



**DEUTSCHER  
GRÜNDER  
PREIS**

Eine Initiative von



## „Die Qualität steht im Vordergrund“

True Fruits GmbH, Bonn:

Preisträger des Deutschen Gründerpreises 2009 in der Kategorie StartUp

True Fruits GmbH produziert Smoothies - Getränke aus pürierten Früchten - in einem besonders schonenden Verfahren und vertreibt sie auf dem deutschen Markt. Das Unternehmen wurde von der Jury des Deutschen Gründerpreises in der Kategorie StartUp nominiert: „Die True Fruits GmbH war der erste Anbieter von Smoothies in Deutschland und hat es aus ihrer Pionier-Position heraus geschafft, in einer traditionellen Branche innerhalb kürzester Zeit mit einer konsequenten Ausrichtung auf Premiumqualität und einem innovativen Marketingkonzept ein neues Produkt zu etablieren und eine Marke aufzubauen. Das Unternehmen verfolgt einen ganzheitlichen Qualitätsansatz, der von der Ernte und dem Transport der Früchte, über die schonende Verarbeitung bis zur Abfüllung in einer hochwertigen Glasflasche reicht und hat damit zahlreiche große Kunden gewinnen können.“

Inga Koster, Geschäftsführerin von True Fruits: „Die Nominierung für den Deutschen Gründerpreis ist für uns wie ein Sechser im Lotto. Unsere Marke ist dadurch im wahrsten Sinne des Wortes in aller Munde.“ Der frische Geschmack, da sind sich die Gründer sicher, wird viele überzeugen. „Für uns steht die Qualität im Vordergrund und das schmeckt man“, so Mit-Geschäftsführer Marco Knaut. Die Idee hatten die beiden – noch als Studenten – nach einem Auslandssemester aus Schottland mitgebracht. „Dort waren Smoothies oft unsere letzte Rettung, um trotz des schlechten Essens wenigstens ein paar Vitamine zu bekommen.“ Zuhause in Deutschland waren sie dagegen gänzlich unbekannt.

Eigentlich ist die Herstellung der fruchtigen Drinks einfach: Obst in den Mixer, Saft dazu, mixen, fertig. Doch die Produktion im großen Stil ist aufwändig. „Die Früchte müssen von Schalen und Kernen befreit werden, weil sie den Geschmack beeinträchtigen“, erklärt der Dritte im Bunde der Gründer, Nicolas Lecloux. Zudem mussten Lieferanten und ein Abfüller gefunden werden, denn die sämigen Produkte sind ungeeignet für herkömmliche Saft-Abfüllanlagen und müssen natürlich auch haltbar gemacht werden. „Wir wollten die übliche Pasteurisierung nicht, weil dadurch zu viele Nährstoffe zerstört werden.“ Die Gründer zogen Experten hinzu und initiierten ein Forschungsprojekt mit der Fachhochschule Bonn-Rhein-Sieg, an der ein besonders schonendes Herstellungsverfahren entwickelt wurde, das fast alle Inhaltsstoffe der frischen Früchte bewahrt. Eine Design-Studentin entwarf eine trendige Glasflasche. Zu teuer, befanden Berater und empfahlen Plastik. Das Trio blieb stur. Mit Recht: Das auffällige Design hat den iF gold award und andere renommierte Preise gewonnen. Es ist

Der Deutsche Gründerpreis  
wird unterstützt durch



Bundesministerium  
für Wirtschaft  
und Technologie

der wichtigste Markenbotschafter der kleinen Firma, die sich keine kostspieligen Werbekampagnen leisten kann. Doch die Glasflasche war nicht nur teuer, sondern machte es auch schwierig, einen passenden Abfüller zu finden, da viele Anlagen auf Plastikflaschen ausgerichtet sind. „Wir haben mindestens einmal pro Woche gedacht, dass es nicht mehr weitergeht, aber wir waren absolut von unserer Idee überzeugt“, erzählt Marco Knauf.

Endlich waren die ersten Testmuster fertig. „Wir sind mit dem Auto durch ganz Deutschland gezuckelt, um zu akquirieren“, erinnert sich Inga Koster. Doch die Gründer bekamen statt Ladenflächen nur ein Lächeln. Irgendwann räumte ein Marktleiter aus Gefälligkeit ein Fach in der Kühltheke frei. „Wir haben im ersten Monat 1.000 Stück verkauft, obwohl Smoothies damals in Deutschland fast unbekannt waren“, erinnern sich die drei an ihren ersten Verkaufserfolg. Einen anderen Einkäufer haben wir so lange mit Mails und Anrufen bombardiert, bis wir zehn Testmärkte bekommen haben.“ Wieder mit durchschlagender Resonanz. Das sprach sich in der Branche herum. Die großen Hersteller zogen mit eigenen Produkten nach. Doch die Smoothie-Pioniere setzten sich gegen die riesigen Werbebudgets der Wettbewerber durch: True Fruits ist die Nr. 2 auf dem deutschen Markt unter den Marken-Smoothies, was die Gründer auf ihren kompromisslosen Qualitätsanspruch zurückführen.

„Wir spüren nichts von der Krise“, sagt Nicolas Lecloux. „Unsere Smoothies sind der kleine Luxus für jeden Tag. Daran wird zuletzt gespart.“ Und selbst wenn die Krise zuschlägt – True Fruits ist gut aufgestellt. „Die Großunternehmen haben eine ganz andere Kostenstruktur als wir.“ Die Nominierung für den Deutschen Gründerpreis, davon sind die Unternehmer überzeugt, wird der Firma einen weiteren Schub geben. „Wir waren hin und weg“, sagt Inga Koster. Am meisten freut sich das Trio auf die Beratung durch Porsche Consulting. „Wenn es bei uns brennt, dann höchstens bei der Organisation. Es ist toll, wenn da jemand mehr Struktur reinbringt. Auch auf den Paten freuen wir uns sehr. Seine Kontakte und der Ideenaustausch, das ist einfach Weltklasse.“

#### Das Unternehmen im Überblick

<b>Gründungsjahr</b>	2006
<b>Die Gründer</b>	Marco Knauf, Inga Koster, Nicolas Lecloux
<b>Umsatz 2008</b>	4,7 Millionen Euro
<b>Mitarbeiter</b>	14
<b>Kontakt:</b>	
True Fruits GmbH Nadine Scherf Tel.: (0228) 38 73-340 E-Mail: scherf@true-fruits.com www.true-fruits.com	Deutscher Gründerpreis Nadine Helterhoff Tel.: (030) 202 25-51 33 E-Mail: nadine.helterhoff@dsgv.de www.deutscher-gruenderpreis.de

Der Deutsche Gründerpreis  
wird unterstützt durch



Bundesministerium  
für Wirtschaft  
und Technologie