

Maarten Heins ist einer der Gründer von Bröös in Rockstedt bei Zeven – ein Lieferdienst für regionale Lebensmittel.
Foto: CHRISTIAN LINDNER

LEBEN

Regionale Lebensmittel wie bei Amazon einkaufen

von CHRISTIAN LINDNER am 28. Mai 2021

Viele von uns kaufen deutlich lieber Lebensmittel aus der Region als vom anonymen Weltmarkt. Drei Brüder aus Rockstedt bei Zeven wollen das komfortabler möglich machen – mit einem Lieferdienst für regionale Lebensmittel, der nach dem Amazon-Prinzip funktioniert.

Die Zukunft des zeitgemäßen Einkaufens von regionalen Lebensmitteln könnte in Rockstedt keimen.

Rockstedt ist ein bäuerliches Dorf mit 400 Einwohnern, ein Ortsteil der Gemeinde mit dem schönen Namen Ostereistedt, neun Kilometer von Zeven entfernt, alles im Kreis Rotenburg/Wümme gelegen.

Nein, wirklich nicht der Nabel der Welt des Lebensmittelhandels. Und doch ist hier ein spannendes Start-up im boomenden E-Food-Sektor gegründet worden: Bröös – ein digital basierter Lieferservice für regionale Produkte.


Das E-Food-Start-up Bröös ist auf diesem Bauernhof in Rockstedt beheimatet. Hinter dem Fenster links: die Firmenzentrale, in der früheren guten Stube der Großeltern der Gründer.

Im Zimmer der Oma

In Hamburg oder Berlin würde solch ein Unternehmen in einer hippen Loftetage residieren, Lager und Logistik würden von einer verkehrsgünstig gelegenen Stahlbauhalle aus gestemmt. Bei Bröös ist auch das anders: Der Sitz der E-Commerce-Firma ist auf dem Bauernhof der Familie Heins. Genauer: in der früheren guten Stube der Oma der drei jungen Heins-Brüder Maarten (24), Berend (23) und Jaspar (21), die das Startup aufbauen. Lager und Packerei füllen die frühere Tenne des Stalls des schmucken Hofes mit neuem Leben. Kisten und Kühlakkus statt Kühe, Penne und Pesto statt Pferde.

Vom Hof ihrer Vorfahren aus spinnen die Bröös-Brüder zwei immer dichter werdende Netze von Geschäftsbeziehungen, die beispielhaft zeigen, was sich derzeit wandelt in Deutschlands Handelswelt – getrieben durch die Digitalisierung, dem Entdecken alternativer Einkaufswege, dem Wunsch nach guten Lebensmitteln regionaler Herkunft, alles beschleunigt durch die Wucht der Corona-Krise.

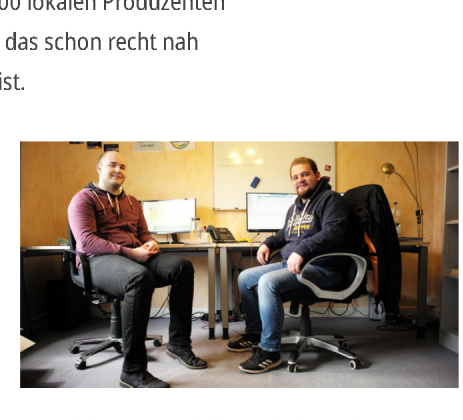
Bröös bringt zusammen

Bröös bringt zwei Welten zusammen, die sich zwar schätzen, aber bislang gar nicht immer ganz leicht zusammenfinden: die Produzenten von regionalen Lebensmitteln, vorwiegend aus dem Raum zwischen Bremerhaven, Bremen und Hamburg – und die Interessenten für solche Produkte.

Ja, es gibt gute Wochenmärkte wie den in Bremerhaven-Geestemünde. Klassisches Marktgeschehen, letztlich wie seit Jahrhunderten: Anbieter und Kunden bewegen sich beide an einen Punkt, dort wird dann Ware live ausgewählt und gegen Geld getauscht. Diesen traditionellen Prozess „amazonisieren" die jungen Heins-Brüder gleichsam: Angeboten und ausgewählt wird auf einem digitalen Marktplatz, und die Ware kommt über Bröös zum Kunden. *(Unseren Testbericht über zwei Einkäufe auf diesem Weg findet Ihr ganz unten.)*

Bis 17 Uhr tags darauf

Wer bei Bröös über deren Webshop bis 17 Uhr Waren von mittlerweile rund 100 lokalen Produzenten bestellt, wird damit am nächsten Tag beliefert – in einem wachsenden Gebiet, das schon recht nah an Bremen heranreicht und nicht mehr weit von Bremerhaven und Hamburg ist.


