

Qualität vor Quantität

Im bayerischen Friedberg hat sich die Firma Sanoro seit ihrer Gründung ganz dem Vertrieb von Hunde- und Katzennahrung in Lebensmittelqualität verschrieben. Kritisch sehen sie die Zusammensetzung von billigen Hundenahrungen.

Die Geschichte des kleinen Unternehmens Sanoro im bayerischen Friedberg ist eine Geschichte, die in der Heimtierbranche nicht selten ist: Zwei Querein-

gründet wurde und bis heute geleitet wird. „Ich hatte zuerst mit frischen Zutaten vom Metzger für meinen eigenen Hund gekocht und das Ergebnis dann auch mei-

hatten, bis auf ihre eigenen Tiere, mit der Heimtierbranche bis dahin nicht viel zu tun. So ist Sabine Ott von Beruf eigentlich Architektin. Freundin und Kollegin Horvatic betreibt auch heute noch einen Gastronomiebetrieb. Betrieben wird die kleine Firma weitestgehend von den beiden Frauen allein. „Unsere Familienmitglieder helfen aber auch gerne einmal ‚ehrenamtlich‘ mit.“ Trotz der noch überschaubaren Größe von Sanoro sind die verschiedenen Abteilungen der Firma nicht alle am Firmensitz in Friedberg angesiedelt. „Unser Lager und Versand befinden sich im nahen Augsburg. Die Bestellannahmen und andere Bürotätigkeiten erfolgen über meinen Wohnsitz im oberfränkischen Selb/Bayern.“ Gefertigt werden die Produkte dann von einem Metzgermeister in Baden-Württemberg. Und das Prinzip scheint sich zu bewähren. „Der Kundenstamm wächst stetig und die Kunden bestätigen uns oft, dass das Futter ihren Tieren sehr gut bekommt“, sagt Sabine Ott.



Die Komplettmenüs werden mit modernen Maschinen und in Lebensmittelqualität hergestellt.

steigerinnen sind mit der angebotenen Qualität an Hundenahrung auf dem Markt nicht einverstanden und beschließen: „Wir machen das besser.“ Dies war auch stark verkürzt der Ursprung von Sanoro, das von Sabine Ott und Monika Horvatic 2009 ge-

gründet wurde und bis heute geleitet wird. „Ich hatte zuerst mit frischen Zutaten vom Metzger für meinen eigenen Hund gekocht und das Ergebnis dann auch mei-

Sterne-Koch als Kunden

Während der vier Jahre seit Gründung des Unternehmens, hat sich auch die Produktpalette der

Dähne Verlag Handelsdaten

über den Zoofachhandel
in Europa



- Porträts der PET-Zentralen, Filial- und Franchiseunternehmen und Kooperationen aus rund 30 Ländern (inklusive USA und Kanada)
- Über 230 wichtige PET-Handelsgruppen mit allen Kontaktdaten und Kennzahlen

Nutzen Sie dieses kompakte, informative Werk um

- individuelle Selektionen und Auswertungen zu erstellen (z.B. in Excel),
- mit den Adressen Serienmailings zu verfassen

Datenstand 31. Dezember

Ordner und CD-ROM € 310,-

Jährliche Aktualisierung € 125,-

Alle Preise inkl. MwSt., zzgl. Versandkosten.

www.daehne.de/
Handelsdaten-pet



Das Lager des Unternehmens.

beiden Frauen weiter entwickelt und vergrößert. Momentan bieten Ott und Horvatic ihren Kunden fünf verschiedene Komplettmenüs für Hunde jeweils nur mit Monoproteinen, das heißt, aus nur einer Fleischsorte, drei Komplettmenüs für Katzen nur mit Monoproteinen, hypoallergene Komplettmenüs mit Pferd und Känguru sowie pures hypoallergenes Muskelfleisch und Gemüse-Obst-Mischungen mit Kartoffeln oder mit Reis und pur. Daneben gibt es noch die Komplettmenüs „Sensitiv-Light-Senior“ und die „Piccoli-Leckerlis“. Den Unterschied von ihrer Hunde- und Katzennahrung zu „Discounternahrung“ erklärt Ott im Übrigen wie folgt: „Der Kunde sollte meiner Meinung nach bedenken, dass je höher die Qualität der Tiernahrung ist, auch weniger gefüttert werden muss. Daher ist ‚Discounternahrung‘ nicht unbedingt billiger, wenn man die angegebenen Futtermengen auf den Etiketten liest.“ Zudem belastet eine hohe Futtermenge den Magen- und Darmtrakt der Hunde und könne zu massiven Folgeschäden führen. Und diese Qualitätsphilosophie scheint bei den Kunden anzukommen. Denn be-

liefert werden inzwischen nicht mehr nur Einzelhändler quer durch Deutschland, sondern auch Einzelhändler aus Österreich und der Schweiz. Dazu kommen dann noch die Online-Kunden aus Deutschland, Österreich, Belgien und Holland, die über den firmeneigenen Online-Shop ordern. Und auch die Prominenz scheint auf das Futter aufmerksam geworden sein. „Zu unseren Kunden zählt auch der 2-Sterne-Koch Tim Raue sowie eine bekannte Fernsehmoderatorin, Schauspieler, Filmproduzentinnen und Personen aus Adel und Politik“, erklärt Ott.

Qualität vor Quantität

An der Philosophie des Unternehmens hat sich durch den steigenden Erfolg laut den beiden Geschäftsführerinnen nichts geändert. „Wir haben uns fest vorgenommen, dass an der Qualität der Zutaten auch bei steigenden Absätzen nicht gespart werden darf. Qualität geht da ganz klar vor Quantität.“ Dazu zähle auch eine klare und verständliche Deklaration, die deutlich macht: „Nur das was draufsteht, ist auch drin.“