

Verkaufsapp mit Mehrwert

beefeed, die App zur digitalen Direktvermarktung

Fünf Jungs aus Esslingen haben eine App entwickelt, um die Bestellung von regionalen Produkten zu vereinfachen und zu digitalisieren. Die ausschlagende Idee dazu gab ein Kollege. Jetzt will das Team hinter der Plattform Landwirte und Kunden in ganz Deutschland erreichen. Gleichzeitig möchten die Gründer zum Naturschutz beitragen.

beefeed. So heißt die neue App, mit der fünf junge Männer die Direktvermarktung digitalisieren wollen. 2019 gegründet, verfolgt beefeed das Ziel, den Bestellvorgang von regionalen Produkten für Anbieter und Kunden zu vereinfachen. Hinter der App stehen Tim Strakeljahn, Nico Brandstetter, Tobias Kleinhansl, Mario Bosch und Kevin Ansoerge.

Das Team hinter beefeed

Die Gründer kennen sich von einem mittelständigen Unternehmen in Esslingen, dessen Geschäftsführer Kevin ist. Tobias, der im Master Digital Business Engineering in Reutlingen studiert, arbeitet in der Firma als Werkstudent. Nico ist Bachelorstudent der Mechatronik und Robotik in Heilbronn und wird gelegentlich für Programmierungen beauftragt. Tim studiert Wirtschaftsinformatik in Karlsruhe, ebenfalls im Bachelor. Mario, der in Nürtingen Agrarwirtschaft studiert, ist im Team von beefeed der Ansprechpartner für die landwirtschaftlichen Themen. Nico und Tim sind für das Programmieren verantwortlich, während Tobias, Mario und Kevin sich um Marketing und das betriebswirtschaftliche Drumherum kümmern.

Die zündende Idee

In der Firma kamen sie ins Gespräch mit einem Kollegen und stellten fest, wie schwer es ist, Produkte direkt zu vermarkten. Bestellungen gehen über viele verschiedene Kanäle beim regionalen Anbieter ein, über Mail, Telefon oder mündlich. Der Kollege wies darauf hin, dass es ein großer Arbeitsaufwand sei, all diese Bestellungen ordentlich zu organisieren. Er sprach aus eigener Erfahrung. Er besitzt nebenbei einen landwirtschaftlichen Betrieb, zu dem auch ein Hofladen gehört. Tobias erzählt, dass da dem Team bewusst geworden sei, „dass etwas getan werden muss, um Erzeuger und Kunde ein Stück weit näher zusam-



Das Team hinter beefeed: (v. l.): Tim Strakeljahn, Kevin Ansoerge, Mario Bosch, Nico Brandstetter, Tobias Kleinhansl. | Foto: beefeed

menzubringen.“ Das Team entwickelte zusammen eine Lösung für das Problem: beefeed, erhältlich online und als App. Nico betont, dass es ihnen wichtig war, ihre persönlichen Fähigkeiten in die App einzubringen und diese im Austausch mit dem betroffenen Kollegen zu entwickeln. Das Team hat sich drei- bis viermal wöchentlich getroffen. Nach circa einem dreiviertel Jahr war die erste Version der App fertig. Jetzt wird die Plattform beständig weiterentwickelt.

Arbeitsaufwand entfällt

Wenn der Landwirt sich einen Shop in beefeed einrichtet, können die schon hinterlegten Produktbilder verwendet werden. Dann können Preise, Bezahlart, Steuersätze und Abhol- oder Lieferzeitraum frei definiert werden. Wenn der Kunde die App öffnet, sieht er auf einer Landkarte die Landwirte in seiner Umgebung, die beefeed nutzen. Sobald er sich einen Anbieter ausgesucht hat, kann er sich das ganze Produktportfolio ansehen und die gewünschten Produkte in den virtuellen Warenkorb legen. Bezahlt werden kann auch direkt über die App. Das beefeed-Team bietet Apple Pay, Google Pay genau so an wie PayPal oder bei Wunsch auch Barzahlung. Nico erklärt, dass dies gerade während Corona eine große Erleichterung darstellen kann. Da über die App die Produkte ausgewählt und bezahlt werden, kann der Landwirt die Lebensmittel schon vorab in Kisten packen und während des ausgewählten Abholzeitraums kontaktlos an die Kunden übergeben. Dadurch können auch Schlangen vor den Hofläden vermieden werden. Um die Handhabung der App so einfach

und anschaulich wie möglich zu gestalten, produziert das Team auch Videos für ihren eigenen YouTube-Kanal, um in kurzen Videofilmen ihre App zu erklären.

Einkaufen und Bienen retten

Warum aber der Name beefeed? Dem Team ist es wichtig, dass „wir die Region nicht nur durch unsere App unterstützen, sondern auch ein bisschen was zurückgeben.“ Sie spenden einen Teil ihres Umsatzes an den Verein Mellifera, der sich für den Bienenschutz einsetzt. Daher auch der Name: beefeed, Bienenfutter. Ein Euro pro bezahlendem Anbieter und Monat soll an Mellifera gehen. Bis Ende 2021 wird die App jedoch kostenlos bleiben.

Regionale Zukunft

Das beefeed-Team erläutert, dass die Plattform nur gemeinsam mit den Landwirten funktionieren kann. Es müsse gelingen, dass Landwirte ihre Kunden auf die App als neue Bestelloption hinweisen. Die nächsten Schritte hat das Team klar definiert. Zuerst wollen sie so viele regionale Anbieter wie möglich, in verschiedenen Regionen Deutschlands, gewinnen. Wenn die App eine entsprechende Anzahl an Anbietern hat, sollen aktiv Endkunden angeworben werden. „Wir haben mittlerweile ganz viele Beispiele, dass wir helfen können. Wir müssen jetzt nur noch die Anbieter davon überzeugen, dass wir eine Hilfe sein können“, schließen die Gründer. In Zukunft streben sie an, die führende Plattform für Direktvermarktung in der Landwirtschaft zu sein. | ja ■