

Unsere Hunde

April 2017
Jahrgang 94 | EUR 4,00

INTERESSANTES FÜR DEN HUNDEFREUND



THEMA DES MONATS

Zahngesundheit beim Hund

RASSEPORTRAIT

Der Große Münsterländer



9
190001018263
04

Unternehmen Hund

In dieser Serie präsentieren wir Ihnen Unternehmen, die einzig und allein durch den Vierbeiner inspiriert tatsächlich Wirklichkeit wurden. Wir treffen auf erfolgreiche Unternehmer, kleine exklusive Werkstätten- allesamt eint sie der kreative Funke, der durch ihren Hund zum Zünden gebracht wurde. Folge 1

Birgitta Orna

Wenn die Suche nach dem idealen Futter zum Millionenerfolg wird

Die unglaubliche Erfolgsgeschichte der Münchner Unternehmerin hat durchaus Filmpotential. Mit der Vision Hundefutter ausschließlich in Lebensmittelqualität zu produzieren betrat sie 2005 Neuland. Den Ausschlag hierfür gab die anfängliche Ratlosigkeit in Anbetracht einer nicht in den Griff zu bekommenden Futtermittelunverträglichkeit ihres Rüden „Sueno“. Ärztliche Unterstützung wurde gesucht, es folgten der Wechsel zu Spezialfutter begleitet von endlosem Einlesen in Fachliteratur... am Ende der Versuchskette stand schließlich Selbstkochen und ein großes Fragezeichen. Nach langen Recherchen und dem Studium der Futtermittelverordnung entwickelte sich eine erste Idee zum klar definierten Plan. Es folgte der waghalsige Entschluss, selbst ein Hundefutter zu kreieren, das allen persönlichen Anforderungen im Höchstmaß entsprechen sollte. Als Wunschziel galt es ausschließlich Grundstoffe verwenden zu wollen, die 100% Lebensmittelqualität besitzen. Dies war damals ein Novum in der Futtermittelindustrie, die nie auf LMQ Basis gearbeitet hat. Die Idee erschien einfach – die Umsetzung erwies sich jedoch als annähernd unmöglich. Bereits die Suche nach dem Hersteller Rohstofflieferanten in Punkto Fleisch erwies sich als Riesenproblem. Das deutsche Lebensmittelgesetz regelt sehr genau, dass Lebensmittel, die für den menschlichen Verzehr hergestellt werden, nicht in Betrieben erzeugt werden dürfen, die Tierfutter herstellen – somit war der Herstellung eines Hundefutters in einer Fleischerei schier unlösbar ein Riegel vorgeschoben. Auch in Punkto Finanzierung sah es wenig besser aus. Einer frischgebackenen BWL-Absolventin Kredit für ein derartig riskantes Vorhaben zu geben erschien vielen Investoren fragwürdig. Der entscheidende Moment war, als es ihr gelang, die Münchner Fleischerei Schäbitz für ihr Projekt zu gewinnen. Das bayerische Traditionsunternehmen (es beliefert u.a. seit



Jahrzehnten die Wirte des Münchner Oktoberfestes) ging 2005 auf die von Orna vorgetragene Geschäftsidee ein. Hermann Schäbitz teilte ihren Mut zum Risiko und schaffte Maschinen für Hundefutter an und kümmerte sich um eine Sondergenehmigung in Punkto Produktion. (Auf Grund dieser Sondergenehmigung, Tiernahrung in einem Lebensmittelbetrieb zu produzieren, erfolgen regelmäßig sehr strenge Überprüfungen des Betriebes.)

Den Startschuss für TERRA CANIS machten vorerst 1.000 Dosen, die in der Fleischerei vom Band liefen. Bestellannahme, Kalkulation, Auslieferung bis hin zur Faktura – in der Anfangszeit war das Unternehmen, das heute einen Jahresumsatz von 20 Millionen Euro hat und dessen Produktpalette flächendeckend im Fachhandel erhältlich ist – der berühmte Ein-Mann-Betrieb. Ambitionierte Partner waren neben der Fleischerei Schäbitz, Tierärzte und Ernährungsspezialisten, die im Aufbau des



