



## UNTERNEHMENS PORTRÄT

### **Sano – Erfolgsstrategie für moderne Tierernährung**

Loiching. Die Sano - Moderne Tierernährung GmbH ist die große europäische Marke für Mineralfutter, Kälbermilch und Spezialitäten für die moderne Tierernährung von Rindern und Schweinen. Als Spezialist für die gesunde und gewinnbringende Tierernährung steht Sano Landwirten mit einer kompetenten Fütterungsberatung und einem breiten Know-how zur Seite. Das erklärte Ziel: Gemeinsam Potentiale im Betrieb erkennen, Produktionskosten minimieren und gleichzeitig Ertrag und Tiergesundheit verbessern.

### **Familienbetrieb mit internationaler Ausrichtung**

Stets der Philosophie „Tiere gesund und gewinnbringend ernähren“ folgend, ist die Sano-Gruppe in über 20 Ländern Europas mit eigenständigen Schwesterunternehmen vertreten und agiert in vielen Ländern als Marktführer. Seit 2009 ist Sano in China mit bereits zwei 100 %igen Schwesterunternehmen aktiv auf dem asiatischen Markt tätig. 2011 startete Sano die Marktbearbeitung in Südamerika und gründete in Ecuador das Sano Schwesterunternehmen. Die Herstellung der Sano Produkte erfolgt in den Werken in Deutschland, Polen, Kroatien, Serbien, Ungarn und China.

Begonnen hat die Erfolgsgeschichte des Familienunternehmens, das seit 2003 von Richard Waldinger zusammen mit seiner Frau Dagmar und den Eltern Bernhard und Edeltraud geführt wird, im Jahr 1976 im niederbayerischen Grafenwald. Die hergestellten Milchaustauscher, später Mineralfutter, wurden damals noch unter dem Namen Sano-Milch verkauft. Der Firmenname Sano kommt aus dem Lateinischen und bedeutet „gesund“.

Bis 1989 war die Marke Sano lediglich in Deutschland vertreten. Mit der deutschen Wiedervereinigung und der Grenzöffnung zu den östlichen Nachbarn erschlossen die Tierernährungsspezialisten für Rind und Schwein neue Märkte und errichteten zusätzliche Produktions- und Logistikstandorte: So wurde Sano - Moderne Tierernährung zu einem der größten deutschen Produzenten für Mineralfutter, Milchaustauscher, Ergänzungsfuttermittel und Spezialitäten.

### **Kontinuierlicher Wachstumskurs**

2010 erwirtschaftete die Unternehmensgruppe mit mehr als 600 Mitarbeitern einen Jahresumsatz von rund 350 Mio. Euro. Hervorragende Ergebnisse sind Trend bei Sano: In den vergangenen 15 Jahren erzielte die Gesellschaft jährlich ein durchschnittliches Umsatzwachstum von 20 Prozent; die produzierte Jahrestonnage stieg in diesem Zeitraum auf über 400.000 Tonnen. Wichtiger Wachstumsmotor ist dabei das Auslandsgeschäft. Wachstum um jeden Preis soll es bei Sano dennoch nicht geben. Richard Waldinger: „Als Familienunternehmen fühlen wir uns dem Standort Deutschland, Bayern und Grafenwald und unseren Mitarbeitern verpflichtet. Unser Fokus liegt auf langfristiger Wertsteigerung, nicht auf kurzfristiger Gewinnmaximierung.“

### **Regionale Kompetenzzentren und ganzheitliche Beratung für mehr Tiergesundheit und Leistung**

Profitable Landwirtschaft ist nur mit gesunden Tieren möglich. Rund 80 Prozent aller Erkrankungen von Rind und Schwein sind die Folge falscher Fütterung. Sano unterstützt die Landwirte durch ein modernes Fütterungsmanagement mit Produkten und Ernährungskonzepten, die perfekt auf die Lebens- und Leistungsphasen der Tiere abgestimmt sind. Die Betreuung der landwirtschaftlichen Betriebe erfolgt aus den regionalen Kompetenzzentren heraus: Die Fach- und Spezialberater von Sano entwickeln in enger Zusammenarbeit mit den Landwirten sowie den bestandsbetreuenden Tierärzten ein modernes Fütterungsmanagement mit Produkten und Ernährungskonzepten, die sowohl auf die Lebens- und Leistungsphasen der Tiere abgestimmt, als auch konkret auf die Ziele des jewei-

gen Betriebs zugeschnitten sind. Die Beratung durch Sano beginnt mit einer ausführlichen Bestandsaufnahme und Betriebsanalyse und umfasst neben dem individuellen, optimal passenden Fütterungskonzept auch eine Nachbetreuung sowie ein kontinuierliches Controlling, das eine weiterführende Optimierung des Betriebes sicherstellt.

