

Dähne Verlag

Neu
heiten
18
19
petonline.de



Top-Neuheiten
Die Gewinner 2018/2019

Schwerpunkt
Heimische Wildtiere

Österreich
10 Jahre Das Futterhaus

40 Jahre
pet
Fachmagazin für die Heimtierbranche

www.petonline.de 5 | 2019



Kaupirat

Hotspot in Westfalen

Alles andere als Mainstream

Zum 115-jährigen Jubiläum der Firma Claus erklären CEO Thomas Mayer und Dr. Martina Bergmann, warum sie bei Claus viel mehr als nur Vogelfutter produzieren und mit Nischenprodukten international agieren.

„Schon immer war Qualität die Maxime unseres Familienunternehmens“, betont Thomas Mayer, der das Unternehmen in vierter Generation leitet. Zunächst ging es von der 1904 gegründeten Mehlwurmzucht hin zum Weichfutterspezialisten für Ziervögel mit den Marken „Claus“ und „Aleckwa“. Später kamen Spezialfutter für Nager und die Terraristik hinzu, wie auch für die Ganzjahresfütterung von Wildvögeln, Igel und Eichhörnchen.

Angeboten werden die Produkte über den Zoofachhandel und Gartenmärkte. Zu den Kunden gehören aber auch Natur-

und Artenschutzverbände, Tierhilfen und Zoos. Letztere beziehen auch das Zootierfutter „Mazuri Zoo Foods“ von Claus.

Kunden und Sortimente

Die Kunden sind so vielschichtig wie das Sortiment: „Die ältesten füttern unsere Produkte seit 70 Jahren, sind Züchter und Vogelliebhaber, die nicht durch schicke Verpackungen oder Social Media zu gewinnen sind, sondern nur durch Qualität“, führt Thomas Mayer aus. Die jüngsten Kunden sind Kids, die begeistert Vögel, Eichhörnchen, Igel, Hamster etc. füttern.

Das Unternehmen reklamiert für sich, fast jeder ausgefallenen und empfindlichen Tierart genau auf ihre Bedürfnisse abgestimmtes Futter anbieten. Dazu wird eng mit Forschungsinstituten, Tierärzten, Biologen und Tierhilfestationen zusammengearbeitet. Manche Futter werden in Handarbeit in Kleinmengen hergestellt, weil viele der gefütterten Arten vom Aussterben bedroht sind oder sich nur in geringer Zahl in menschlicher Obhut befinden. „Wir bekommen Anfragen aus aller Welt für spezielle exotische Futter“, unterstreicht Marketingleiterin Dr. Martina Bergmann und berichtet stolz: „Für unsere Firma, die im Kern aus 15 engagierten Mitarbeitern besteht, ist die Produktvielfalt eine Herausforderung, aber auch der Motor.“

Als Meilenstein der letzten Jahre wird die Umstellung aller „Claus“- und „Aleckwa“-Rezepturen auf reine Naturprodukte bezeichnet. Mit dem „Naturprodukt“-Siegel garan-

Mit dem „Naturprodukt“-Siegel garantiert das Unternehmen naturbelassene Zutaten ohne Zusätze und frei von Gentechnik.





„Es gibt noch einiges zu tun für den Tier- und Artenschutz, wir freuen uns darauf“, so Thomas Mayer und Dr. Martina Bergmann!

tiert das Unternehmen naturbelassene Zutaten ohne Zusätze, frei von Gentechnik und „Made in Germany“. Verzichtet wird zum Beispiel auch auf chemische Schädlingsbekämpfung. „Wir informieren transparent über unsere Philosophie, Produkte und Ziele auf der Homepage und in den Social-Media-Kanälen“, so Thomas Mayer.

Produkte und Aktionen

Umweltveränderungen haben die wachsenden Bedürfnisse einzelner Wildvogelarten und Wildtiere hervorgerufen. Das nahm man bei Claus zum Anlass, mit Wildtierstationen spezielles Futter für zunehmend gefährdete Arten zu entwickeln. So hat „Gartenvogelfutter“ für empfindliche Weichfresser einen sehr hohen Anteil an tierischen Proteinen/Insekten (26 Prozent). „Herbstzauber“ mit 33 Prozent Beeren hilft Beerenfressern und „Wildsamen Premium“ ist ein Saatenmix für

Körnerfresser. Mit „Igel-Paté“ hat das Unternehmen ein energiereiches Nassfutter aus Fleisch, Insekten und Ei für hilfsbedürftige

Igel entwickelt. Es ergänzt „Spezial-Igelfutter“ und den Protein-Snack „Igel-Fit“ – alles in Zusammenarbeit mit Igelstationen entwickelt.

„Das hat zu einer Alleinstellung geführt“, berichtet Thomas Mayer stolz. Ihm zufolge ist „Spezial-Igelfutter“ so stark nachgefragt, dass man nicht mehr von einer Nische sprechen könne und ganzjährig produziert.

Zum 115-jährigen Jubiläum wurden nun mehrere Aktionen ins Leben gerufen, unter anderem eine Futter-Spendenaktion für Tier- und Naturschutzorganisationen. Im Sommer folgen das Jubiläumsfutter „Wildvogelfutter PUR“ und ein Insektensnack für Papageien. Für die Händler wird es zudem eine Rabattaktion im Herbst geben.

Bei Claus setzt man auf Naturfutter für empfindliche und bedrohte Arten und neue Ideen

