



Jederzeit willkommen! Auf dem frischeKISTE-Acker können Interessierte erfahren, woher ihr Gemüse kommt.

Heinz-Jürgen Michel und Jochen Voigt sind Pioniere im Abokistengeschäft. Seit mehr als 25 Jahren betreiben sie erfolgreich dieses Geschäftsmodell.

Auf dem etwa sechs Hektar großen Feld wachsen rund 30 unterschiedliche Gemüsesorten.

frischeKISTE: Vermarktung 2.0

Den Newsletter gibt es schon von Anfang an – damals kam er noch per Fax. Heute bespielt der Demonstrationsbetrieb frischeKISTE die gängigen Social-Media-Kanäle und spricht damit sowohl bereits bestehende als auch potenzielle Kunden an. Das Kerngeschäft des Biolandbetriebs in Niedersachsen: Er verschickt pro Woche rund 1.000 Biokisten an Abonnentinnen und Abonnenten. Die Digitalisierung unterstützt nicht nur die Vermarktung des Biobetriebs, sondern auch die Logistik des Abolieferservices.

Pioniere der Bio-Abokiste

In der Lagerhalle des Demonstrationsbetriebs frischeKISTE in Niedersachsen verschwinden die letzten Tomaten in den grünen Kisten, die für den Aussand fertig stehen. Ein typisches Szenario zum Ende einer Arbeitswoche auf dem Bioland-Betrieb, in der die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter über 1.000 Biokisten in Lieferwagen gestapelt und ausgefahren haben. Bereits seit 1991 sind Jochen Voigt und Heinz-Jürgen Michel im Abokistengeschäft – seit 2001 dann gemeinsam. Für die Biokisten-Pioniere war dieses Vermarktungsmodell von Anfang an ein besonderes Instrument, verrät Jochen Voigt. „Das Gute daran ist, dass wir den Kisteninhalt variieren können. In die Kiste kommt, was gerade Saison hat.“ Diese Form der Direktvermarktung setzt trotz hoher Flexibilität eine präzise Organisation voraus: In den Schulferien beispielsweise pausieren einige Abos. Dies sind Ausfälle, die bereits bei der Aussaat einkalkuliert werden müssen.

Eine Herausforderung kann auch der Erntezeitpunkt der über 30 Kulturen auf dem Acker darstellen. Das macht die Ernte zum Teil sehr kleinteilig und aufwendig. „Wir legen zum Beispiel am Anfang der Woche fest, dass Radieschen in die Kiste kommen. Die sind am Montag noch gut, am Dienstag vielleicht schon nicht mehr. Da ist gegebenenfalls schon ein Tag entscheidend“, erklärt Heinz-Jürgen Michel. Es kann auch vorkommen, dass die Nachfrage nach bestimmtem Gemüse so groß ist, dass die Erträge des sechs Hektar großen Ackers nicht ausreichen. Dann kauft die frischeKISTE Bioprodukte von anderen Erzeugern aus

der Region zu. Manchmal ist es auch umgekehrt: „Momentan haben wir etwa 25 Kilogramm Zucchini, bestellt wurden aber nur acht. Wie bringen wir dann den Ernteüberschuss unter? An dieser Stelle ist geschicktes und aufwendiges Marketing gefragt“, erklärt Michel. „Das ist es uns wert, weil wir möglichst keine Lebensmittel wegschmeißen.“ Um Überschüsse zu vermeiden, verlassen sich Voigt und Michel bei der Planung auf ihre langjährige Erfahrung – und auf ein Computersystem.

Digitaler Wocheneinkauf

Die Software im Hintergrund hilft, den Überblick zu behalten: „Wir arbeiten mit einem speziellen Programm für Biolieferdienste, stellen aber bald auf ein neues um. Unser Anspruch ist, uns technisch immer weiter zu entwickeln.“ Denn Michel ist überzeugt: „Die nächsten Generationen sind an das schnelle Einkaufen mit dem Handy gewöhnt. Das ist die Zukunft und deshalb müssen wir in dem Bereich dranbleiben.“

Mit ihrem Knowhow behaupten sie sich außerdem gegen die Lieferangebote von großen Supermarktketten. Der wichtigste Vorteil des Demonstrationsbetriebs ist die Öko-Bilanz. Zum einen ist die frischeKISTE eine Mehrwegbox, zum anderen sind Lieferroute und -region festgelegt, sodass die Strecken möglichst kurz bleiben. Zusätzlich fahren alle drei Lieferwagen mit Erdgas, schon seit 15 Jahren. Auch hier setzt Michel auf technischen Fortschritt: „Für den Übergang ist der Erdgasantrieb ganz gut. Aber in Zukunft möchten wir auf regenerative Energien umsteigen. Wir wollen rundum ökologisch und nachhaltig arbeiten: vom Anbau bis zur Auslieferung.“ Einschlägige Argumente, die der Leiterin der Bereiche Kundenservice und Marketing, Natalie Wilke, in die Hände spielen.

„Die nächsten Generationen sind an das schnelle Einkaufen mit dem Handy gewöhnt.“



Frisch vom Feld
gelangt das Gemüse
in die Logistikzentrale.



