



Kompakte Verpackung für Tierfutter: Das Start-up Mr. Fred setzt auf Tetra Pak. (Bilder: Mr. Fred)

Start-up Mr. Fred verpackt Hundefutter im Tetra Pak

## VON ANFANG AN GROSS GEDACHT

Hundefutter wie selbst gekocht. Mit diesem Anspruch sind zwei erfahrene Unternehmer in ein für sie vollkommen neues Businessabenteuer gestartet. Beate Rank und Tobias Kobier haben schnell lernen müssen: Damit ihr Mr. Fred Hundefutter frisch und haltbar bleibt, kommt es vor allem auf die richtige Verpackung an. Ein Besuch bei einem Start-up, das von Anfang an alles richtig machen wollte.



Die beiden Gründer Beate Rank (links) und Tobias Kobier (rechts) hatten für die Verpackung des Tierfutters drei Kernanforderungen vorgegeben: Qualität des Futters in der Verpackung, Umweltfreundlichkeit und E-Commerce-Tauglichkeit.



Die Wände sind weiß, der Boden gewienert, die Maschinen blitzblank geputzt. Als wir die Produktionshalle der F&F Pet Food GmbH in der Nähe von Bamberg besuchen, wird gerade ein aufwendiger Imagefilm für das Mr. Fred Hundefutter gedreht. Das Filmteam hat schon eine ganze Serie mit Frank Thelen und für dessen Lebensmittel-Start-up produziert. Auch das ist ein Zeichen dafür, dass die Gründer auf ihrem Weg nichts dem Zufall überlassen.

Das galt für die Suche nach Kapitalgebern genauso wie für die Entwicklung des Futters, den Aufbau der Produktionsstätte, Shopsystem, Warenwirtschaft und Social-Media-Auftritt. Skalierbarkeit wurde und wird immer mitgedacht. Beate Rank und Tobias Kobier haben vom ersten Moment an das große Rad gedreht. Auch und gerade bei der Verpackung.

Weil das Filmteam da ist, dürfen die Produktionshallen heute ohne besonderen Schutz betreten werden. Was sofort ins Auge sticht, ist das Tetra-Pak-Logo an der großen Maschine in der Mitte einer der Hallen. Tatsächlich wird das Hundefutter von Mr. Fred nicht in Dosen geliefert, sondern kommt eher klein, kompakt und rechteckig wie eine kleine H-Milch-Packung zu den Kunden. Und tatsächlich war das „H“ wie „haltbar“ entscheidender Grund, sich für diese Technologie zu entscheiden.

Hatten die Gründer ihr Futter anfangs noch in vakuierten Beuteln bei Niedertemperatur gekocht, stellte sich schnell heraus, dass dieses Konzept gravierende Nachteile hatte. Die Kühlkette musste eingehalten werden und die Ware per Express zum Kunden kommen. Das hat das Produkt extrem teuer gemacht, und die Produktion war nur an höchstens drei Tagen pro Woche möglich.

Bei der Suche nach alternativen Verpackungsmethoden kamen die Gründer schnell auf Tetra Pak. „Wir wurden ins Tetra-Pak-Testlabor in

Schweden eingeladen. Dort konnten wir unsere Rezepte zusammen mit einem Koch zubereiten und in Realumgebung in den Maschinen im Testlabor abfüllen und kochen“, erzählt Tobias Kobier auch heute noch mit leuchtenden Augen. Und das Ergebnis hat beide überrascht: „Im Gegensatz zur Sterilisierung in der Dose, bei der das Futter in der Regel die Farbigkeit verliert oder oft angebrannte Ränder hat, hatte das Futter nach dem Dampfgeraren im Tetra Pak in Bezug auf Farbig- >>



Hat die Gründer nicht nur im Testlabor überzeugt: Mit der Tetra Pak Abfüllmaschine hat das Start-up die Weichen für ein weiteres Wachstum gestellt. (Bild: packaging journal)





„Der schwierigere Teil war, die Maschine im täglichen Betrieb am Laufen zu halten. Hier war unser Learning sehr schnell, dass es bei solchen Hightech-Maschinen nicht ohne entsprechend hoch qualifizierte Maschinentechner im Team geht.“

Tobias Kober, Mitbegründer Mr.Fred

keit, Konsistenz und Geruch so gut wie keine Qualitätseinbußen im Vergleich zum anfangs im Kochbeutel gekochten Futter.“ Einziger und gravierender Unterschied: Nun ist das Mr. Fred Futter auf einmal 15 lange Monate haltbar.

