

Andreas Schindler vom Zitrusfrüchte-Händler "Don Limón" über die Internationalisierung eines Obststands: Neue Folge von Kontora Insights

Kontora Insights macht die Vielfalt von Familienunternehmen sichtbar. In der dreizehnten Episode berichtet Andreas Schindler wie es ihm gelungen ist, einen Obst- und Gemüsestand auf dem Hamburger Großmarkt in ein Handelsunternehmen mit globaler Reichweite zu verwandeln – und welche entscheidende Rolle dabei eine ungewöhnliche Marketingstrategie gespielt hat.

Die neue Folge ist ab sofort überall abrufbar, wo es Podcasts gibt, bei [Spotify](#), [Apple Podcasts](#), [Amazon Music](#) und [Deezer](#). Diese und alle weiteren Folgen sind zudem auf [YouTube](#) und unter www.kontora.com/insights/podcasts als Video verfügbar.

Limetten mit Persönlichkeit



Im Gespräch mit Kontora Geschäftsführer Stephan Buchwald berichtet Schindler von seinem zunächst eher zögerlichem Einstieg ins Familienunternehmen Pilz Schindler, der Suche nach einem eigenen Tätigkeitsfeld und dem Erfolg der Marke Don Limón. „Mein Vater war ausgelaugt von all der Nacharbeit im Großmarkt und wollte das Unternehmen verkaufen.“ Die nächste Generation war gefragt. Doch er und sein Bruder hätten sich zunächst wenig für das Geschäft interessiert. Einmal eingestiegen, suchten sie nach Wegen, das Traditionsunternehmen weiterzuentwickeln.

Schindler erzählt, wie ihm ein Freund aus der Werbebranche dazu geraten hat, eine Marke für Zitrusfrüchte aufzubauen – Don Limón. Die Brüder sahen eine Chance in der Nische und träumten vom Aufstieg zum Global Player. Doch Obst handeln wie ein Markenprodukt? „Ich sagte, Obst kauft keiner nach Marke. Es muss billig sein, die Marke ist der Supermarkt, der das verkauft, nicht Don Limón.“ Umgesetzt haben sie das Konzept trotzdem – mit Schindler als Aushängeschild und Markenbotschafter. Das Logo zeigt sein Gesicht vor knallig-grünem Hintergrund und macht ein austauschbares Produkt persönlich.

Vertrauen als zentrale Währung

Während Pilz Schindler bislang davon lebte, Obst und Gemüse an regionale Gastronomie- und Einzelhandelsbetriebe zu verkaufen, steht Don Limón für weltweiten Handel. Dabei habe man zunächst nach dem Motto „Fake it until you make it“ agiert. Die Marke sei sehr nützlich gewesen, um Vertrauen aufzubauen und den Grundstein für langfristige Handelsbeziehungen zu legen. „Komischerweise eilt einem, wenn man aus Deutschland kommt, groß und blond ist und Don Limón heißt, ein guter Ruf voraus“, so Schindler. „Ein Produzent in Argentinien denkt dann, dass kann Sinn machen, sich zusammenzusetzen.“



KONTORA

VERMÖGEN VERSTEHEN

Mittlerweile schickt Don Limón nicht nur Limetten und Zitronen um den Globus, sondern auch Container voller Trauben, Kokosnüsse und Kardamom. Um Zugang zu den Märkten zu erhalten, setzt man auf ein einfaches, aber wirkungsvolles Rezept: Don Limón arbeitet bevorzugt mit Muttersprachler*innen, die über Kontakte in den Anbauregionen verfügen und mit den jeweiligen Kulturen vertraut sind. Diese arbeiten weitgehend selbständig in der Hamburger Zentrale oder in Ländern wie Ägypten, Südafrika und Indien, wo Don Limón Büros betreibt. Dort schaut auch der Chef regelmäßig vorbei, schließlich sei Reisen seine Leidenschaft: „Global unterwegs zu sein ist für mich die treibende Kraft.“



Die dreizehnte Folge des Unternehmer Podcasts ist ab sofort verfügbar. Kontora Insights ist eine Produktion von Kontora Family Office. Unternehmer-Gespräche sind bisher mit [Patrick Adenauer \(Bauwens\)](#), [Marie-Christine Ostermann \(Rullko\)](#), [Jürgen Heraeus \(Heraeus\)](#), [Felix Kroschke \(Kroschke Gruppe\)](#), [Farhad Vladi \(Vladi Private Islands\)](#), [Axel Stürken \(Leuchtturm Gruppe\)](#), [Claas Kießling \(Wentzel Dr.\)](#), [Julia Laakmann \(Giesker & Laakmann\)](#), [Ferdinand Seefried \(Seefried Industrial Properties\)](#), [Erich Schiffrers \(Zwilling\)](#), [Sebastian Pollok \(Visionaries Club\)](#) und [Wolfgang Mühlbauer \(DMG\)](#) erschienen. Abrufbar auf [YouTube](#) – und überall, wo es Podcasts gibt.

Über Kontora

Kontora ist eine professionell ausgerichtete Managementstruktur für die Steuerung großer Vermögen auf unabhängiger und interessenkonfliktfreier Basis. Wir bieten Inhaber*innen und Verantwortlichen von respektablen Vermögen strategische, taktische und operative Leistungen. Ziel ist eine hochambitionierte Vermögenssteuerung mit der gleichen Exzellenz wie im eigenen Unternehmen.

Kontakt

Kontora Family Office GmbH
Jungfernstieg 51
20354 Hamburg

contact@kontora.com
www.kontora.com