jungen Unternehmens mit Expertisen in Punkto Gesundheit und Ernährungskonzeption zur Seite standen. Kaum waren die ersten wirtschaftlichen Hürden geschafft, setzte sich Orna neben dem Qualitätssockel „Lebensmittelqualität“ die nächste Hürde als Ziel. Getreide, in vielen Fällen Ursache von Futtermittelunverträglichkeiten, sollte so weit wie möglich aus dem Futter bleiben. Schon bald konnte sie neben getreidefreien Produkten ihr Angebot auch für Allergiker erweitern. „Back to the roots“ quasi. Dass Menschen heute immer mehr „Natur im Napf“ ihres Vierbeines wünschen und auch vermehrt das eine oder andere Zipperlein ihres Hundes „natürlich“ angehen möchten ist bekannt. Dem Trend sehr früh folgend brachte TERRA CANIS Supplements wie Gesundheitskräuter mit Bachblüten, Ergänzungspasten und wertvolle Öle auf den Markt. Erinnern viele Mischungen und deren Inhaltsstoffe auf den ersten Blick an „Superfood meets Omas Kräutergarten“, so ist die positive Wirkung vieler Naturstoffe mittlerweile auch in wissenschaftlichen Tests bewiesen. Birgitta Orna legt großen Wert darauf, dass gesunde Ernährung im Leben des Hundes kein Luxus sondern unverzichtbarer Baustein ist und eine ausgewogene Ernährung (wie beim Menschen) nicht mit der täglichen Vitaminpille kompensiert werden kann. Hierbei ist ihre mittlerweile 13 jährige Dobermannhündin „Minou“ ein prüfender Ratgeber. Aber auch die Bürohunde des Münchener Stammhauses dürfen regelmäßig dienstlich an den Futternapf – nah am kritischen Verbraucher heißt die Devise. Testen was in den Napf kommt – galt aber nicht nur für Vierbeiner. In einem Werbespot ihres Unternehmens greift die Inhaberin sogar selbst zur Gabel & testet ein Produkt. Birgitta Orna findet dabei nichts seltsam: „Die Produkte haben allesamt 100% Lebensmittelqualität, es befindet sich kein sogenanntes „K3“-Material (für Menschen nicht zugelassene, aber für die Futtermittelindustrie freigegebene Rohstoffe, die üblicherweise (gemäß der gesetzlichen Grundlagen) seit Jahrzehnten in der



Futtermittelindustrie verarbeitet werden) darin – also besteht kein Unterschied zu menschlicher Nahrung – es schmeckt ähnlich wie ungewürzte Bolognese.“ Die erfolgreiche Unternehmerin hat punktgenau den Trend zu hochwertiger Nahrung erkannt und das Zeitfenster am Markt genutzt. Birgitta Orna wollte mit Ihren Produkten kein Luxussegment etablieren, sondern eine absolut artgerechte und naturnahe Ernährung für Hunde produzieren, in einer Qualität, wie sie die Natur für den Wolf/Hund in Form des frisch erlegten Beutetieres und frischer pflanzlicher Nahrungsbestandteile, fernab von Entsorgungsmaterial (K3 Material) vorgesehen hat. Der Futtermittelmarkt ist groß und wird leidenschaftlich umworben. Wir wollten deshalb wissen, wie ihre Erfolgsgeschichte von den Mitbewerbern aufgenommen wurde. Birgitta Orna gibt zu, dass es gerade zu Beginn nicht leicht war, eine neue Marke mit einem neuen Qualitätskonzept zu etablieren und, dass ihre Idee durchaus belächelt wurde. Immer wieder fielen Sätze wie „das hält sie wirtschaftlich nicht durch“, „das wird zu teuer...“ der Erfolg hat ihrem Instinkt jedoch Recht gegeben und auch die Konkurrenz zollt ihr heute Respekt. „Von Beginn an hat sich Terra Canis erfolgreich entwickelt und nach mittlerweile 12 Jahren wächst das Unternehmen überdurchschnittlich stark mit über 20% im Jahr. Noch immer stellt die Münchner Metzgerei Schäbitz jede einzelne Dose her. Der Kunde kann sich nach wie vor auf die echte kompromisslose Lebensmittelqualität verlassen.“ versichert Orna.

Text: Dr. Katja H. Wolf, Fotos: Terra Canis