Zwei Stützen von Bröös: Janis Blank (links) kümmert sich um die Organisation, Thore Wülpern um die Lieferanten und das Sortiment.

Die dafür nötige logistische Erfahrung haben die drei jungen Männer seit 2008 gesammelt. Als Jungen begannen sie, in ihrem Dorf sonntags Brötchen eines Bäckers aus der Region an die Haustür zu bringen – für jeden Haushalt das, was er vorher bestellt hatte.

Mit Brötchen begonnen

Was als Taschengeld-Aufbesserung gedacht war, professionalisierte sich – und läuft bis heute: Über 1200 Kunden zwischen Gyhum und Gnarrenburg, zwischen Zeven und Lilienthal bekommen über Bröös sonntags ihre Brötchen, mittlerweile von vier Bäckereien. Zu 80 Prozent sind das Brötchen-Abos. Die Gebrüder Heins haben schon vor Jahren ein eigenes Computerprogramm entwickelt, um dieses wechselintensive Geschäft sauber zu managen.

Nach der Schulausbildung standen sie vor der Frage, was denn werden soll aus ihrem Brötchendienst. Maarten Heins dachte darüber nach seinem Abitur bei einer längeren Work-and-Travel-Reise in Übersee nach.

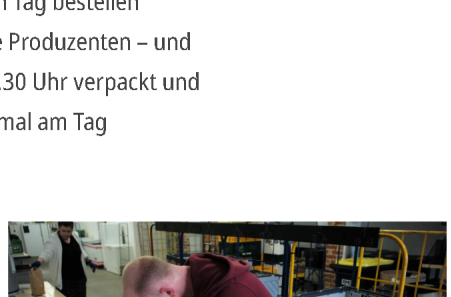
Die Idee kam in Indien

Bei einer langen Fahrt mit einem Bus über rumpelige indische Landstraßen kam ihm die Idee: Wir bauen das sonntägliche Brötchengeschäft zu einem Lieferdienst für regionale Lebensmittel aus – wie bei den Bäckern mit einem intensiven Bezug zu den Produzenten. Und mit einem Geschäftsmodell, das für beide Seiten auch auf Dauer gut ist: kooperieren – nicht knebeln.

Über Gespräche und Besuche fanden die Gebrüder Heins einen anfangs kleinen Kreis von ersten regionalen Lieferanten – und über Werbung bei ihren Brötchen-Abonnenten erste Kunden auch für Lebensmittel. Im Dezember 2019 begannen sie damit, in der Woche Gemüse, Obst, Fleisch, Getränke und mehr auszuliefern – meist aus heimischen Landen.

Latte selbst hoch gelegt

Die Bröös-Brüder legten sich selbst die Latte dafür anspruchsvoll hoch: Sie richteten ihr gesamtes System von Anfang an darauf aus, dass die Kunden bis 17 Uhr für den nächsten Tag bestellen können. Die gebündelten Orders gehen am frühen Abend von Rockstedt an die Produzenten – und die liefern das Gewünschte bis frühmorgens nach Rockstedt. Dort wird es ab 5.30 Uhr verpackt und dann nach dem Milchmann-Prinzip ausgeliefert: Jeder Ort mit Kunden wird einmal am Tag angefahren.


Auf jeder Kiste wird für die Kunden handschriftlich vermerkt, wer sie gepackt hat. Hier ist es Christian Zufall.

Gemüse, Obst und Haltbares kommt in professionellen Klappkisten, Kühlbedürftiges und Gefrorenes mit Kühlakkus und Trockeneis in Styroporkisten. Mindestens acht Stunden hält die Kühlkette so.

