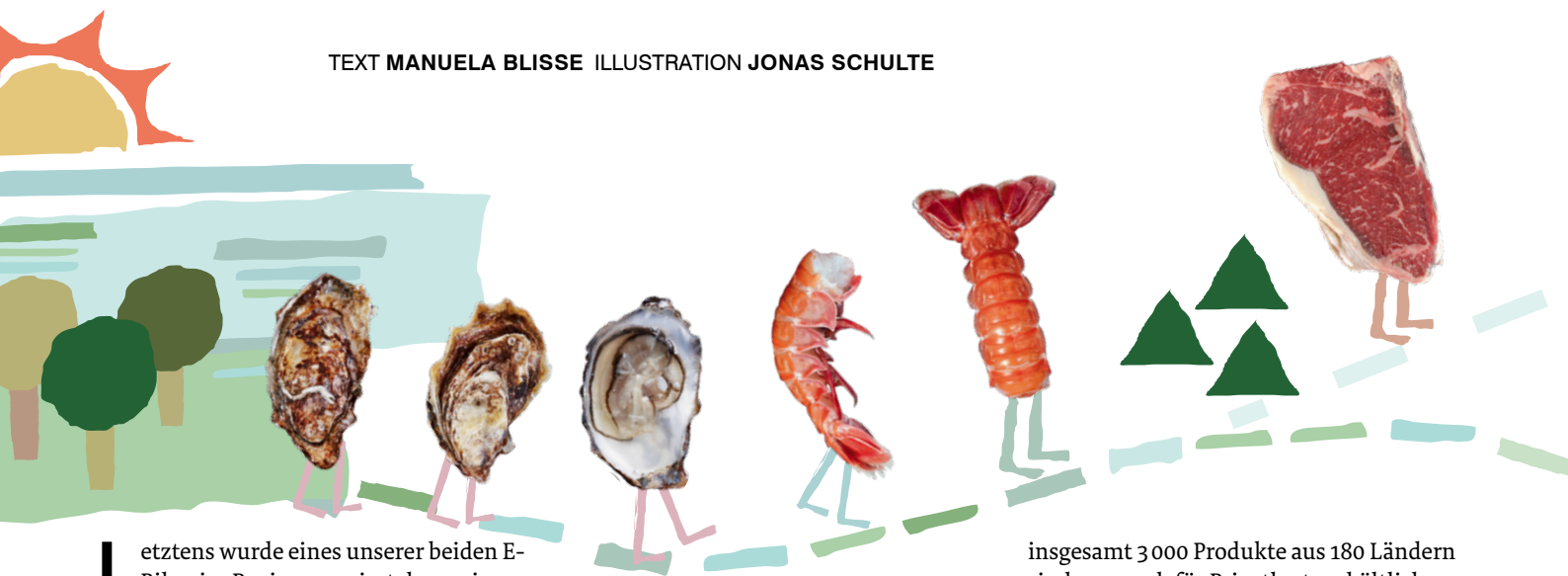


LUXUS-LIEFERSERVICE

Bos Food, Deutsche See, Otto Gourmet oder Havelland-Express – die Großen der Branche arbeiten nicht mehr nur für die Spitzengastronomie. Auch Privatpersonen können bei ihnen neuerdings Fleisch und Fisch in feinsten Qualität übers Internet ordern

TEXT MANUELA BLISSE ILLUSTRATION JONAS SCHULTE



Letztens wurde eines unserer beiden E-Bikes im Regierungsviertel von einem Mann angehalten, der unbedingt wissen wollte, was es damit auf sich habe“, erzählt Ocke Pinks. Wie sich herausstellte, war der neugierige Passant ein Lebensmittelhändler aus New York. „Er fand unsere Idee so gut, dass er jetzt im Big Apple wohl auch Fahrräder einsetzt“, so der Niederlassungsleiter der **DEUTSCHEN SEE** für Berlin und dessen Speckgürtel.

Die Idee – das ist „Fisch auf Rädern“. Die Deutsche See liefert wie andere Delikatesslieferanten, die bislang vielfach nur die Topgastronomie im Auge hatten, jetzt auch an den Endverbraucher. Sprich: Jeder Feinkostfan kann sich Kaisergranat, Wagyu-Beef, Kaviar und Co nach Hause liefern lassen. Per Post, oder wie bei der Deutschen See, per E-Bike oder firmeneigenem Kühlfahrzeug.

