

Handelsblatt.com

DIE WIRTSCHAFTS- UND FINANZZEITUNG

MONTAG, 28. JANUAR 2008 | NR. 19

START-UP: Futter für vierbeinige Feinschmecker

Alles begann, weil Lizzy kein Dosenfutter mochte. Ihr Herrchen Frank Hertrich kochte also für sie. Lissy schmeckte das Hausgemachte – und Hertrich beschloss, auch andere Hunde in den Genuss seiner Hundefutter-Kreationen kommen zu lassen. Die Idee für „Dinner for Dogs“ war geboren. Im Angebot: „Frische Menü Light“, mit Hirse, Magerquark und 70 Prozent Lamm, Rind und Pute. Oder „Wellness Kroketten Mix“ mit Geflügel, Spinat, Bohnen. Da läuft vermutlich jedem Hund das Wasser im Maul zusammen. Dafür müssen gesundheitsbewusste Hundebesitzer dann pro Dose aber auch mehr als doppelt so viel auf den Tisch legen, wie für handelsübliches Futter. Doch die Kunden scheint das nicht zu stören. Ende 2003, ein Jahr nach der Gründung von Dinner for Dogs, belieferte die Firma 3 500 Hundebesitzer, heute sind es rund 25 000. Diese geben ihre Bestellung über Internet oder Telefon auf, Dinner for Dogs

verschickt die Ware dann mit einem Paketdienst. 24 Tonnen täglich. Der Umsatz stieg von 1,5 Mill. Euro im ersten Geschäftsjahr auf 9,4 Mill. Euro im Jahr 2007.



Neue Ideen, neue Geschäftsmodelle,
neue Unternehmen:

Dinner for Dogs, Nürnberg

Vor seinem Einstieg in die Welt von Markknochen und Kauriegeln hatte Betriebswirt Hertrich eine Marketingagentur gegründet. 2002 verkaufte er seine Firma, um sich dem Hundefutter zu widmen. Mit Geschäftspartner Michael Keck, zwei Mitarbeitern und einem weiteren Ge-

sellschafter stemmte Hertrich die Gründung der „Century Biz GmbH – Dinner for Dogs“ – rund 600 000 Euro trugen sie dafür zusammen. „Ich finde es wichtig, möglichst unabhängig von Banken und externen Geldgebern zu arbeiten, die die Firma stark beeinflussen können“, sagt Hertrich. Größte Hürde war, einen geeigneten Produzenten zu finden. „Wir sind der einzige Hersteller, der exakt den Anteil bestimmter Fleischsorten auf den Dosen deklariert“, sagt Hertrich. „Die Produzenten sahen da ein Beschaffungsproblem.“ Erst nach langer Suche wurde er fündig. Mittlerweile arbeiten 70 Mitarbeiter in der Nürnberger Zentrale und in Gera. Außendienstler in Österreich und ein Geschäftspartner in Griechenland bringen das Futter im Ausland an den Hund, Großbritannien und Frankreich sollen in Kürze folgen. An weiteren Ideen mangelt es Hertrich nicht – das Luxusfutter für die Katze ist bereits in der Testphase.

fvr