

„Mit neuer Kraft voraus“

Seitz Heimtiernahrung, Spezialist für Hunde- und Katzennassfutter sowie für BARF-Produkte, hat seit einem Jahr neue Eigentümer. Und die haben einen Prozess der Neuausrichtung eingeläutet. Noch 2016 soll dieser abgeschlossen sein.

Skeptische Blicke bei der rund 30-köpfigen Belegschaft waren vorprogrammiert, als im Juni 2015 die neuen Chefs bei der Seitz Heimtiernahrung GmbH & Co. KG in Langwedel im niedersächsischen Landkreis Verden ihren Einstand gaben. Schließlich war das Unternehmen seit 1981 in der Hand der Familie Seitz gewesen. Ein Jahr später ist die Skepsis offensichtlich längst einer Aufbruchstimmung und einer Neuausrichtung gewichen. „Wir wollen mit neuer Kraft voraus“, so Michael Strumpen. Gemeinsam mit Thomas Suwelack ist er Geschäftsführender Gesellschafter. Weitere Gesellschafteranteile werden von der BPE Unternehmensbeteiligungen GmbH mit Sitz in Hamburg gehalten, ein Unternehmen, das auf den Mittelstand spezialisiert ist.

Neues Management ist stolz auf lange Tradition

Wichtig aus Strumpens Sicht: „Die Neuausrichtung des Unternehmens basiert auf der Tradition des Hauses Seitz.“ An die solle angeknüpft, sie solle konstruktiv aufgegriffen werden. Michael Strumpen formuliert: „Das neue Management ist stolz auf die lange Tradition und Expertise in der Produktion von Dosenfutter, Würsten und Tiefkühl-Ware in Premium-Qualität.“ Diese Traditionsverbundenheit wird auch an der Person von Jörg Seitz deutlich: Der Sohn von Firmengründer Hans Seitz bleibt dem Unternehmen erhalten. „Innerhalb eines überschaubaren



Michael Strumpen: „Die Neuausrichtung des Unternehmens basiert auf der Tradition des Hauses Seitz. An die soll angeknüpft, sie soll konstruktiv aufgegriffen werden.“

Zeitraumes soll die Kapazität des Unternehmens erheblich ausgeweitet werden“, kündigt Michael Strumpen an. „Mehr Kapazität“, sagt er, „bedeutet zugleich mehr Kunden.“ Sowohl in die Produktion als auch in die Markenvielfalt soll kräftig investiert werden. Parallel entwickelt Seitz Heimtiernahrung zurzeit eine neue Marketingstrategie. Bis Ende 2016 werde der Prozess des

neuen Markenauftritts abgeschlossen sein, berichtet Michael Strumpen. Daran, dass die Artikel deutschlandweit verkauft werden, soll sich allerdings nichts ändern. Und keine Änderungen sind auch an dem Seitz-Profil als Produktionsdienstleister geplant, der ganz auf Private Label setzt. Die Produktpalette umfasst Futter für Hunde und Katzen. Das Premium-Nassfutter für die Vierbeiner wird in den Darreichungsformen Dosenfutter in den Größen 100, 200, 400 und 800 Gramm, Wurstwaren in Größen von 100 bis 2.000 Gramm und BARF-Tiefkühlware in den Größen 500 und 1.000 Gramm verkauft. Hinzu kommen Trockenwaren. Außerdem bietet Seitz als Alleinfutter für Hunde die Hausmarke „Henry“ und als Alleinfutter für Katzen „Mendy“ an. Die Produkte der Hausmarke können am Firmensitz erworben werden. Beim Nassfutter fällt nicht zuletzt ein hoher Fleischanteil von bis zu 70 Prozent auf.