An der Packstation wiegen und
verteilen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter
das Gemüse in die frischeKISTE.



Schon seit 15 Jahren fahren
die Lieferwagen mit Erdgas, um rundum
nachhaltige Produkte anbieten zu können.

Kundenbindung: Die Mischung macht's

Was zählt, ist die Transparenz: „Social Media nutzen wir, um beispielsweise Alltagssituationen zu zeigen, Ökolandwirtschaft zu erklären und Interessierte virtuell mit aufs Feld zu nehmen.“ Eine gute Möglichkeit, Menschen auf die Herkunft ihrer Lebensmittel neugierig zu machen. Wer wissen will, wie sein Mangold aus der Abokiste wächst, kann gemeinsam mit Jochen Voigt den Acker besuchen. Die frischeKISTE versteht sich als Bio- und Genussbotschafter. Ihr Auftrag: Mit allen Sinnen Bio erleben – sowohl im Web 2.0, als auch auf dem Feld neben Brokkoli, Rote Bete und Co. und zu Hause beim Auspacken der Kiste.

Um die Brücke vom Bildschirm zum Produkt zu schlagen, ist der persönliche Kontakt zu den Kundinnen und Kunden das A und O. Deshalb stellt die Marketingleiterin online Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter vor und gibt dem Unternehmen auf diese Weise ein Gesicht. Die frischeKISTE macht auch Herausforderungen sichtbar, zum Beispiel Trockenheit im Sommer. Diese Offenheit danken die Abonentinnen und Abonnenten dem Demonstrationsbetrieb mit viel Verständnis, wenn es mal nicht so läuft, wie geplant. Das schafft Vertrauen zwischen Landwirtschaft und Verbraucherinnen und Verbrauchern. Voigt erinnert sich: „Früher gab es noch den einen Milchmann, der regelmäßig vorbeikam. Heutzutage ist es etwas Besonderes seinen Lebensmittellieferanten persönlich zu kennen.“ – Und das zeichnet die frischeKISTE aus.

„Heutzutage ist es etwas Besonderes seinen Lebensmittellieferanten persönlich zu kennen.“

trauen zwischen Landwirtschaft und Verbraucherinnen und Verbrauchern. Voigt erinnert sich: „Früher gab es noch den einen Milchmann, der regelmäßig vorbeikam. Heutzutage ist es etwas Besonderes seinen Lebensmittellieferanten persönlich zu kennen.“ – Und das zeichnet die frischeKISTE aus.

frischeKISTE GmbH & Co. KG

Geschäftsführer: Heinz-Jürgen Michel
Gesellschafter: Jochen Voigt
An der Wassermühle 20
28857 Syke-Gessel
Telefon: 04242 - 79 78
E-Mail: info@frischekiste.de
Internet: www.frischekiste.de

demoSPEZIAL 09/2018 (November 2018)

Text: Lisanne Rother
Fotos: 3-5: © frischeKISTE; 1, 2, 6: © m&p
Redaktion und Gestaltung: m&p: public relations
Ansprechpartnerinnen: Sarah Reinhart und Kathrin Billgen

Demonstrationsbetriebe Ökologischer Landbau

Immer mehr Menschen wollen wissen, wo und wie ihre Lebensmittel erzeugt und verarbeitet werden. Das geht am besten „vor Ort“, zum Beispiel auf Biohöfen wie der frischeKISTE und 241 weiteren Demonstrationsbetrieben Ökologischer Landbau. Das ist ein bundesweit koordiniertes Netzwerk praktischer und authentischer Information und Kommunikation für alle, die an nachhaltiger Landwirtschaft und Lebensmittelerzeugung interessiert sind. Unter dem Motto „Bio live erleben!“ zeigen die „Demobetriebe“ wie weit gefächert der ökologische Landbau ist und wie er funktioniert. Die Türen und Tore der ausgewählten Bauern, Gärtner, Imker und Winzer sind für alle, die es wollen, geöffnet: Kindergartengruppen, Schulklassen, Verbrauchergruppen, aber auch Fachleute aus der Land- und Ernährungswirtschaft und nicht zuletzt die Medien sind herzlich eingeladen – zu planmäßigen, aber auch zu individuell vereinbarten Terminen.

Alle Informationen:

www.demonstrationsbetriebe.de
www.bio-live-erleben.de

Bundesprogramm (BÖLN)

Das Netzwerk der Demonstrationsbetriebe ist ein Projekt des Bundesprogramms Ökologischer Landbau und andere Formen nachhaltiger Landwirtschaft (BÖLN). Dieses Programm wird vom Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) finanziert und von der Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE) umgesetzt. Mit der zentralen Steuerung der Demonstrationsbetriebe beauftragt die BLE eine so genannte Koordinationsstelle.
Alle Informationen: www.bundesprogramm.de

Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung

Geschäftsstelle BÖLN (Herausgeber)
Deichmanns Aue 29, 53179 Bonn
boeln@ble.de
© BLE 2018

Koordinationsstelle Demonstrationsbetriebe

[m&p: public relations GmbH | FiBL Projekte GmbH]
E-Mail: info@demonstrationsbetriebe.de