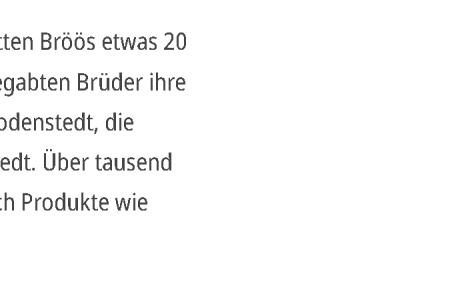
System nennt Zeitfenster

Die Kunden werden vom System schon bei ihrer Bestellung über ein Zeitfenster von drei Stunden informiert, in dem ihr Einkauf bei ihnen ankommt. Wer nicht da ist, bekommt die markanten Kisten vor die Tür oder an einen anderen genannten Platz gestellt – im ländlichen Raum laut Maarten Heins ein problemloses Verfahren.

Innerhalb von zwei Wochen werden die Kisten wieder abgeholt, Pfandgläser werden bei der nächsten Order verrechnet. Vorteil der Kisten-Methode: Anders als bei anderen E-Food-Bestellungen fällt beim Kunden kein zusätzlicher Verpackungsmüll an.

Über tausend Artikel

Das Konzept und die erkennbar professionelle Umsetzung greifen: Anfangs hatten Bröös etwas 20 lokale Lieferanten, jetzt sind es rund 100 „Bröös Freunde", wie die marketingbegabten Brüder ihre Partner nennen – etwa die Landbrauerei Hacker bei Buxtehude, die Ölmühle Godenstedt, die Hausschlachterei Viebrock in Brauel oder die Eismacher vom Milchkontor Wilstedt. Über tausend Artikel sind im Programm; täglich kommen neue hinzu, mittlerweile gibt es auch Produkte wie Eiswürfel oder Grillkohle.


Haltbares hat Bröös auf Lager, Frisches wird von den Produzenten nach dem Übermitteln der Bestellungen geliefert.

Auch bei den Kunden geht die Kurve nach oben: Anfangs hatten Bröös pro Tag eine Handvoll Bestellungen, jetzt sind es 70 je Tag. Rund 450 Haushalte ordern mittlerweile Lebensmittel auf diesem Weg, und das in bemerkenswerten Mengen: Der Durchschnittswert pro Einkauf liegt bei 55 Euro.

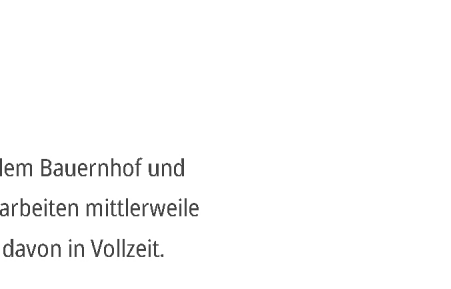
Brötchen helfen der Kiste

Der sonntägliche Brötchen-Service läuft weiter und wird regional ausgebaut. Jüngst kam der Raum Lilienthal hinzu. Die Tüte am Sonntag ist gleichsam der Türöffner für die Lebensmittelkiste in der Woche: Die Sonntagbrötchen-Kunden sind gut ansprechbar für das Regional-Angebot in der Woche.

Noch 2021 will Bröös auch die Regionen Rotenburg und Osterholz beliefern. Und für 2022 ist gar der Sprung nach Hamburg oder Bremen geplant. Hamburg ist wegen seines Kundenpotenzials der Favorit, Bremen wäre logistisch leichter umsetzbar.

50 Beschäftigte

Das Ganze hat Dimensionen und eine Tiefe, die man der Start-up-Zentrale auf dem Bauernhof und dem Besprechungszimmer in Omas guter Stube nicht ansieht. 50 Beschäftigte arbeiten mittlerweile für die zwei getrennten logistischen Schienen Brötchen und Lebensmittel, acht davon in Vollzeit.


Das derzeitige Liefergebiet von Bröös. 2022 soll Hamburg oder Bremen dazukommen.

Dazu zählt auch ein Programmierer, der am Webshop und an den damit verbundenen Systemen arbeitet. Vieles ist beeindruckend smart umgesetzt: Der Mitarbeiter etwa, der morgens die Kiste für einen Kunden packt, sieht an der Bestellliste, wie oft der schon bestellt hat – und er legt ihm dann einen passenden Flyer hinein. Für die erste, zweite, dritte, vierte und fünfte Bestellung gibt es jeweils eine andere Ansprache. „Kundenreise" nennt das Maarten Heins.