Rohware seit eh und je aus der Region

Die BARF-Artikel werden unter dem eigenen Namen „Seitz“ vermarktet, und das schon seit Langem. Denn das Unternehmen sieht sich als BARF-Pionier, hat diese Ernährungsvariante seit 1987 im Sortiment. Verwendet werden ausschließlich reines, gewolfte Fleisch und Innereien (pur oder gemischt); es wird in Tiefziehfolie abgefüllt, vakuumverschlossen und schockgefroren. Sämtliche Produkte des Unternehmens enthalten weder Formfleisch noch



Zur Verfügung steht ein Pool von rund 70 Zutaten; auf Kundenwunsch kann der ergänzt werden.



Das Premium-Nassfutter wird in 100, 200, 400 und 800 Gramm Dosen angeboten.

Knochenmehl, kein Soja, keine künstlichen Farbzusätze und keine Lockstoffe.

Gemeinsam mit den Kunden werden unter tierärztlicher Aufsicht individuelle Rezepturen entwickelt - „genau auf die Bedürfnisse des Tieres zugeschnitten“. Kriterien sind die gewünschte Geschmacksrichtung, das angestrebte Diätziel, die gewollte Darreichungsform und die Zielgruppe, die angesprochen werden soll. Auf diese Weise entstehen neue Sorten oder neue Marken. Zur Verfügung steht ein Pool von rund 70 Zutaten; auf Kundenwunsch kann der ergänzt werden.

Die Seitz-Produkte erreichen den Endverbraucher über inhabergeführte Fachgeschäfte und Zoofachmärkte, Online-Shops oder im Direktvertrieb. Strumpen betont: „Das A und O ist das richtige, qualitativ optimale Fleisch.“ Deshalb stammt die Rohware, wo immer möglich, seit eh und je aus der Region. Seitz Heimtiernahrung profitiert davon, dass in einem engen Radius zum Firmensitz zahlreiche Schlachtbetriebe ansässig sind. Mit denen besteht bereits

seit vielen Jahren, mitunter sogar seit Jahrzehnten eine enge Zusammenarbeit.

Für Michael Strumpen ist die Firma Seitz die erste Station in der Heimtierbranche. Allerdings war der Diplom-Kaufmann zwölf Jahre im Vertrieb von Mars tätig und kümmerte sich hier nicht nur ein Jahrzehnt um Süßwaren, sondern auch zwei Jahre um Artikel für Heimtiere. Bei Mars nahm Strumpen verantwortliche Funktionen wahr, so zum Beispiel als Verkaufsleiter für Ungarn. Weitere Etappen seiner beruflichen Laufbahn hatten ebenfalls mit der Lebensmittelwirtschaft zu tun. Auch Thomas Suwelack bringt vielfältige und langjährige Erfahrungen in der Lebensmittelwirtschaft ein. Die Lebensmittelwirtschaft weist aus Strumpens Sicht diverse Schnittstellen mit der Heimtierbranche auf. Denn: „Der Tierfuttermarkt wird immer menschlicher.“ Nach seinen Beobachtungen wachsen die Ansprüche der Verbraucherinnen und Verbraucher sowohl im klassischen Lebensmittelbereich als auch bei der

Ernährung von Hunden und Katzen. Immer mehr gehe es um ein Höchstmaß an Qualität und Transparenz, fügt der Geschäftsführende Gesellschafter hinzu. Seine Position: „Für Tiere ist gesunde Nahrung genauso wichtig wie für Menschen. Daher gelten bei Seitz ähnliche hygienische Standards wie bei der Lebensmittelproduktion für den Menschen.“ Das betrifft Produktionshygiene, Produktreinheit und Haltbarmachung. Eine aktuelle Konsequenz aus dieser Erkenntnis: Kürzlich wurde bei Seitz die Stelle einer Qualitätsmanagerin geschaffen und besetzt. Die neue Mitarbeiterin mit Erfahrung in der Lebensmittelwirtschaft verkörpert das Seitz-Prinzip „Qualität geht vor Menge“, so Strumpen. Michael Strumpen, Thomas Suwelack und die BPE unterstützen die Neuausrichtung bei Seitz mit einem klar formulierten Ziel: Sie wollen langfristig bleiben, den Wachstumskurs des Unternehmens intensiv begleiten und es erfolgreich für rauere Winde in der Branche aufstellen.

-tk■