

Ein Hofladen am anderen Ende der Welt

Mit «Crowd Container» will ein Jungunternehmer ein neues Importmodell für Lebensmittel testen. Ein Grossteil der Wertschöpfung bliebe so bei den Kleinbauern.

Till Hirsekorn@tillhirsekorn. 21.01.2016



Mit den Crowd-Container-Lebensmittel-Paketen will Tobias Joos das Maximum für die Kleinbauern der südindischen Kooperative in Kerala herausholen. Bild: Marc Dahinden

Wissen, was drin ist und woher es kommt: Spätestens seit dem Pferdefleischskandal von 2013 schauen die Konsumenten wieder kritischer hin. Erschreckend anschaulich wurde einem damals vor Augen geführt, wie verworren die Produktions- und Wertschöpfungsketten in der Lebensmittelindustrie inzwischen sind. Über fünf Zwischenhändler in fünf Ländern wurde die Rindfleischbestellung damals abgewickelt – und zuletzt aus Rumänien als Pferdefleisch geliefert. Dies alles, um die Kosten zu drücken.

Radikaler könnte der Gegensatz zum Projekt «Crowd Container» von Tobias Joos (32) kaum sein. Um Fleisch und Fertigprodukte geht es schon einmal nicht, sondern um Lebensmittelpakete gefüllt mit Cashewnüssen, Kokosnussöl, sieben Gewürzen, zwei Sorten Reis und allenfalls Kaffee, alles in Einkaufsmengen für rund vier Personen und zu einem Preis von etwa 180 Franken. Die Produkte stammen ausnahmslos von einer Kleinbauern-Kooperative, der Fair Trade Alliance Kerala (FTAK) im südindischen Bundesstaat Kerala. Die Produktions- und Transportkette soll einmalig kurz bleiben, Südindien–Schweiz, ohne Zwischenhändler. Die Kleinbauern und lokalen Verarbeiter sollen die hohen Margen bekommen. Das Businessmodell, das sich Joos dafür ausgedacht hat, ist kompromisslos – und lotet auch etwas die Schmerzgrenze trendbewusster «Slow Food»- Anhänger aus.



Replay

inReard inventar by Tearte

Aufgewachsen ist Joos in Ottikon bei Kempththal, die Matura machte er an der Kantonsschule Rychenberg und studiert hat er Internationale Beziehungen in Genf. Zu keimen begann die Idee von «Crowd Container» aber vor Ort in Kerala, wo Joos 2010 ein Jahr lang in der Kooperative arbeitete. Die Biodiversität der Region ist riesig. Hauptsächlich Cashewnüsse, Gewürze, Kakao, Kaffee und Kokosnüsse bauen die rund 4500 Bauern dort an, nicht in Mono-, sondern in Mischkulturen. Diese müsse man sich wie kleine Wälder vorstellen, sagt Joos: «Hier wächst ein Cashewnuss- neben einem Nelkenbaum und einer Bananestaude, dort klettert eine Pfefferranke an einer Kokospalme hoch.»

Bewusst keine Labels

Ein bekanntes FTAK-Erfolgsprodukt sind die Pakka-Cashewnüsse, die es bereits in die Fair-Trade-Läden wie auch die städtischen Szenebars geschafft haben. Es gibt sie in verschiedenen Variationen, von Curry Madras bis ummantelt mit schwarzer Schokolade. Joos hat unter anderem bei der für ihr Nachhaltigkeitskonzept preisgekrönten Zürcher Pakka AG gearbeitet. Sämtliche ihrer Produkte sind Max-Havelaar- und biozertifiziert, beides Gütesiegel mit strengen Richtlinien. «Doch der Aufwand und die Kosten solcher Zertifizierungen sind nicht zu unterschätzen», sagt Joos. Auch das geht auf Kosten der Wertschöpfung. Ein Beispiel: Ein Max-Havelaar-Bauer verdient an seiner fair gehandelten Banane rund 42 Prozent mehr, immerhin. Am Ladenpreis macht sein Lohnanteil aber lediglich etwa 12 Prozent aus. Fast 80 Prozent der Wertschöpfung bleiben im Norden. Bei «Crowd Container» sollen 60 Prozent der Wertschöpfung in Südindien bleiben. Keinesfalls stelle «Crowd Container» solche Labels grundsätzlich infrage. «Sie sind ein grosser Fortschritt.» Er aber wolle einen Schritt weiter gehen und einen neuen Vertriebskanal testen: Über die Crowdfunding-Plattform Wemakeit bestellen Gruppen gemeinsam ein Lebensmittelpaket. Etwa 250 Bestellungen reichen, um einen Schiffscontainer so zu füllen, dass sich der Transport rechnet. Erst wenn diese kritische Menge erreicht ist, geht die Bestellung an die Kooperative raus. Wer früh ordert, muss daher bis zu drei Monate auf sein Paket warten. Volle Transparenz und direkte Wege verlangen Abstriche beim Service und bei der Verfügbarkeit. «Zur Belohnung gibt es Spitzenprodukte, zu denen man einen konkreten Bezug hat», sagt Joos. Häppchenweise will er seinen Kunden während der Wartezeit Einblicke in die Kooperative geben und über Social Media zeigen, wie die Cashewnüsse geschält, die Gewürze gemahlen oder die Chilis gepflückt werden. Joos' Organisation versucht die Funktion des Labels zu übernehmen, das Vertrauen schafft.

Das Fensterchen zur Kooperative solle auch zu bewussterem Konsum und Genuss anregen. «Es macht definitiv mehr Freude, ein Produkt zu essen, das man kennt.» Der Urban-Gardening-Boom und lokale Gemüseabos zeugen davon, dass die Nachfrage besteht. Die Dietiker Gartenkooperative Ortoloco, bei der Joos seit langem mitwirkt, fand in Kürze 250 Kunden. Warum nun nicht zusammen mit einer 7000 Kilometer entfernten Kooperative ein «eigenes» Gärtchen für den Anbau exotischer Lebensmittel nutzen?

Gewürzbehörde kontrolliert

Im internationalen Netzwerk des Impact Hub Zürich, das «Crowd Container» als innovative Geschäftsidee unterstützt, feilt Joos nun an seinem Konzept. Zwanzig Lebensmittelpakete sind bereits unterwegs und auf hoher See, nachdem sie die strengen Exportkontrollen des Spices Board of India bestanden haben. Stimmen Qualität,

Produktmix und -menge? Der Testlauf soll erste Antworten darauf geben. Ende Februar soll dann die breit angelegte Crowdfunding-Kampagne auf Wemakeit mit dem Ziel von 250 Bestellungen starten.

Die «Crowd Container»-Pakete werden wohl ein Nischenprodukt bleiben, nur schon wegen des kleinen Sortimentes und der langen Wartezeit. «Aber mein Bauchgefühl stimmt», sagt Joos, der heute in Zürich-Wiedikon wohnt. Der Social Entrepreneur weiss, worauf die sogenannten Lohas (Lifestyle of Health and Sustainability) ansprechen, das junge, gut gebildete urbane Publikum. Er selbst hält sich als selbstständiger Berater für Kleinbauernprojekte und als Velokurier über Wasser. Selbst als solcher erlebe er immer wieder, wie man als vermeintlich Kleiner Grosses bewegen könne. «Kürzlich haben wir per Lastenvelo eine Waschmaschine ausgeliefert.» Preislich und zeitlich habe man mit einem Lieferwagen durchaus mithalten können. (Landbote)

Erstellt: 20.01.2016, 20:31 Uhr