

PRESSEMITTEILUNG

Jubiläum animonda petcare gmbh: 25 Jahre Heimtiernahrung im Premium Segment

Bad Rothenfelde, im Mai 2016. – Seit einem viertel Jahrhundert bietet das heristo-Unternehmen animonda nur das Beste für Hund und Katze. Die Erfolgsgeschichte zeigt einmal mehr, wie bei der heristo-Gruppe das Zusammenspiel von tollen Trendideen und maßgeschneiderten Produktions- und Vertriebsstrukturen zu einem starken Konzept wird. Heute beschäftigt animonda über 30 Mitarbeiter im neuen Firmensitz in Bad Rothenfelde. Zum Jubiläum hat animonda das Integra-Sortiment überarbeitet und erweitert. Ein attraktives Gewinnspiel begleitet das Jubiläum. „Auch wenn wir jetzt bereits ein Vierteljahrhundert auf dem Markt arbeiten und uns eine sehr gute Marktposition mit weltweitem Export erarbeitet haben, wollen wir in unserem Wachstum nicht nachlassen. Wir haben spannende Projekte in der Entwicklung und sind sicher damit weiter zulegen zu können“, sagt Geschäftsführer Marco Lubberich.

Im Jahr 1991 gründete saturn petcare zusammen mit Jochen Carré und Reinhard Kolonko das Unternehmen animonda. Carré und Kolonko verfügten über langjährige Erfahrung im Bereich Heimtiernahrung und wollten einen Trend in diesem Bereich für sich nutzen. „Wir hatten Anfang der 1990er Jahre die Situation, dass sich langsam Zoo-Fachhandelsketten herausbildeten und immer wichtiger am Markt wurden“, sagt Marco Lubberich. „Diesen Umstand hatten die Unternehmensgründer erkannt und wollten ihn für sich nutzen.“ Eine weitere wichtige Entwicklung war, dass Hunde und Katzen bei vielen Haltern immer mehr zu Familienmitgliedern wurden, welche die Verbraucher mit Heimtiernahrung in bester Qualität verwöhnen wollten. Der Plan war daher, Premiumprodukte für Heimtiere zu entwickeln, die ausschließlich über den Zoofachhandel und Tierärzte vertrieben werden sollten.

Eigene Konzepte – ausgelagerte Produktion

Von Anfang an waren sich die Beteiligten einig, dass animonda zwar eigene Konzepte verwirklichen, die im „BtoB“-Business und mit saturn petcare produziert werden sollten. Die heristo aktiengesellschaft hatte gerade mit saturn petcare einen Spezialisten in Sachen Produktion von Heimtiernahrung in die Unternehmensgruppe gegründet. saturn petcare war im Bereich Nassfutter mit den entsprechenden Maschinen und Anlagen bestens ausgestattet, und übernahm daher die Herstellung für animonda.

Erfolg – von Anfang an

So ging animonda Anfang 1991 mit den Produkten der Ranges *Vom Feinsten* und *Kräftige Fleischmahlzeit* auf den Markt. In den folgenden Monaten zeigte sich dann, wie gut die Firmengründer den Markt und die Bedürfnisse der Verbraucher erkannt hatten. „Gerade am Anfang waren die tiefen Fachkenntnisse von Jochen Carré und Reinhard Kolonko ein ganz maßgeblicher Erfolgsfaktor für animonda – wir hatten hier zwei absolute Vertriebsprofis in der Mannschaft“, sagt Lubberich heute.

Nachdem das Geschäft mit Nassfutter gut angelaufen war, erweiterte das Team das Sortiment um Trockenfutter, das animonda von Anfang an zukaufte. Ein Meilenstein war dann im Jahr 2005 die Entwicklung der Linie *Integra* mit diätischen Produkten für Hunde und Katzen. Die Range zählt bis heute zu den erfolgreichsten Sortimenten von animonda.

Philosophie

Füttern mit Herz und Verstand – dieser Slogan hält seit 25 Jahren, was er verspricht. Artgerechte Hunde- und Katzennahrung garantiert ohne Geschmacksverstärker, ohne künstliche Farbstoffe, ohne Konservierungsstoffe, ohne Soja und Zucker. Diese Prämisse gilt für alle animonda Subbrands *Vom Feinsten*, *Carny*, *Gran-Carno*, *Integra*, *Milkies* oder *Rafiné*. Für alle zukünftigen Projekte wird zusätzlich der Trend der Getreide- und Glutenfreiheit berücksichtigt.

animonda als Trendsetter

Als vor etwa zehn Jahren das Internet als Vertriebsweg langsam immer wichtiger wurde, erkannten die Verantwortlichen sehr schnell, welche Chance darin für das Geschäft von animonda lag und begannen früh, in diesen Bereich zu investieren und zu experimentieren. „Wir hatten zum Beispiel bereits vor sechs Jahren eine erste App entwickelt“, sagt Lubberich. Der Pioniergeist zahlte sich aus: Inzwischen konnten über die Jahre durch das Online-Geschäft beachtliche Zuwächse erzielt werden. „Mit dem Internet erreichen wir nahezu 100 Prozent der Tierhalter“, sagt Lubberich. Neben den bequemen Bestellmöglichkeiten schätzen die Kunden die Option der maßgeschneiderten Konfektionierung, die animonda über Online-Partner bietet.

Ebenfalls ein gutes Gespür bewies animonda im vergangenen Jahr mit *Milkies*, dem flüssigen Katzensnack in Einzelcups. „Vor der Einführung von *Milkies* war der Markt für Katzenmilch immer weiter rückläufig“, sagt Wiedemann. „Mit der Einführung der Neuheit wuchs die Nachfrage nach Katzenmilch wieder um 46 Prozent.“

Für weitere Informationen:

Sabine Tritschler, Engel & Zimmermann AG
Schloss Fußberg, Am Schlosspark 15, 82131 Gauting
Tel. 089 / 893 563 556, Fax 089 / 893 984 29
eMail: s.tritschler@engel-zimmermann.de