

Vorarbeiter der Nachhaltigkeit

Sie fördern Bio, Fairtrade und Öko. Die Firmen Pakka und Algrano helfen nachhaltig agierenden Nuss- und Kaffeeproduzenten bei Vermarktung und Vertrieb ihrer Ware. Ihre Geschäftsmodelle unterscheiden sich dabei aber erheblich.

Zwei Mitarbeitende des zwölköpfigen Teams sind regelmässig auf Reisen. Ein Audit in Pakistan, ein Plantagenbesuch in Kolumbien, Kontrollfahrten entlang der Wertschöpfungskette in Indien. «Auf unseren Nusspackungen steht «Fairtrade», worauf sich jeder Kunde stets verlassen können muss und darf», sagt Tom von Euw. Dies erfordere Aufwand, finanziell und personell. Seit fünf Jahren ist er Geschäftsführer der Pakka AG aus Zürich. Sie bezieht von Kleinbauern in total neun Ländern Nüsse, schippert diese über die Weltmeere nach Hamburg, wo sie geröstet und gewürzt und via Retail-Handel, Gastrogewerbe oder auch direkt an die Schweizer und zunehmend europäische Kundschaft vertrieben werden.

«Mit diesem Geschäftsmodell machen wir mittlerweile über sieben Millionen Franken Umsatz. Und zwar nachhaltig», betont von Euw. Bezahlt werden damit natürlich nicht nur die Löhne der zwölf Mitar-

beitenden in den unscheinbaren Pakka-Bürräumen direkt am Zürcher Bahnhof Hardbrücke. «Damit begleichen wir alle Lieferantenrechnungen, Reisekosten und etliche weitere Aufwendungen, auch im Zusammenhang mit unseren Nachhaltigkeitslabels.» Neben dem Fairtrade-Logo prangt auf den Pakka-Nusspäckchen das offizielle europäische Öko- und Bio-Label. Dazu habe man sich bewusst entschlossen, um im europäischen Markt noch besser Fuss zu fassen.

Ganz einfach ist das Wachstum im Vertrieb indes nicht. Ein 100-Gramm-Beutel mit Pakka-Salznüssen kostet teilweise doppelt so viel wie Konkurrenzprodukte im Sortiment der grossen Detailhändler. Mit dem Massenmarkt werde Pakka nie etwas am Hut haben, so von Euw. «Erfreulich ist aber, dass neu erschlossene Kundengruppen meistens treu bleiben und zu wertvollen Stammkunden heranreifen.»

Meine Firma

Die Pakka AG hat ihre Wurzeln in Indien und wurde 2006 von Ueli Baruffol und Balz Strasser gegründet. Den Zürcher Unternehmern schmeckten die indischen Cashews so gut, dass aus dem Genuss die Idee des Cashew-Handels erwuchs. Heute zählt Pakka zwölf Mitarbeitende und hat sich als Anbieter von diversen Dienstleistungen rund um biologisch produzierte und fair gehandelte Nusspezialitäten etabliert.
→ www.pakka.ch



Tom von Euw von Pakka behauptet sich mit biologisch produzierten und fair gehandelten Nüssen gegenüber der zumeist billigeren Konkurrenz.



Kein Löffel vor dem Auge: Volle Preistransparenz zwischen Kaffeeproduzenten und Röstereien bietet Raphael Studer von Algrano.com.

Meine Firma

Auf dem Portal Algrano.com der Algrano AG aus Zürich kaufen Kaffeeröstereien aus elf europäischen Ländern ihren Kaffee direkt im Ursprungsland ein. Die Plattform ist seit Juni 2015 online, hat mehrere Start-up-Programme sowie den Technologie-Award der Europäischen Kaffeevereinigung gewonnen. Algrano, gegründet von den drei Jungunternehmern Raphael Studer, Gilles Brunner und Christian Burri, wächst beim Umsatz jährlich im dreistelligen Prozentbereich und beschäftigt heute 13 Mitarbeitende.
→ www.algrano.com

Nachhaltigkeit auch ohne Gütesiegelkontrolle fördern

Die Philosophie der Nachhaltigkeit verfolgt auch die Algrano AG, deren Büros rund zwei Kilometer Luftlinie entfernt von Pakka in Zürich-Wiedikon liegen. Allerdings mit einem anderen Ansatz. Das Geschäftsmodell des Start-ups mit 13 Mitarbeitenden: Verbindungen zwischen Kaffeeproduzenten und Röstereien online knüpfen. «Wir bauen ein virtuelles Ökosystem, das den operativen Handel für Röster und Produzenten digitalisiert und vereinfacht», erklärt der Geschäftsführer Raphael Studer.

Als neutraler Onlinemarktplatz ohne eigene Präsenz in den Kaffeursprungsländern

fallen für Algrano Kontrollaktivitäten vor Ort weg. «Fairtrade und andere Gütesiegel sind keine Voraussetzungen, um als Produzent oder Rösterei von den Diensten unserer Plattform zu profitieren», räumt Studer ein. Er stellt jedoch fest, dass die Nachfrage für doppelzertifizierten Kaffee, der faire Entlohnung und umweltfreundliche Produktion garantiert,

deutlich am Wachsen sei. Über Algrano.com können Produzenten und Kooperativen ihren Kaffee einem breiten Markt präsentieren und sich dadurch differenzieren. «Daher müssen sie nicht einfach einen Preis akzeptieren, sondern können Tarife verlangen, die ihre Produktionskosten decken.»

Studer ist überzeugt, dass das Algrano-Dienstleistungsmodell im Milliardengeschäft Kaffee nachhaltig punkten wird. Geld verdient das Start-up in Form einer Servicegebühr. «Dadurch haben wir, anders als Zwischenhändler, nicht den Anreiz, möglichst billig zu kaufen und teuer zu verkaufen.» Stattdessen würden die anfallenden Kosten online für beide Handelspartner transparent aufgelistet. Raphael Studer: «Wir schaffen mit unserer Plattform erstmals die Möglichkeit, dass Kaffeebauern ihre Käufer kennen und Lieferpartnerschaften aufbauen können, die wirtschaftliche Nachhaltigkeit garantieren.»

Zwei Geschäftsmodelle, zweimal Nachhaltigkeit in einer unterschiedlichen Anwendungsform: hier die gewürzten Nussvariationen, die eine wachsende Beliebtheit bei Endkunden der Pakka AG geniessen sowie den nachhaltig produzierenden Kleinbauern in neun Ländern eine wirtschaftliche Grundlage geben können. Dort das disruptive Geschäftsmodell der Algrano AG, das eine offene Handelstransparenz zwischen Kaffeeproduzenten und Röstereien ermöglicht und damit letztlich den Zugang für etliche Schweizer Kaffeetrinker zu direkt und transparent gehandelten Bio-Kaffeebohnen erleichtert.

Robert Wildi