

Die Avocado-Connection

In der Europäischen Union gibt es rund neun Millionen Kleinbauern. Viele von ihnen sind der Macht von Großhändlern ausgeliefert. Ein Start-up in Kopenhagen will das ändern.

Text: Ole Pflüger

Fotografie: Annett Bourquin

• Filipe Leal wuchs in der Algarve auf, zwischen Orangenbäumen und mit den Schulden seines Vaters: „Ich erinnere mich, wie er manchmal verzweifelt nach Hause kam. Dann hatte er den Zwischenhändler getroffen.“ Der Vater hatte damals nur diesen einen Abnehmer, einen Händler, der mit eigenen Erntehelfern binnen eines Tages die Plantage leer pflücken ließ und den Preis für die Ernte diktierte. In guten Jahren deckte dieser Preis die Kosten des Vaters, in schlechten nicht.

Verkauft der heute Orangen, loggt er sich in die App von Fresh-Land ein und bestimmt selbst den Preis; ein Algorithmus unterstützt ihn dabei. Sein Abnehmer ist kein einzelner Händler mehr, er verkauft direkt an Supermärkte in Dänemark. Zu verdanken hat er das seinem Sohn und dessen Partnerin Mathilde Jakobsen, die ihre Firma in Kopenhagen gegründet haben. Sie soll Zwischenhändler für Obst und Gemüse überflüssig machen.

Für ein Kilo Orangen bekam ein Bauer wie Leals Vater früher zwischen 15 und 20 Cent vom Händler. Der verkaufte sie an einen Verpacker, der an einen Exporteur und der an einen Großhändler. Bis zu

neun Wochen und fünf Vermittler standen zwischen Baum und Theke. Am Ende kostete das Kilo Orangen im dänischen Supermarkt zwischen 1,25 und 2 Euro.

Beim Verkauf per App erhält der Bauer den doppelten bis dreifachen Preis. Die Plattform kassiert für jede Bestellung eine Provision. Sie bündelt die Bestellungen und beauftragt den Spediteur, der die Ware zur Filiale fährt – ohne Umweg über Exporteure, Importeure, Verpacker und Großhändler. Über die Höhe der Provision schweigen die Gründer beharrlich. Ob sie das zum Schutz vor Konkurrenten tun oder ob für die Bauern ein besserer Deal möglich wäre, lässt sich nicht beurteilen. Der Preis für die Kunden im Supermarkt ändert sich jedoch kaum. Doch dank der kurzen Lieferkette braucht die Orange nur noch wenige Tage vom Baum ins Regal.

Das schmeckt man, findet Gustav Pape-Gjerrild. Er leitet die Frischwarenabteilung der Meny-Filiale im dänischen Frederiksberg, einer der ersten Kunden des Start-ups. „In den vergangenen Wochen hatten wir keine Orangen von Fresh-Land“, sagt er, „da kamen gleich Kunden zu mir und wollten wissen, wann sie wieder welche kaufen können.“

Die Bauern verdienen mehr, und die Kunden bekommen bessere Qualität – eigentlich liegt die Idee zu nahe, um neu zu sein. So dachten auch Leal und Jakobsen, als sie ihre Firma 2015 gründeten. „Aber dann tauchten alle möglichen Probleme auf, und plötzlich war überhaupt nichts mehr einfach“, sagt Jakobsen. Obwohl die Lieferkette kurz ist, steckt sie voller Tücken: Wann wird welche Filiale beliefert? Wie wird das Obst am sichersten verpackt? Wann wird es abgeholt? Und wie lässt sich die Qualität sichern?

Nach und nach fanden sie Lösungen: Ein Algorithmus errechnet schnellere Fahrwege für die Spediteure, für die Bauern gibt es jetzt genaue Anweisungen, wie sie die Ware vorbereiten müssen, und ein Bewertungssystem soll die Qualität garan-

tieren. Jeder Schritt wird mit einem Foto dokumentiert. So lässt sich der Schuldige sofort ermitteln, wenn etwas schiefgeht. „In Portugal haben wir früher einen Verpacker beobachtet, der hat schlechte Orangen einfach unter guten versteckt“, sagt Leal, „im alten System hat jeder versucht, den Nächsten zu betrügen.“ Selbst wenn Mängel entdeckt wurden, war die alte Lieferkette oft zu unübersichtlich, um den Verantwortlichen zu finden. Doch jetzt können Händler und Verbraucher bei Fresh-Land stets nachvollziehen, woher welches Stück Obst kommt.

Etwa 200 000 Euro haben die Gründer investiert – ihre gesamten Ersparnisse. Leal, 30, war zuvor fünf Jahre Berater bei McKinsey. Jakobsen, 29, arbeitete für einen Hersteller von Medizinprodukten. Ein Jahr nach der Gründung, im November 2016, füllten die wöchentlichen Bestellungen erstmals einen Lkw, und sie konnten sich ihre ersten Gehälter auszahlen. 2017 vermittelten sie Waren im Wert von mehr als einer Million Euro, beschäftigen zwei Mitarbeiter und suchen weitere für die Akquise. Mehr als 50 Kleinbauern nutzen die Plattform und verkaufen Waren an etwa 500 Einzelhändler und Caterer. Aktuell fahren dafür pro Woche drei Lastwagen von Portugal nach Dänemark. Je nach Saison beladen mit Orangen, Mandarinen, Avocados, Granatäpfeln oder Kürbissen. Um die saisonalen Schwankungen auszugleichen, verkaufen die Kopenhagener möglichst viele verschiedene Sorten. So haben sie gleich fünf Avocado-Sorten im Angebot, die alle zu unterschiedlichen Zeiten reif sind. Damit dauert allein die Avocado-Saison bereits mindestens acht Monate.

Um das Sortiment zu erweitern, wirbt Fresh-Land auch um Bauern in anderen Ländern Südeuropas. Das Potenzial ist groß: Mehr als neun Millionen Kleinbauern gibt es in der EU – und viele klagen, wie Leals Vater, über Dumpingpreise der Händler. ■

„Im alten System hat jeder versucht,
den Nächsten zu betrügen.“



Das Gründerpaar Mathilde Jakobsen und Filipe Leal unter den Früchten ihrer Arbeit in der Algarve