Tour aufs Fahrer-Tablet

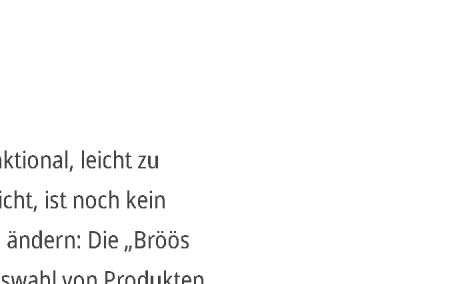
Auch sonst ist vieles bei dem Start-up auf dem Lande digital und modern. Die Lieferrouten werden mittels einer Tourensoftware ausgearbeitet, die Fahrer der bislang zwei Bröös-Sprinter bekommen sie auf ein Tablet im Fahrerhaus geschickt. Das Team kommuniziert per Slack, für Verbesserungen werden Tickets geschrieben, Projekte werden mit Trello organisiert, das interne Wissen wird mit Notion in einem Wiki für alle verfügbar gemacht.

Das volle Digital-Programm also in Oma Adelheids guter Stube.

Auch nach außen hin spielt Bröös auf der kompletten Klaviatur der Kommunikations-Moderne: Produkte, Team und Spirit präsentieren sie bei Instagram, Facebook und YouTube. Mit 5000 Abonnenten aus der Region bei Instagram und 3700 bei Facebook (Stand Ende Mai 2021) lässt sich schon Absatz beeinflussen, YouTube steht mit rund 450 Abonnenten noch am Anfang. Hinzu kommen jeden Sonntag Newsletter, über das Programm Mailchimp gesteuert – mit beeindruckenden Öffnungsraten von 30 Prozent.

Shop noch etwas spröde

Im Hintergrund arbeitet Bröös an einem neuen Webshop. Der bisherige ist funktional, leicht zu erschließen und stimmig, wirkt aber auch etwas spröde. Er duftet gleichsam nicht, ist noch kein digitaler Wochenmarkt mit Erlebnischarakter. Der neue Webshop soll auch das ändern: Die „Bröös Freunde" und ihre Waren sollen besser erlebbar werden, und es soll bei der Auswahl von Produkten, wiederum nach Amazon-Muster, passende Empfehlungen geben.


Bröös macht vieles selbst – auch die Fotos der Produkte für Webshop und Produktkatalog.

Der Webshop, der gerade entsteht, ist aber auch auf regionales Wachstum angelegt: Er ist so konzipiert, dass er mehrere Standorte für Lager, Packen und Auslieferung möglich macht. Ein Kunde aus Hamburg würde dann andere, ihm näher liegende Produkte sehen als ein Kunde aus Bremen. Schon mit der bisherigen Weblösung lernt Bröös in dieser Hinsicht.

Man merkt: Das junge Unternehmen erprobt sich bewusst in der Fläche, um homogen zu wachsen und dann gut vorbereitet auch in die Metropolen vorzustoßen.

