

## INTERVIEW: Hofmann Nutrition blickt mit neuem CEO in die Zukunft

Source: Feedinfo News Service

(dated 29/10/2018)

**29. Oktober 2018 - Der Übergang zu einer neuen Geschäftsführung ist immer eine intensive Zeit, besonders aber für ein familiengeführtes Unternehmen, das zu einem nicht geringen Teil vom Image des Geschäftsführers geprägt ist. Für die Schweizer Firma Hofmann Nutrition, bekannt mit ihren natürlichen Mikronährstoffen unter der Marke Hokovit, war dies die Zeit die Firmenvergangenheit der letzten 56 Jahre zu reflektieren und die Strategien der Zukunft festzulegen. Alexander Hofmann übernimmt vom Inhaber, seinem Vater Jürg, die Geschäftsführung der Firma und der neue CEO nahm sich die Zeit, mit Feedinfo News Service über die Stärken und Chancen des Unternehmens zu sprechen.**

Alexander Hofmann ist überzeugt, dass es in einer Welt von mega-grossen und international agierenden Agrobusiness- und Chemieriesen, umgeben von jungen, disruptiven Start-Ups, noch viel Raum und Vorteile für ein alteingesessenes Familienunternehmen gibt. So sagt er zum Beispiel, dass ein Unternehmen, das auf dem Namen der Familie aufgebaut ist, ein wichtiges Signal für Qualität setze. „Familieneigene und inhabergeführte Unternehmen werden immer von deren Persönlichkeiten [Inhaber] gestützt, oft ein Leben lang. Sie können sich auf uns verlassen.“

Hofmann Nutrition hat eine ausreichende Grösse für ein grosses Portfolio, ist aber dennoch klein genug, um personalisierten, flexiblen Service zu bieten. „Wir sind in der Lage, uns schneller an veränderte Marktbedürfnisse anzupassen und kundenorientierter zu arbeiten“, stellt er fest. „Es gibt keinen Mikronährstoff, der alles kann. Dies haben wir früh gelernt und stellen heute Produkte her, die aus mehr als 50 Wirkstoffen bestehen, welche aufeinander abgestimmt sind, ihre Wirkung komplettieren und verstärken. In unserem Portfolio haben wir heute mehr als 40 hochwirksame Mikronährstoff-Produkte, spezifisch auf Tiergattungen und Altersstufen abgestimmt. Nicht nur das, für Grossabnehmer produzieren wir auch custom made-Produkte, spezifisch für sie entwickelt und auf ihre Bedürfnisse abgestimmt.“



**Alexander Hofmann**  
CEO  
Hofmann Nutrition

Vertreten in rund 20 Ländern der Welt, berichtet Herr Hofmann, wie das Wachstum des Mikronährstoffherstellers in den letzten fünf bis sechs Jahren durch die Entwicklung der bestehenden Märkte und Distributoren deutlich gesteigert wurde – ein Schub, der auch auf dem Firmenstand an der EuroTier in diesem Jahr wieder gezeigt wird. „Wir arbeiten mit Distributoren zusammen, welche selber Futtermittel herstellen, Spezialfutter oder Tierheilmittel-Produkte vertreiben oder über ein entsprechendes Netzwerk in der Tiernahrungs- und/oder Verarbeitungsindustrie verfügen. Neue, geeignete Partner sind immer willkommen, von überall auf der Welt.“ Aus seiner Sicht bieten insbesondere auch die nordafrikanischen Märkte neue Chancen.

Interessanterweise umfasst das Portfolio von Hofmann, einer Firma in einem Binnenland wie der Schweiz, eine dynamische Aquakulturkomponente, die laut Hofmann in den letzten sechs Jahren um 35 % gewachsen ist. „Wir spezialisieren uns zunehmend auch auf die Entwicklung und Produktion von Spezialfischfutter wie Biofutter, Koifutter, Futter für Arten wie Stör oder Barsch oder rein pflanzliches Fischfutter, z.B. für Tilapia. Der neueste Schwerpunkt in diesem Bereich sind nachhaltig produzierte Proteinrohstoffe als Ersatz für Fischmehl in der Aquakultur. „Unsere ersten erfolgreichen Versuche mit Insektenmehl wurden bereits 2013 mit BIO SUISSE durchgeführt.“