ONLINE-MARKTHALLE

Das Essen auf zwei Rädern der anderen Art erstaunt auch manchen Profi. „Als unser E-Bike an einem Berliner Küchenchef vorbeifuhr, war der so überrascht, dass er am

gleichen Tag noch einmal bei uns bestellte“, erzählt Ocke Pinks eine weitere Anekdote, die das Ende letzten Jahres in Berlin gestartete Pilotprojekt mit sich gebracht hat.

Im Internet bestellt, am nächsten, spätestens übernächsten Tag mit dem Paketboten geliefert, ist eigentlich nichts Neues. Elektrogeräte, Mode, Autoersatzteile – nichts, was nicht auf diesem Weg geordert wird. Fast nichts, denn: „Lebensmittel übers Netz zu bestellen, vor allem frisches oder tiefgekühltes Fleisch, Fisch, Obst und Gemüse, ist eine der letzten Bastionen des stationären Handels“, sagt Michael Kunzmann, geschäftsführender Gesellschafter von Havelland Express.

Die Firma ist seit 20 Jahren Lieferant vor allem regionaler Spezialitäten für die Spitzengastronomie in Berlin. Und was dann 2008 mit der Erweiterung um Havelland Express-Home online begann, geht seit Anfang September als Frische-Online-Markthalle **FILET & CO** in die Vollen: Über 700 der

insgesamt 3 000 Produkte aus 180 Ländern sind nun auch für Privatleute erhältlich.

In von außen unscheinbaren Lagerhallen in Tempelhof versteckt sich die Schatzkammer von Havelland Express: 2 100 Quadratmeter Kühlfläche. In den meterhohen Räumen lagern regionale Fleisch- und Geflügelspezialitäten wie Havelländer Apfelschwein und Linumer Kalb, Brandenburger Landente und Salzwiesengänse, von denen es einmalig nur 300 Stück gibt. Von Müritzzander bis Saint Pierre aus Neuseeland, von Hummer und Jakobsmuscheln aus Kanada bis zu Austern aus Cancale in der Bretagne, beschreibt Kunzmann die kulinarische Bandbreite aus Meer und Fluss.

Auch der Frischelieferant der gehobenen Gastronomie – **RUNGIS EXPRESS** – bietet Berliner Privatkunden Bestellungen über das Netz an. „Allerdings liefern wir Hummer, Foie gras, Wagyu-Beef oder frischen Meeresfisch nicht nach Hause, sondern an zwei Frische-Depots in Schöneberg und Genshagen“, so Christian Helms, CEO von Rungis express. Der Grund dafür: Rungis hat die Liefer-Stopp-Kosten mit Kühlkette auf rund 50 Euro berechnet. Durch die

Abholung an einer zentralen Lieferstation bleiben den Kunden diese hohen Kosten erspart.

Das aber ist die Ausnahme. Direkt bis zum Kunden, Portokosten je nach Bestellmenge, sind die Regel. Zehn Euro pauschal stellt zum Beispiel der **DELIKATESSEN DISCOUNTER** beim Versand in Rechnung, dafür gibt es keinen Mindestumsatz. Vor rund vier Monaten hat Inhaber Stefan Voelker den Online-Handel mit Fleisch ins Leben gerufen. „Rund die Hälfte der 200 Fleischspezialitäten, die es in unseren Geschäften gibt, können online bestellt und per UPS geliefert werden. Renner ist das VIP Dry Aged Gold, so Voelker, der das Online-Geschäft momentan mehr als Service denn als lohnendes Geschäftsmodell ansieht.

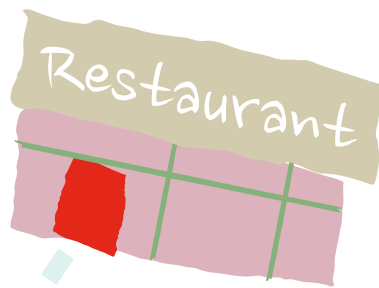
Und das für eine kleine Gruppe der Esser, die Genussmenschen. „Wir bedienen eine Nische. Massentauglich sind wir nicht und werden es auch nicht“, sagen Havelland Express-Chef Kunzmann und Meyhoeffer für **OTTO GOURMET** unisono.

EINE EXPLOSION STEHT AN

Nach den Zahlen des Statistischen Bundesamts ist die Nachfrage nach Feinkost, 4,9 Milliarden Euro 2012, im Vergleich zum Umsatz der gesamten Lebensmittelindustrie von 175 Milliarden Euro immer noch relativ gering. Laut einer Studie von Ernst & Young steht aber eine regelrechte Explosion an. Der digital gekaufte Lebensmittelmarktanteil soll von derzeit 0,3 Prozent in 2013 bis 2020 auf zehn Prozent anwachsen. Noch aber steckt der Frischeversand übers Netz in den Kinderschuhen.

