



Verkaufen ihre Nüsse nicht nur an Einzelkunden, sondern auch an Hotellerie, Gastronomie und Fachgeschäfte: Denis Burghardt, Gründer und Geschäftsführer von Kern-Energie und Ulrike Gniza, Mitgründerin und Produktmanagerin. ZOLLONDZ

# Hamburger Startup knackt die Nuss

Die junge Firma Kern-Energie verkauft Nussmischungen nach Wahl / Individuell zusammengestellte Produkte liegen im Trend

**HAMBURG** Welche Mischung hätten Sie denn gern? 500 Gramm oder 200 Gramm? Cashewkerne oder Macadamia? Mandeln puderweiß oder geröstete Paranüsse? Oder vielleicht doch ein Fertigmix mit Rosinen und ein paar Trockenfrüchte obendrein? Der Auswahl sind keine Grenzen gesetzt auf der Seite kern-energie.com. Seit November 2010 bietet das gleichnamige Hamburger Startup Nussorten, Trockenfrüchte und Kerne, die der Kunde in Eigenregie mixen kann. Ein Computer reicht aus.

„Ich habe schon immer Nüsse gegessen“, sagt Denis Burghardt, Gründer und Geschäftsführer des Startups. Doch der 34-Jährige griff schon im Kindesalter nicht zur Standardware, sondern stets zu hochwertigen Schalenfrüchten. Qualität und der besondere Geschmack sind denn auch zwei wesentliche Merkmale, durch die sich „Kern-Energie“ vom Massenmarkt abgrenzen will.

Das Konzept dahinter: „Mass Customization“, das bedeutet übersetzt etwa

„individualisierte Massenabfertigung“. Produkte verschiedener Branchen – von Mode über Lebensmittel bis hin zu Dienstleistungen – können mittels dieser Strategie maßgeschneidert angeboten werden. „Der Kunde bekommt genau die Produkte, die zu seinem Geschmack passen“, erklärt Dominik Walcher, Professor für Marketing und Innovationsmanagement an der Fachhochschule Salzburg. Hinzu komme auch der Spaß an der individuellen Zusammenstellung der Produkte.

## Vorbild ist das Unternehmen Mymuesli

Doch das allein erklärt nicht alles. Der Erfolg der Nischenprodukte ist im Wesentlichen auf zwei Entwicklungen zurückzuführen: Der Siegeszug des Internets als Schnittstelle zur Bestellung der Waren und die gesellschaftliche Individualisierung. „Jeder strebt nach Einzigartigkeit, was dem Trend neue Nahrung gibt“, sagt Walcher. Mittlerweile seien Kunden immer stärker dar-

an gewöhnt, dass sich der Einkauf nach eigenen Bedürfnissen einrichten lässt. „Mass Customization“ war und ist denn auch nicht nur ein Produktionskonzept für Startups: Auch Großunternehmen bieten ihre Artikel zur individuellen Zusammenstellung an – das Auto oder Notebook als Selbstentwurf des Kunden.

Das Vorbild für „Kern-Energie“ war allerdings kein großer Konzern, sondern das Startup Mymuesli mit Sitz in Passau. Das Internetunternehmen verkauft erfolgreich Müslimischungen, die jeder in unzähligen Variationen selbst mixen kann. Für „Kern-Energie“ übernehmen die erfolgreichen Gründer aus Bayern die Abfertigung der Nussmischungen – das befreit das Hamburger Startup von hohen Kosten. Und gewährleistet trotzdem, dass Aufträge schnell bearbeitet und die Lagerzeiten gering gehalten werden. Das soll vor allem die hohe Qualität der in einem speziellen Verfahren in den Niederlanden gerösteten Nüsse sichern. Denn die bei der Herstellung frei wer-

denden ätherischen Öle blieben nur rund vier Wochen erhalten. „Das Aha-Erlebnis ist in diesen Wochen besonders“, sagt Burghardt.

## Pläne für eigene Nussrösterei in Hamburg

„Kern-Energie“ will auch in Sachen Nachhaltigkeit überzeugen. Zu 95 Prozent entspreche die Herstellung Fair Trade- und zu 90 Prozent Standards der Bio-Produktion, sagt der 34-Jährige. Die besondere Qualität hat aber ihren Preis: Die günstigste 200 Gramm-Mischung kostet rund drei, die teuerste Variation in dieser Gewichtsklasse ungefähr acht Euro. Das Startup verkauft seine Nüsse übrigens nicht nur online, sondern auch an Hotellerie, Gastronomie und Fachhändler. Und wenn Burghardt seinen Traum verwirklicht, käme ein neuer Verkaufsweg hinzu: In einer eigenen Nussrösterei in Hamburg will „Kern-Energie“ seine Schalenfrüchte noch frischer anbieten.

Alexander Zollondz