### **Produktentwicklung und Qualitätsmanagement**

Aufgabe der Produktentwicklung ist es, eine schnelle Reaktion auf neue Marktgegebenheiten zu ermöglichen sowie praktikable Problemlösungen aufzuzeigen. Dabei müssen Neuprodukte vor allem folgende Anforderungen erfüllen: Sie sollen zur Gesundheitsverbesserung und Leistungssteigerung der Tiere beitragen und die Wirtschaftlichkeit für den Landwirt erhöhen. Waldinger: „Unser Fütterungsprinzip ist so einfach wie erfolgreich: Für jede Lebens- und Leistungsphase ein Produkt.“

Dabei ist Innovation bei Sano kein Zufall. In einem geregelten Produktentwicklungs- und Innovationsprozess wird jede Neuheit auf ihre Durchführbarkeit und ihr Erfolgspotenzial untersucht. Während der gesamten Neuentwicklung wird zusätzlich großer Wert auf die Meinung der Kunden gelegt. Produkttests im landwirtschaftlichen Betrieb begleiten diesen Prozess und maximieren die langfristigen Erfolgchancen des Neuproduktes in der Anwendung. Dem Innovations- und Produktentwicklungsprozess widmen sich erfahrene Produktentwickler, Wissenschaftler in den Fachabteilungen sowie die Sano Fach- und Spezialberater, die in direktem Kontakt mit dem Kunden stehen.

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. Produktion und Qualitätssicherung arbeiten dabei eng zusammen und tragen gemeinsam die 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“.

### **Als Sano-Händler erfolgreich**

Sano bietet die Möglichkeit, als eigenständiger Händler mit Sano-Produkten in der eigenen Region aktiv zu werden. „Bestehende Händler können mit dem umfassenden und hochwertigen Sano-Sortiment ihr Angebot erweitern und dadurch ihren Umsatz steigern“, sagt Waldinger. „Neben dem attraktiven Produktsortiment bieten wir Händlern eine umfangreiche Vertriebs- und Marketingunterstützung.“ Um seine Aktivitäten auch außerhalb Deutschlands auszubauen sucht das Unternehmen neue Händler und Ländervertretungen.

### **Erfolgsfaktor Personalmanagement**

Qualifizierte Personalarbeit sowie die Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter sind für das Unternehmen die wesentlichen Schlüssel zum Erfolg und gaben Anlass für die Gründung einer hauseigenen Akademie. An der Sano-Akademie durchlaufen die Fachberater eine modulare Ausbildung sowie anschließende Zertifizierungen in den entsprechenden Fachrichtungen. In einer regelrechten Ausbildungsoffensive soll dieser Mitarbeiterstamm in den nächsten Jahren stark ausgebaut werden. „Bis 2015 wollen wir für jeden Landwirt in Deutschland die kompetente Beratung vor Ort durch einen Sano Fachberater sicherstellen“, formuliert Waldinger seine Ziele. Dafür sollen in den nächsten fünf Jahren bis zu 150 neue Fachberater in Deutschland und Österreich ausgebildet und fest angestellt werden.

Engagierten Landwirten, Tierärzten, Kunden und Kooperationspartnern bietet die Sano-Akademie darüber hinaus die Teilnahme an Seminaren aus den verschiedensten Bereichen an, wie etwa Tierernährung und Tiergesundheit, Beratung und Verkauf, Produktmanagement oder Personalthemen wie z. B. Mitarbeiterführung. Mit den Praktikergesprächen zu aktuellen Themen offeriert die Sano-Akademie auch in 2011 eine praxisorientierte Vortragsreihe, in denen interessierte Betriebsleiter bewährte Praxistipps zur Betriebsführung, Leistungssteigerung und Verbesserung der Tiergesundheit erhalten.

Stand: April 2011