Beim Online-Kauf von Fleisch, Fisch und Co ist nicht nur das besondere Angebot ausschlaggebend. „Weniger der Preis, denn die Qualität und das Vertrauen in den Händler sind relevant“, sagt Michael Kunzmann, der rund 1 400 Privatkunden zählt und ab 75 Euro Bestellsumme versandkostenfrei liefert.

Die Trüffelzeit hat begonnen. Zusammen mit dem Vertrauen, das online zum A und O gehört, landet man unweigerlich beim Trüffelpapst Ralf Bos, Inhaber von **BOS FOOD**, der dieses Jahr viel Geld für den ab Oktober neu aufgestellten Online-Auftritt in die Hand genommen hat. Doch der muss schmunzeln, fragt man ihn, ob er denn gerade in einem Meer privater Trüffelbestellungen versinke. „Im Gegenteil“, sagt Bos, „die



privaten Kunden bestellen Champagner, Pfeffer, Salz, Olivenöl und Balsamico. Und das obwohl Endverbraucher bei uns nahezu alle 12 000 angebotenen Artikel bekommen können, die auch der Gastronomie zur Verfügung stehen.“ Ein bisschen kann Bos diese, wenn auch „langweiligen“ Wünsche verstehen. Zu häufig erlebe Otto Normalverbraucher außerhalb der Topgastronomie schlechte Qualitäten. „Viele denken auch, wir sind nur für die Spitzenköche zuständig. Wären wir das, hätten wir uns nicht dem Privatmarkt geöffnet“, so der Delikatesshändler.

Wer im Internet bestellt, ist besonders kritisch. „Im Internet werden Lebensmittel über die Information verkauft. Nachhaltig-

keit und eine lückenlose Rückverfolgbarkeit der Produkte zum Erzeuger sind ein Muss“, so Michael Kunzmann. Unerlässlich sei zudem die konstante Pflege des Internethops. Dazu kommen Rezepte, Videos, Newsletter und eine Social-Media-Präsenz.

Dann wäre da aber noch die Kühlkette. Wenn die 870 Berliner Privatkunden von Otto Gourmet ungewöhnliche Genüsse

wie Wildgeflügel aus Schottland oder Spider Steak vom American Beef ordern, wird die Ware in für Lebensmittel zugelassene Styroporkartons verpackt und mit Kühlelementen bestückt. „So wird die Kühlkette nicht unterbrochen. Für den Liefertermin gibt es ein rund zweistündiges Zeitfenster“, sagt Felix Meyhoeffer von Otto Gourmet, wo bis 150 Euro Bestellwert bundesweit 9,90 Euro Versandkosten anfallen.

VERPACKUNGSMATERIAL AUS MAIS

Der durch den Online-Handel entstehende Verpackungsmüll ist ein Problem, das noch gelöst werden muss. Die Styroporboxen und Kühlelemente verbleiben beim Kunden. Ralf Bos ist beim Füllmaterial einen Schritt weiter. „Wir verwenden zermahlene, gepoppte Mais, der an Tiere verfüttert oder kompostiert werden kann. In Verbindung mit Wasser löst sich der Mais fast vollständig auf“, sagt Bos, der täglich europaweit 1 000 Pakete, davon 300 bis 400 an Endverbraucher, verschicken lässt – rund ein Drittel davon mit zu kühlender Ware.

„Durch die Lieferung mit unseren eigenen Fahrzeugen liefern wir styroporfrei. Eine halbe Stunde vor Auslieferung meldet sich der Fahrer telefonisch“, sagt Ocke Pinks, der inzwischen in Berlin einen Kundenstamm von 650 Personen hat, zur Praxis bei der Deutschen See. Statt in Styropor verpackt die Bremerhavener Fischmanufaktur in kompostierbaren Tüten mit Eispacks. Durch die persönliche Anlieferung dehne sich mancher Termin durchaus aus, so Pinks. „Das ist jüngst einem Fahrer in Prenzlauer Berg passiert“, sagt er, „er saß eine halbe Stunde bei einer hochschwangeren Kundin am Küchentisch, weil man sich über Rezepte austauschte.“

DEUTSCHE SEE
www.deutschesees.de

FILET & CO (HAVELLAND EXPRESS)
www.filetundco.de

PETIT RUNGIS (RUNGIS EXPRESS)
www.petitrungis.de

DELIKATESSEN DISCOUNTER
www.essenwieimrestaurant.de

OTTO GOURMET
www.otto-gourmet.de

BOS FOOD
www.bosfood.de

