

P R E S S E M E L D U N G

Sano setzt profitablen Wachstumskurs fort

350 Mio. Euro Umsatz im Geschäftsjahr 2009 / Internationales Vertriebsnetz weiter ausgebaut / Ganzheitliches Beratungs- und Fütterungskonzept als Basis für eine profitable Nutztierhaltung

Loiching, 08. Februar 2010. Die Sano Moderne Tierernährung GmbH, einer der führenden europäischen Hersteller für Mineralfutter und Milchaustauscher für Rinder und Schweine, hat im abgelaufenen Geschäftsjahr 2009 alle ihre Ziele erreicht. „Wir sind erfolgreich gewachsen und konnten die Marktführerschaft weiter ausbauen“, erklärte der geschäftsführende Gesellschafter Richard Waldinger, der das Familienunternehmen zusammen mit seiner Frau Dagmar Waldinger und seinen Eltern (Bernhard und Edeltraud Waldinger) in zweiter Generation führt.

Mit einem Gesamtumsatz von 350 Mio. Euro im Geschäftsjahr 2009 präsentiert sich das Unternehmen auf einem profitablen Wachstumskurs. „In den zurückliegenden 15 Jahren konnten wir unseren Umsatz jährlich um durchschnittlich 20 Prozent steigern“, so Waldinger. Die Tonnage stieg in diesem Zeitraum auf über 400.000 Tonnen. Maßgeblich dazu beigetragen hat das gute Auslandsgeschäft. Heute ist die Gesellschaft mit eigenständigen Schwesterunternehmen in über 20 Ländern Europas vertreten und in vielen Ländern Marktführer. 2009 gründete Sano Vertriebsniederlassungen in Bulgarien und Russland und startete mit einem Schwesterunternehmen in China.

Regionale Kompetenzzentren und neue Fachberater stärken landwirtschaftliche Betriebe

Doch auch auf dem deutschen Agrarmarkt hat Sano ehrgeizige Wachstumsziele. 2009 gab Richard Waldinger den Startschuss für sechs neue Kompetenzzentren in Deutschland und Österreich. Ziel ist die regionale Stärkung der landwirtschaftlichen Betriebe durch umfassende Beratung und örtliche Präsenz. Dabei setzt Sano auch auf den starken Ausbau seines Mitarbeiterstammes. Ziel bis 2015 ist der personelle Ausbau der Sano Kompetenzzentren in der Region, so dass jeder Landwirt in Deutschland auf die kompetente Beratung vor Ort durch einen Sano-Fachberater zugreifen kann. Insgesamt werden dafür in den nächsten fünf Jahren 120 bis 150 neue Fachberater in Deutschland und Österreich ausgebildet und in Festanstellung tätig.

Produkte für jede Lebens- und Leistungsphase

Gegründet 1976 in Grafenwald, bietet das Unternehmen heute unter der Marke Sano ein breites und qualitativ hochwertiges Angebot an Mineralfuttermitteln, Premix, Kälbermilch, Konzentraten und Spezialitäten für die moderne Ernährung von Rindern und Schweinen. Gemäß der Philosophie „Tiere gesund und gewinnbringend ernähren“ sind alle Produkte und Fütterungskonzepte perfekt auf die Lebens- und Leistungsphasen der Tiere abgestimmt. Produziert wird in den Werken in Deutschland, Polen, Kroatien, Serbien und Ungarn.

Ganzheitliche Beratung für nachhaltig bessere Betriebsergebnisse

Neben der Entwicklung und Herstellung modernster Fütterungskomponenten steht bei Sano die Beratung der Landwirte im Vordergrund. „Zusammen mit bestandsbetreuenden Tierärzten haben wir ein Beratungskonzept entwickelt, das in unserer Branche wohl einzigartig ist“, erklärt Waldinger. Schließlich läge bei rund 80 Prozent aller Erkrankungen von Rind und Schwein der Ursprung in einer falschen Fütterung – mit massiven wirtschaftlichen Folgen für die Betriebe. Der Beratungsbedarf vieler Landwirte sei dementsprechend hoch. Sano-Berater analysieren auf Wunsch den gesamten Produktionsablauf in puncto Haltung, Fütterung und Herdenma-

nagement und zeigen vor Ort auf, wo und wie vorhandene Ressourcen optimal genutzt werden können. Alle diese Leistungen verfolgen ein Ziel: Die Wettbewerbskraft des Landwirts zu stärken. „Wer das Beratungskonzept von Sano einsetzt, investiert nicht nur in ein höherwertiges Produkt, sondern bekommt mit dem Sano-Fachberater gleichzeitig einen Partner an die Seite gestellt, mit dem er nachhaltig für seine betriebliche Zukunft wirtschaftlich besser aufgestellt ist“, erklärt Waldinger.

