Wie geht´s in Zukunft weiter, Frau Topilnytska?

Im Juli hat Olena Topilnytska die Nachfolge von Interims-Chef Hubert Wieser übernommen. Er hatte nach dem Ausscheiden von Birgitta Ornau aus dem von ihr gegründeten Unternehmen Terra Canis übergangsweise die Geschäftsführung inne. Topilnytska war im Sommer von der Branche mit Spannung erwartet worden: Was bleibt, was ändert sich unter ihrer Führung?

Olena Topilnytska hat im Juli die Leitung des Tiernahrungsherstellers Terra Canis übernommen, dessen Mehrheitsgesellschafter seit 2017 Nestlè Purina ist.

Frau Topilnytska, rund 100 Tage sind nun vergangen - wie ist Ihr persönlicher Eindruck vom neuen Job?
Ich persönlich finde Terra Canis und die Geschichte dahinter wirklich sehr inspirierend. Es war mir eine Ehre, dem Unternehmen und dem Team beizutreten. Trotz allem, was ich bereits über Terra Canis wusste, würde ich die ersten 100 Tage als eine steile Lernkurve bezeichnen. Zwei Dinge sind mir besonders aufgefallen. Zum einen bin ich selbst nach über 20 Jahren in der Branche von dem konsequenten und unerschütterlichen Qualitätsanspruch beeindruckt, wenn es um die Entwicklung und Produktion von Terra Canis-Produkten in unserer eigenen Produktionsstätte in Petershausen geht. Nicht umsonst wurde Terra Canis einmal mehr von Check For Pet als bestbewertetes Heimtierfutter 2022 in der Kategorie Nassfutter für Hunde ausgezeichnet. Zweitens ist da die unglaubliche Geschwindigkeit der Ideenfindung, Strategieentwicklung und sofortigen Umsetzung von innovativen Ideen für den Markt.

Sie haben sicherlich eine „Prio-Liste Terra Canis 2030“ erstellt. Was ist Ihnen für das Unternehmen besonders wichtig?
Die ersten 100 Tage sind für jede neue Führungskraft von grundlegender Bedeutung. Da ich aber von außerhalb des Terra Canis-Geschäfts komme, habe ich mich entschieden, mir Zeit zu nehmen, um mehr über das Unternehmen zu erfahren, Beziehungen und Vertrauen zu unseren Mitarbeitenden aufzubauen und Klarheit über meinen Führungsansatz und meine umfassendere Vision zu gewinnen. Alle größeren Änderungen, die ich ohne einen tiefen Einblick in das aktuelle Geschäft, die Teams, die bestehenden Partnerschaften und das Support-Netzwerk beginnen würde, könnten ziemlich riskant sein. Ganz zu schweigen von veränderten Markenwerten. Es gibt jedoch drei Bereiche, die ich persönlich für entscheidend bei der Weiterentwicklung des Geschäfts halte:
1. Menschen und Kultur: Ich möchte Terra Canis zu einem anerkannt großartigen Arbeitsplatz machen, an dem unsere Mitarbeitenden leidenschaftliche Fürsprecher der Marke und des Unternehmens sind.
2. Geschäftswachstum: Heute stützt sich unser Geschäft stark auf das Wet-Dog-Portfolio. Andere Segmente des Heimtiernahrungsmarktes könnten aber großes Potential haben. Durch die Erweiterung unseres Portfolios mit starken Innovationsideen, Investitionen in die Marken und eine weitere Internationalisierung, ließe sich unser Geschäft in absehbarer Zeit verdoppeln.
3. Wirkungsmanagement: Unsere Verantwortung besteht nicht nur darin, Geschäftszahlen zu liefern, sondern auch starke Signa-

le in Bezug auf soziale und ökologische Werte zu setzen.

Apropos Führung, Frau Topilnytska: Worauf legen Sie Wert, was begeistert Sie, was sind für Sie No-Gos?
Diese wichtige Frage stelle ich mir jeden Tag. Terra Canis ist ein Spiegelbild unserer Geschichte, der Mitarbeitenden, ihrer Werte und ihrer kollektiven Kultur. Ein Führungswechsel hat immer Auswirkungen. Ich will bei Terra Canis gemeinsam mit allen Teams eine starke Basis für die Zukunft erarbeiten und unsere Visionen klar definieren.
Generell gibt es drei persönliche Werte, die ich weitergeben möchte. Denn sie sind für mich der Schlüssel zu einem erfolgreichen Change-Management:
1. Integrität: Ehrlich und offen bleiben, egal unter welchen Umständen.
2. Menschlichkeit: Im Umgang miteinander sind Freundlichkeit, Respekt und Verständnis wichtig. Fehler sind keine Makel. Durch sie lernen wir und entwickeln uns weiter.
3. Resilienz: Aufgeben ist niemals eine Option. Manches mag unmöglich erscheinen – aber nur, bis es getan ist.

Welche Rückmeldungen erhalten Sie aktuell aus dem Handel zur Marke Terra Canis? Was sind gerade die Fokusthemen und wie begegnen sie denen?
Zunächst einmal erhalte ich ein durchgängig positives Feedback zur hervorragenden Qualität der Terra Canis- und Terra Felis-Produkte. Und die Bestätigung einer anhaltenden und sogar noch wachsenden Nachfrage. Die Inflation und ihre Auswirkungen auf das zurzeit verfügbare Einkommen der Käufer stehen natürlich auch im Fokus. Eine höhere Preissensibilität könnte zu einer abnehmenden „Markenloyalität" führen, weil Kunden von Kauf zu Kauf zwischen Einzelhändlern und Online-/Offline-Kanälen wechseln. Daher ist die Aufrechterhaltung des Einzelhandelsverkehrs, ob online oder offline und die Rolle, die Terra Canis dabei spielt, ein heißes Thema für alle.

Welche Wünsche haben Sie an den Fachhandel?
Eigentlich nur zwei: Die Sichtbarkeit am Offline-PoS mit zusätzlichen Zweitplatzierungen und Displays. Und im „digitalen Regal" die erste Position in den Suchergebnissen. Für beide relevant: Dass der Handel mit dazu beiträgt, die Verfügbarkeit unserer verschiedenen Sortimente für die Kunden sicherzustellen. Unsere Sorten sind ja auf ganz unterschiedliche Bedürfnisse von Haustieren ausgerichtet. Und ich träume natürlich davon, dass die Mitarbeitenden vor Ort ihre Kunden leidenschaftlich über Tierernährung in Lebensmittelqualität und deren enorme Vorteile aufklären.

Wie kommen Sie mit der Internationalisierung der Marke in europäischen Wachstumsmärkten voran?
Wir sind ja bereits in über 15 Märkten und über Europa hinaus präsent. Eine vielversprechende Geschäftsentwicklung sehen wir vor allem für Südeuropa und einige fernostasiatische Länder. Die Internationalisierung hat für uns einmal mehr als deutlich gemacht, dass wir stärker über unsere Herkunft, das Nassfutter für Hunde, hinausblicken müssen. So haben auch unser Katzenfutter Terra Felis und Snacks noch riesige Potenziale.

Welche Wachstumsziele gibt Ihnen Ihr Vorstand aktuell mit auf den Weg und wie werden Sie diese umsetzen?
Die Ziele von Terra Canis wurden festgelegt, noch bevor ich in das Unternehmen kam. Jetzt liegt es an meinem Co-Geschäftsführer Thomas Reinarz und mir das aufzunehmen, Relevantes zu definieren und zu entscheiden, ob wir nicht vielleicht noch etwas mutiger sein sollten, als „nur" eine Verdopplung des Geschäft in naher Zukunft. **-ek** ■