Ein weiterer einzigartiger Schwerpunkt, mit dem sich Hofmann Nutrition von der Konkurrenz abheben will, ist das Qualivo-System des Unternehmens zur Fütterung von Rindern, Kälbern und Schweinen, um Fleisch von bester Qualität und höchstem Genusswert zu erhalten. Qualivo ist sowohl ein Produktions- als auch ein Vermarktungssystem für das Hofmann Lizenzen erteilt und eng mit den Verwertern zusammenarbeitet. Herr Hofmann sagt, dass Qualivo-Rind-, Schweine- und Kalbfleisch derzeit in der Schweiz, in Deutschland, in der Tschechischen Republik und in der Slowakei produziert und genossen wird, fügt aber hinzu, dass das System „sehr einfach und überall auf der Welt“ funktioniert und angewendet werden kann. Es sei besonders interessant für Tierproduzenten, meint er, da Hofmann die Abnahme und Verwertung der Tiere zu fairen Preisen garantiert und weil das Fütterungssystem ein hervorragendes und planbares Wachstum liefert. Aus Konsumentensicht ist das Programm Teil der wichtigen Bewegung wie wir heute an die Produktion von gesunden Lebensmitteln herangehen. „Die Nachfrage nach lokal produziertem, echtem Premium-Fleisch steigt. Dies kann bei den Grossverteilern und in der Gastronomie beobachtet werden.“ Blinddegustationen von Verwertern und Medien haben gezeigt, dass das System sowohl bei qualitativ hochwertigen Teilstücken wie Filet und Entrecôte, als auch bei minderwertigeren Teilstücken wie Braten, Siedfleisch oder Hackfleisch, aber auch Wurstwaren ein besser schmeckendes Endprodukt liefert. Vielleicht, so sagt er, könnte das Qualivo-Konzept in Zukunft sogar auf Geflügel und Fisch ausgeweitet werden.

Er betont auch, dass die Stärken des Unternehmens im Milchviehbereich auch weiterhin ausgebaut werden. Für Hofmann bedeutet das nicht nur Tiernahrungsprodukte wie Mikronährstoffpräparate und Ergänzungsfuttermittel, sondern auch ganze Produktionsmethoden, wie die Hokovit Superrind-Methode zur Optimierung des Potenzials von Kälbern und Färsen für die Milchviehhaltung, sowie Hokovit Genetics „für Kunden, die sowohl bei der Fütterung als auch bei der Zucht Erfolg haben wollen“, um Herrn Hofmann direkt zu zitieren.

Für den neuen CEO ist das Engagement des Unternehmens auf allen Ebenen der Ernährungsindustrie – von der Herstellung von Mikronährstoffen und Ergänzungsfuttermitteln bis hin zur Zertifizierung der Fleischqualität – ein wichtiger Teil der Entwicklung der Lösungen von Morgen. „Wir sind sehr nah am Markt, da unsere Verkäufer und Berater uns aus der Praxis Beispiele und wertvolle Informationen liefern ... wir sitzen nicht nur in Labors, um herauszufinden, wo die Lösung, das Optimale liegt“, erzählt er Feedinfo. Von den Bedürfnissen der Landwirtschaftsbetriebe bis hin zu den Belangen der Verwerter und Konsumenten ist das Unternehmen in der Lage, die Tierernährung umfassend zu betrachten. „Nicht viele Unternehmen haben diese Vielfalt an Inputs und Erfahrung für Mikronährstoffprodukte und Tierernährung“, erklärt er.

Um diesen Ansatz zu belegen, verweist er auf das Kälber-Gesundheitssystem des Unternehmens. Wie in vielen Teilen der Welt sind auch die Schweizer Produzenten unter dem Druck, den Einsatz von Medikamenten und Antibiotika zu reduzieren, was die Arbeit zu besonders sensiblen Zeiten, beispielsweise bei der Ankunft neuer Kälber auf dem Hof, erschwert. Hofmann Nutrition hat mit ihrer Erfahrung und natürlichen Mikronährstoffprodukten eine Lösung eingebracht, die es erlaubt, Kälber ohne medizinische Prophylaxe auf ihrem Versuchsbetrieb für Mastbullen und –kälber, einen Kilometer vom Stammsitz entfernt, einzustellen und nur einzelne Tiere je nach Bedarf zu behandeln. Diese entsprechenden Produkte werden jetzt in verschiedenen Ländern vertrieben. Das Unternehmen legt auch grossen Wert auf praktische und einfache Anwendung seiner Systeme und Produkte, erklärt Herr Hofmann. Grosse Integratoren und Betriebe beschäftigen eine hohe Zahl an Arbeitskräften, die nicht alle über grosse technische Kenntnisse und Fähigkeiten verfügen. Je praktischer und je weniger kompliziert die Lösung und Anwendung ist, desto wahrscheinlicher wird sie zu erfolgreichen Ergebnissen führen.

Hofmann Nutrition wird auch in Zukunft einzigartige Fütterungskonzepte, Futtermittel und Mikronährstoffe für Nutztiere, Aquakultur und Haustiere anbieten und keine Commodities. Diese Chance weiter zu entwickeln, wird eines der Hauptziele von Alexander Hofmanns als CEO sein. Seine Schlussfolgerung: „Die Zeit steht nicht still und wir entwickeln laufend neue Produkte für eine effizientere und nachhaltigere Tierernährung. Angepasst an die Bedürfnisse unserer Kunden und die verschiedenen Märkte rund um den Globus.“