

PRESSEMITTEILUNG

DAS FUTTERHAUS startet Online-Shop

- *Kunden können in der neuen digitalen Filiale unter futterhaus.de aus rund 5.000 Artikeln für Haustiere wählen*
- *Stationärer Fachhandel ist und bleibt zentrale Säule des Heimtierspezialisten*
- *Omnichannel-Strategie stärkt Marktposition*

Elmshorn, 03. März 2025 – Zum Go-live des DAS FUTTERHAUS Online-Shops können Tierfreunde in Deutschland ab sofort rund 5.000 Heimtierartikel nach Hause bestellen. Damit eröffnet das Unternehmen den ersten zeit- und ortsunabhängigen DAS FUTTERHAUS-Markt.

Mit der neuen Online-Filiale treibt das familiengeführte Franchise-Unternehmen seinen Weg zum Omnichannel-Händler weiter voran. Als kundennahe Ergänzung dient das kanalübergreifende Einkaufserlebnis gleichermaßen der Stärkung des stationären Kerngeschäfts sowie dem Ausbau der Markenbekanntheit, unter anderem auch mit Blick auf die weitere Expansion. Die stationären Märkte stehen auch zukünftig im Mittelpunkt. „Mit der Eröffnung unseres Online-Shops erweitern wir unsere traditionellen Kontaktpunkte und erfüllen den Wunsch unserer Kunden, auch in der digitalen Welt bei uns einkaufen zu können“, so Kristof Eggerstedt, Geschäftsführer bei DAS FUTTERHAUS.

Traditionelles Familienunternehmen und Omnichannel-Händler

DAS FUTTERHAUS gehört mit 442 Märkten in Deutschland und Österreich zu den bekanntesten und größten Handelsunternehmen für Tiernahrung und Tierbedarf. Bereits seit über 37 Jahren dreht sich im Franchiseunternehmen alles um Haustiere.

„Unsere Kunden schätzen unsere große Produktauswahl, die Qualität und unsere Expertise als Fachhändler vor Ort in ganz Deutschland. Eine ideale Voraussetzung, um Omnichannel-Händler zu werden“,



erklärt Kristof Eggerstedt. Nach der Digitalisierung der Kundenkommunikation in den letzten zwei Jahren sei der Online-Shop der nächste Schritt auf diesem Weg. „Ziel ist es, Kunden noch stärker an unsere Marke zu binden und ihre beim Wettbewerb generierten Onlineumsätze zurückzuholen. Der Online-Shop ist für uns eine sinnvolle Ergänzung. Bildlich sprechen wir immer von einem Anbau. Das Kerngeschäft unseres Unternehmens ist und bleibt der stationäre Handel. Diese Sicht entspricht übrigens auch dem Gesamtmarkt. Auch in diesem wird lediglich ein Teil der Umsätze im digitalen Bereich erwirtschaftet. Der Löwenanteil der Umsätze im Heimtiermarkt wird auch zukünftig stationär generiert.“ In der Zoofachbranche werden rund 80 Prozent des Umsatzes stationär erwirtschaftet.

Flexible Shop-Struktur auf langfristiges Wachstum ausgelegt

Bei der Umsetzung des Online-Shops war die Hamburger Firma novomind maßgeblich beteiligt. „Wir haben den Online-Shop auf der Kostenseite schlank gehalten und gleichzeitig so flexibel, dass wir weitere Funktionen online und stationär schnell integrieren können“, sagt Kristof Eggerstedt. Auch beim Fullfillment setzt DAS FUTTERHAUS mit der Fiege-Gruppe, einem der größten Logistikanbieter Europas, bewusst auf langjährige Erfahrung.

--Ende--

Weitere Informationen unter www.futterhaus.de

Kontakt:

DAS FUTTERHAUS-Franchise GmbH & Co. KG

Nadine Giese-Schulz, Ricarda Gürne

E-Mail: presse@futterhaus.com