Produktentwicklung und Qualitätsmanagement

Umfassendes Qualitätsmanagement ist fester Bestandteil der Sano-Unternehmensstrategie. Mit innovativen Produktkonzepten sowie langjähriger Erfahrung in Forschung und Entwicklung hat das Unternehmen ein Qualitätsniveau erreicht, das höchste Kundenansprüche erfüllt. Um eine einheitlich hohe Qualität der Sano-Produkte zu gewährleisten, erfolgen aus der laufenden Produktion in regelmäßigen Abständen Stichproben. Produktion und Qualitätssicherung arbeiten dabei eng zusammen und tragen gemeinsame Verantwortung für einen reibungslosen Produktionsprozess sowie die Einhaltung aller Qualitätsstandards. Freiwillige Zertifizierungen durch viele unabhängige Organisationen bestätigen jedes Jahr, dass Sano seinem hohen Produktanspruch gerecht wird. „Unsere Produkte stehen kontinuierlich auf dem Prüfstand. Aufgabe der Produktentwicklung ist es, eine schnelle Reaktion auf neue Marktgegebenheiten zu ermöglichen sowie praktikable Problemlösungen aufzuzeigen.“

Zukunftsweisendes Personalmanagement

Voraussetzung für den eingeschlagenen Wachstumskurs von Sano ist eine qualifizierte Personalarbeit. Die Qualifizierung der Sano-Fachberater erfolgt auf Basis einer modularen Ausbildung an der Sano-Akademie. Neben der Vermittlung wichtiger Fachthemen in der modernen Tierernährung findet das Training on-the-job in der jeweiligen Region mit einem erfahrenen Praktiker an der Seite statt. Am Ende der Ausbildung steht die Akademieprüfung; im Anschluss daran finden Zertifizierungen zum Fachexperten in einzelnen Schwerpunktbereichen statt. Zusätzlich zur Fachausbildung stellt Sano in Management- und Trainee-Programmen das nötige

Rüstzeug für anspruchsvollen Experten und Managementaufgaben im In- und Ausland. Freie Ausbildungsplätze gibt es derzeit für angehende Büro-, Industrie-, Groß- und Außenhandels- sowie IT-Kaufleute.

Darüber hinaus bietet die Sano-Akademie betriebswirtschaftlich orientierten Landwirten, Tierärzten, Sano-Vertretungen sowie Kunden und Kooperationspartnern interessante Seminare aus den verschiedensten Bereichen an. Themen sind u. a. Tierernährung, Tiergesundheit, Beratung und Verkauf, Produktmanagement sowie aktuelle Personalthemen wie z. B. Mitarbeiterführung auf dem Betrieb. Mit Praktikergesprächen zu aktuellen Themen wie „Wirtschaftlichkeit erhöhen auf Rinder- und Schweinebetrieben“ setzt die Sano-Akademie 2010 den Startschuss für eine erfolgreiche praxisorientierte Vortragsreihe von Praktikern für Praktiker. Auch das Schulmarketing ist für Sano ein wichtiges Instrument bei der Suche nach Nachwuchskräften: Überall in Bayern veranstalten Schulen mittlerweile „Praxistag mit Sano“, bei dem Sano-Spezialisten einen Einblick in ihren Berufsalltag geben.

Ausblick

Gemäß der Vision „Sano in jedem Stall – weltweit“ läuft für die Tierernährungsexperten für Rind und Schwein auch im aktuellen Geschäftsjahr die Expansion in neue Länder und Märkte auf Hochtouren. Zudem beginnen die Vorbereitungen für die Leitmesse EuroTier in Hannover. „Bei diesem alle zwei Jahre stattfindenden Branchen-Highlight wollen wir unsere Position als große europäische Marke festigen und weiter ausbauen.“ Mit einem Stand von über 300 Quadratmetern wird das Unternehmen zu den größten Ausstellern zählen. Wachstum um jeden Preis soll es bei Sano dennoch nicht geben. „Als Familienunternehmen fühlen wir uns dabei dem Standort Deutschland, Bayern und Grafenwald und unseren Mitarbeitern verpflichtet. Unser Fokus liegt auf langfristiger Wertsteigerung, nicht auf kurzfristiger Gewinnmaximierung“, so Waldinger.

FOTOS:



BU: Sano-Geschäftsführer Richard Waldinger: „Effiziente Betriebsabläufe und ein modernes Fütterungsmanagement sind für Nutztierhalter die entscheidenden Erfolgsfaktoren.“



BU: Exkursion zu einem bayerischen Musterbauernhof: Sano-Produktmanager Dr. Joachim Mentschel (3. v. l.) erläutert Grundsätze bei Fütterung von Kälbern. Bei Seminaren der Sano-Akademie erhalten junge Landwirte aus ganz Deutschland praktische Tipps für ihren Berufsalltag.

Über Sano:

Sano zählt zu den größten und modernsten Herstellern für Mineralfutter, Milchaustauscher und Spezialitäten in Europa. Mit eigenständigen Schwesterunternehmen in über 20 Ländern Europas sowie fünf modernen Produktionsstandorten erzielte Sano im Geschäftsjahr 2009 einen Umsatz von 350 Mio. Euro. Das Unternehmen wurde 1976 in Grafenwald gegründet und beschäftigt mittlerweile mehr als 600 Mitarbeiter in Europa.

Für weitere Informationen:

Engel & Zimmermann AG,
Unternehmensberatung für Kommunikation
Björn Seeger
Schloss Fußberg, Am Schlosspark 15, 82131 Gauting
Tel. 0 89/89 35 63 3, Fax 0 89/89 39 84 29
E-Mail: b.seeger@engel-zimmermann.de