



Hungrig? Welpen der Hunderasse Rhodesian-Ridgebacks blicken über eine Holzwand. Der Nürnberger Unternehmer Frank Hertrich wirbt damit, besonders gesundes Hundefutter zu vertreiben. Foto: dpa

Futter für Hunde einfach selbst gemacht

Frank Hertrich vertreibt sein „Dinner for dogs“ in Dosen mittlerweile bundesweit — Mit Lissy fing alles an

VON HORST PETER WICKEL

Gewöhnliches Hundefutter aus dem Supermarkt? Das war einem Nürnberger Unternehmer nicht gut genug. Er stellte sich selbst in die Küche — und vertreibt seine Ware heute als „Dinner for dogs“ überall im Land.

Ohne Lissy wäre es vermutlich gar nicht passiert. Aber seiner geliebten Golden-Retriever-Hündin wollte Frank Hertrich schon im Jahr 2000 nur das Beste bieten, auch zum Fressen. Unzufrieden mit der Qualität handelsüblichen Hundefutters stellte sich der heute 50-Jährige selbst an den Herd.

Seiner Hündin schmeckten die immer wieder neuen, stets frisch zubereiteten Mahlzeiten. Und schon bald stellte sich Hertrich die Frage, ob das Futter nicht auch in größeren Mengen für mehr Tiere hergestellt werden könnte. Immerhin leben in Deutschland rund 5,5 Millionen Hunde, in fast jedem sechsten Haushalt ist ein beller Vierbeiner Dauergast.

Gemeinsam mit seinem Geschäftspartner Michael Keck, einem gelernten Konditor, wagte Hertrich vor rund zehn Jahren den Schritt in die Selbstständigkeit. Prompt wurde seine Hundefutter-Geschäftsidee von der Nürnberger IHK mit dem Gründerpreis belohnt.

Marktanteil von zwei Prozent

Inzwischen ist aus einem begeisterten Hund eine Schar von über 300 000 geworden. Laut Marktstatistiken hat „Dinner for dogs“ aktuell einen Marktanteil von fast zwei Prozent erreicht, beim Direktvertrieb sehen sich die Nürnberger als Nummer eins. Tag für Tag werden 30 Tonnen Futter per Post auf den Weg zu Hundefreunden in der gesamten Bundesrepublik gebracht, im Monat sind das rund 40 000 Pakete. Etwa 20 Mio. € Umsatz erzielt die Firma pro Jahr, das Wachstum bewegt sich seit Jahren im zweistelligen Prozentbereich.

Immer mehr Futter verträgt allerdings kein Hund: Inzwischen leiden

viele der Haustiere an ähnlichen Erkrankungen wie ihre Besitzer — sie bewegen sich zu wenig und sie (fr)essen zu viel. Deshalb hat Hertrich nach eigenen Angaben von Anfang an auf die gesunde, natürliche Zusammensetzung des Tierfutters geachtet. Auf Konservierungsstoffe verzichtet er ohnehin, denn jede Mahlzeit wird frisch in Dosen abgefüllt, versiegelt und erst dann erhitzt.

Fünf verschiedene Rezepturen kommen in die „Dinner for dogs“-Dosen. Dazu bietet das Unternehmen auch drei Sorten Trockenfutter an, das neben Fleisch viel Getreide und Gemüse enthält. Spezielle Ernährung

gibt es inzwischen für Hunde in der Wachstumsphase, für Hunde mit Gelenk-, Nieren- oder Gewichtsproblemen, aber auch für ältere Hunde. Einen Hersteller für die Hundennahrung hat Hertrich in Norddeutschland gefunden.

Das Erfolgsgeheimnis des Unternehmens liegt allerdings weniger beim Futter selbst, sondern beim Vertrieb: Die Hundemenüs stehen nicht wochen- oder monatelang in den Regalen von Supermärkten oder Tierfachgeschäften, sondern werden direkt vertrieben. „Wir umgehen damit alle Preisaufschläge durch den Handel — anders wären unsere hochwertigen

Zutaten für die Kunden gar nicht bezahlbar“, sagt Firmenchef Hertrich.

Inzwischen arbeiten in Nürnberg und Gera rund 170 Mitarbeiter, um die Bestellungen telefonisch entgegenzunehmen. Monatlich werden im Durchschnitt 5000 neue Kunden begrüßt. Gern unterhalten sich die Anrufer mit den Hundefutterspezialisten am Telefon nicht nur über ihre Bestellung, sondern über ihre geliebten Vierbeiner.

Keine Überraschung, dass viele der „Dinner for dogs“-Mitarbeiter ihre eigenen Hunde mit an den Arbeitsplatz bringen.



Für seine Lissy wollte Frank Hertrich nicht mehr zum Hundefutter aus dem Supermarkt greifen und stellte sich deshalb selbst in die Küche. Inzwischen vertreibt er seine Produkte bundesweit. Foto: oh