Mit günstigem halb automatischen Equipment zu starten, wie man es etwa bei Dosen oder Wurstrollen machen kann, schied für die Gründer aus. Und während es für die Produktion von Dosen reichlich Anbieter für Fremdbefüllung gibt, sind es für Tetra Paks im Tierfutterbereich gerade einmal drei in ganz Europa. Auch deswegen sollte es die eigene, die große Verpackungsmaschine sein.

So überzeugend diese Argumente sind, so groß war die Herausforderung für das junge Unternehmen. Ein Start-up, das sich gleich zu Beginn mit einem großen Maschinenpark ausstattet, ist ja eher eine Seltenheit.

Beate Rank und Tobias Kober kommen eigentlich aus dem E-Commerce-Bereich. Bereits 2007 stiegen sie mit ihrer Firma Tradoria.de in das Onlinebusiness ein. Vier Jahre später gelang ihnen der erfolgreiche Exit durch den Verkauf an das japanische Unternehmen Raku-

ten. Doch auch die beste unternehmerische Erfahrung und die genaueste Planung machen Gründer nicht über Nacht zu Verpackungs- und Maschinenexperten.

Tobias Kober erinnert sich noch gut an die ersten Wochen. „Vor allem unser Anspruch an Stückigkeit und Konsistenz des Produkts hat uns am Anfang in der Abfüllung einige Nerven gekostet“, sagt er. „Tetra Pak hat uns allerdings mit seinem Team hervorragend in der Anfangsphase vor Ort unterstützt.“

Der weit schwierigere Teil sei es dann gewesen, die Maschine im täglichen Betrieb am Laufen zu halten, Wartungen, Reinigungen, Umbauten und Prozessoptimierungen durchzuführen. Die Gründer haben daraus gelernt und einen qualifizierten Maschinentechner fest ins Team geholt.

So bleibt den Gründern Zeit, sich auf das Wesentliche zu konzentrieren: das Wachstum ihrer Marke auch durch konsequente Kommunikation ihrer Vorteile. Vor allem Nachhaltigkeit spielt dabei eine entscheidende Rolle. Kundinnen und Kunden werden konsequent über die Verpackung informiert.



Fast 70 Prozent des Tetra Paks sind aus nachwachsenden Rohstoffen, nämlich aus Papier von Bäumen aus nachhaltig bewirtschafteter Forstwirtschaft (FSC-zertifiziert). Die restlichen 30 Prozent sind dünne Aluminium- und PP-Schichten, um das Produkt zu schützen. Die Packung wird aber bei Entsorgung im dualen System vollständig recycelt. Zudem werden Tetra Paks gefaltet zur Produktionsstätte geliefert. Dadurch passen ca. zehnmahl mehr Tetra Paks auf einen Lkw als Dosen. Zusätzlich versucht das Start-up auch alle anderen Prozesse nachhaltig zu gestalten. So sind die Versandkartons in verschiedenen Abstufungen genau auf die Größen der Tetra Paks zugeschnitten, um unnötigen Luftraum – und damit zusätzliches Füllmaterial – zu vermeiden. Die Versandkartons sind zudem unbeschichtet braun, sehr leicht und dünn, da der Tetra Pak keinen zusätzlichen Schutz gegen Verbeulung

benötigt. Alles Versandmaterial – Karton, Füllstoff, Klebeband – ist aus Papier.

Für die Zukunft verfolgen Beate Rank und Tobias Kober eine klare Wachstumsstrategie. Auf dem Weg zum Breakeven konzentrieren sie sich voll und ganz auf die eigene Marke. Innerhalb der kommenden zwei Jahre soll nicht nur eine eigene Hunde-Leckerli-Reihe aufgelegt werden, sondern auch eine zweite Produktionslinie mit weiterer Logistikhalle entstehen, über die Grenzen Deutschlands und Österreichs expandiert und ein Vollsortiment für Katzen am Markt platziert werden. Alles verpackt in der großen, blitzblank geputzten Maschine, die für dieses Start-up alles andere als überdimensioniert gewesen ist. ■

>> [www.mrfred.de](http://www.mrfred.de)

## Für mehr Nachhaltigkeit in Ihrer Produktion



rethink. renew. recycle.



Nürnberg – 28.-30.9.2021  
Wir sind dabei – Stand 2-411



Let's stick together

baumerhhs.com