

# Wenn Ideen Früchte tragen

>> **Frédéric Letellier** ist Inhaber des von ihm 2010 gegründeten und auf gesunde Fruchtpürees, Konzentrate und Snacks spezialisierten Unternehmens Frutelia. Vor drei Jahren hat er mit Wow!bab sein erstes Produkt auf den Markt gebracht. Nach dem Studium der Lebensmitteltechnologie und der Betriebswirtschaftslehre in Paris arbeitete Letellier zunächst in Südtirol bei einem namhaften Fruchtzubereitungshersteller und lernte durch den Job die entlegensten Länder der Welt kennen. Während dieser Zeit hat der gebürtige Franzose, der heute in München lebt, seine Leidenschaft für exotische Früchte, außergewöhnliche Zutaten und fremde Kulturen entwickelt.

**Herr Letellier, Ihr Herz schlägt für Baobab, den afrikanischen Affenbrotbaum, und Sie haben vor drei Jahren Wow!bab auf den Markt gebracht? Warum Baobab?**

**Frédéric Letellier:** Mich hat diese Frucht, die in den unwirtlichsten Gegenden wächst, extrem fasziniert. Diese riesigen und imposanten Affenbrotbäume wachsen im Nichts, mitten in der Savanne, und sind dennoch voller natürlich vorkommender Vitamine, Ballaststoffen und Mineralien wie Thiamin und Eisen. In den



Ursprungsländern wird Baobab häufig bei Verdauungsproblemen genommen. Als Baobab im Rahmen der Novel-Food-Verordnung im Jahr 2009 zugelassen wurde, war für mich der richtige Zeitpunkt gekommen. Und es gibt noch etwas ...

**Was?**

Durch die Inhaltsstoffe und das pulverige Fruchtfleisch ist Baobab schon nahe an Clean Label dran, das heißt es braucht keine weiteren Zusatzstoffe, um Funktionalitäten in der Rezeptur zu erzielen.

**Ihre Devise lautet: Immer eine Prise Baobab. Schaut man allerdings auf die Packung, fallen einem zunächst andere Zutaten ins Auge: Amaranth, Quinoa, fruchtige Geschmacksrichtung.**

Wir wollen in den Massenkonsum. Deshalb sind wir vor drei Jahren mit

Riegeln in den Markt. Riegel sind ein gelerntes Produkt. Unser Ansatz war nicht: Wir kaufen ein Pulver und machen daraus ein Superfood. Unser Ansatz war vielmehr: Wir machen einen Getreideriegel mit dem bekannteren Amaranth und gehen nicht sofort mit dem exotischsten Aspekt, der Baobab-Frucht, an den Start, sondern nehmen Baobab huckepack mit auf unsere Reise.

**Profitieren Sie vom Siegeszug von Quinoa & Co?**

Ich müsste lügen, wenn ich nein sage. Siehe oben: Unsere Devise war immer „eine Prise Baobab“. Letztendlich freuen wir uns über jeden neuen Verbraucher bzw. Kunden, aus welchem Grund auch immer: Wegen der vorgekeimten Getreide – übrigens ein weiterer, sehr aktueller Trend –, weil es vegan, glutenfrei, ohne künstliche Zusatz- oder Aromastoffe, ohne Palmöl, Fairtrade oder Bio ist. Viele Erstkäufer kommen tatsächlich über eine dieser genannten Eigenschaften und nicht wegen Baobab.

**Als Start-up haben Sie jetzt nicht die Marketingmillionen zur Verfügung und dennoch wollen Sie in den Massenmarkt. Wie kann das gelingen?**

Wir wissen, dass das Zeit und Geduld braucht. Wir machen extrem viel Messe- und Überzeugungsarbeit und Bemusterungen. In Deutschland gibt es uns bei Budnikowski und einigen Reformhäusern zu kaufen, und die Abverkäufe sind sehr gut. Auch die Online-Absätze wachsen, und wir haben eine hohe Zahl an Wiederkäufern.

**Wovon sind Sie überzeugt?**

Dass Baobab irgendwann so bekannt und erfolgreich wird wie Aloe Vera oder Açaibeeren und dass wir die Regionen vor Ort zum Leben bringen. Davon bin ich überzeugt, und dafür brenne ich.