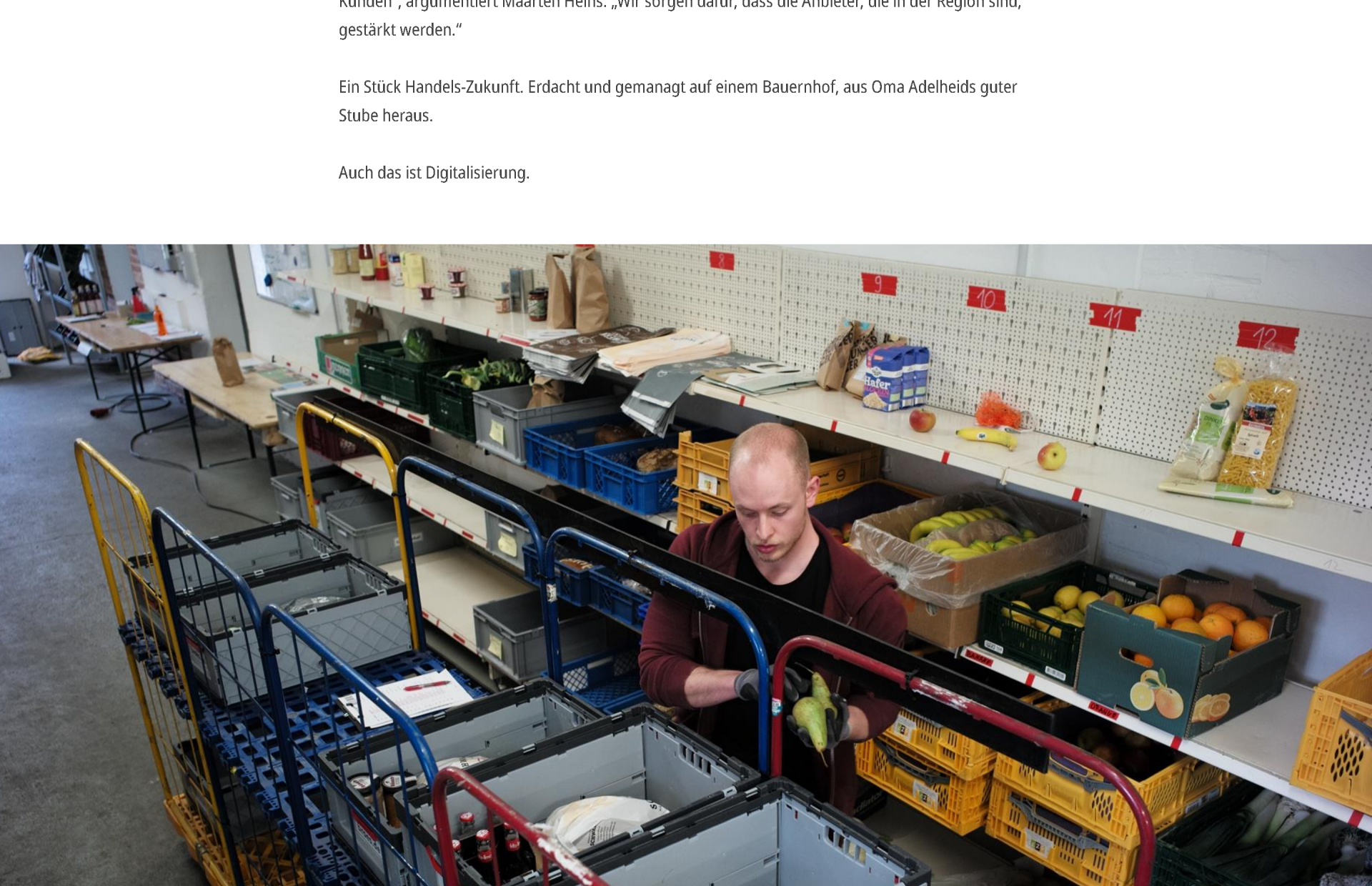
Corona half dem Start-up

Bei alledem hilft auch, nüchtern betrachtet, der große Veränderer Corona, der andere Formen des Handels in seinen Grundfesten erschüttert. Maarten Heins: „Corona hat die Hürde, Lebensmittel über das Internet zu bestellen, deutlich gesenkt." Er schätzt, dass die Pandemie ihr Start-up „um fünf Jahre nach vorne katapultiert hat".

In diesem Schub und seinen Effekten sehen die Bröös-Brüder neue Chancen für ländliche Regionen wie den Raum zwischen Weser und Elbe. „Wir schaffen einen einfachen Weg vom Lieferanten zum Kunden", argumentiert Maarten Heins. „Wir sorgen dafür, dass die Anbieter, die in der Region sind, gestärkt werden."

Ein Stück Handels-Zukunft. Erdacht und gemanagt auf einem Bauernhof, aus Oma Adelheids guter Stube heraus.

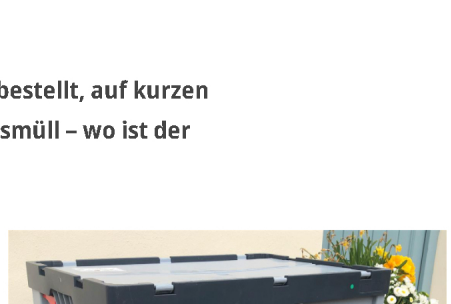
Auch das ist Digitalisierung.


Ab 5.30 Uhr morgens werden die Kisten für die Kunden gepackt – auf der früheren Tenne des Hofes, der in Rockstedt seit jeher „Bröös Hof" genannt wird.

Was die Bestelltests von NORD|ERLESEN ergaben

Wertiges Essen aus der Region, von heimischen Produzenten, digital bestellt, auf kurzen Wegen transportiert, bequem nach Hause geliefert, kein Verpackungsmüll – wo ist der Haken?

Zwei Test-Bestellungen von NORD|ERLESEN bei Bröös ergaben: Es gibt keinen Haken. Die Anmeldung auf der Webseite ist problemlos, das Aussuchen und Bestellen im gut strukturierten Webshop geht intuitiv. Gerne genutzt haben wir die Möglichkeit, uns im Angebotsfenster nach einem Klick näher über den Lieferbetrieb informieren zu können.

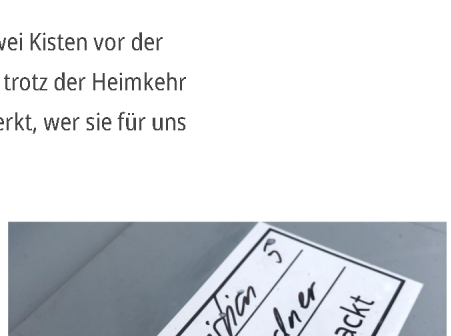

So findet der Kunde seine Bestellung vor der Haustür vor, wenn er bei der Zustellung nicht zu Hause war.

Preise wie Wochenmarkt

Die Preise liegen auf dem Niveau von Wochenmärkten, Bio-Läden oder den Regional-Abteilungen der großen Lebensmittel-Ketten. Ab 55 Euro wird versandkostenfrei geliefert, darunter kostet es 3,90 Euro. Einen Mindestbestellwert gibt es nicht.

Weil wir am Tag nach der Bestellung nicht zu Hause waren, wurden „unsere" zwei Kisten vor der Haustür abgestellt. Sie waren blitzsauber und klug gepackt, das Gefrorene war trotz der Heimkehr erst nach Feierabend wie aus der Truhe. Nette Geste: Auf den Kisten war vermerkt, wer sie für uns gepackt hatte.

Mit der Qualität waren wir zufrieden bis sehr zufrieden, teils war es gar eine Entdeckung. Zwei Tipps: das grandiose Eis vom Milchkontor Wilstedt („Frisch vom Bauernhof") und der kräftig-aromatische Schaf-Weichkäse Piepenrieker (Kümmel) vom Milchschafhof Brünjes in Bremervörde.



Man sieht: Da hat ein Mensch für einen gepackt.

Die Sinnlichkeit fehlt

Einzige Bruchpunkte dieses anfangs ungewohnten, aber interessanten Einkaufsgefühls: Der Webshop ist sauber aufgebaut und informativ, auch der gedruckte 112-seitige Produktkatalog ist hilfreich. Beiden aber fehlt schlicht die Sinnlichkeit eines guten Wochenmarktes.

Und bei aller Liebe zur Regionalität man merkt beim Auswählen auch am eigenen Einkaufsverhalten: Je nach Jahreszeit oder Wunsch kann gar nicht jedes Produkt aus der Region kommen. Man bekommt es trotzdem bei Bröös. Neben viel Regionalem gibt es dort etwa auch Wein aus Rheinhessen, Granatäpfel aus Indien oder Trauben aus Südafrika.


Styroporkiste, Kühlakkus und Trockeneis (der Beutel rechts) halten Kühlbedürftiges und Gefrorenes einwandfrei kalt.

Maarten Heins erklärte uns, warum: Der Lieferdienst strebt an, dass seine Kunden ihren gesamten Einkauf über ihn erledigen können. Und Bröös will nicht ideologisch agieren, sondern mit einer Mischung aus Grundsätzen und Pragmatismus.

Fazit von NORD|ERLESEN:

- Sortiment mit respektabler Bandbreite
- Bröös erschließt einem die Welt der regionalen Produzenten zwischen Weser und Elbe zeitgemäß und zeitsparend
- Bemerkenswert ausgereiftes Mini-Amazon für regionale Produkte



Kühlkiste ausgepackt: Die Kühlkette hat gehalten.



Pluspunkt: Kein zusätzlicher Verpackungsmüll.

Editiert von MATTHIAS BERLINKE am 28. Mai 2021 um 14:13 Uhr

Über den Autor



Christian Lindner
Chefreporter Digital

Christian Lindner ist in Schleswig-Holstein aufgewachsen und arbeitete als Journalist lange in Rheinland-Pfalz bei der Rhein-Zeitung im Lokalen und Regionalen sowie in Berlin bei Bild am Sonntag im Boulevard. Seit Januar 2021 ist er Chefreporter für...

mehr zum Autor