

PRESSEMITTEILUNG

DAS FUTTERHAUS startet Online-Shop

E-Commerce als weiterer Schritt auf dem Weg zum Omnichannel-Händler

Elmshorn, 07. Oktober 2024 – Es ist soweit: Ab Anfang 2025 werden Tierfreunde auch online bei DAS FUTTERHAUS einkaufen können. Seit über 35 Jahren gehört der Fachhändler für Tiernahrung und -zubehör zu den bekanntesten und beliebtesten Marken im Zoofachhandel in Deutschland und Österreich. Nun geht das familiengeführte Franchiseunternehmen mit der Eröffnung seiner Online-Filiale einen weiteren Schritt bei der Umsetzung seiner Omnichannel-Strategie.

Käuferlebnis für Tierfreunde überall und zu jeder Zeit

„Unsere Kunden fragen uns seit Jahren nach der Möglichkeit, auch online bei uns einzukaufen. Kernaspekt unserer Digital-Strategie ist es, unsere Kunden kanalübergreifend zu begleiten, vom ersten Kontakt mit unserer Marke bis hin zum Stammkunden“, sagt Kristof Eggerstedt, Geschäftsführer von DAS FUTTERHAUS. „Unsere Online-Filiale wird unseren Kunden auch dann die Möglichkeit bieten, -bei ihrer Lieblingsmarke einzukaufen, wenn sie es mal nicht in einen unserer 430 Märkte schaffen.“ Das Kernsortiment der Online-Filiale wird rund 5.000 Artikel umfassen und sich an den stationären Preisen orientieren.

Stationäres Geschäft bleibt Kerngeschäft

Wichtigste Säule der Unternehmensgruppe ist und bleibt das stationäre Geschäft. In der Zoofachbranche werden rund 80 Prozent des Umsatzes stationär erwirtschaftet. So ist der Online-Shop insbesondere dazu gedacht, Online-Käufer an die Marke zu binden, die Position im Markt zu stärken und die Attraktivität der stationären Märkte für die Zukunft zu sichern. „DAS FUTTERHAUS steht als Fachhändler für die differenzierenden Aspekte Auswahl, Beratung und Empathie. Mit dem Filialgeschäft, den Franchisepartnern und Fachverkäufern vor Ort sind wir der Partner für alle

DAS FUTTERHAUS



Menschen, die Tiere lieben. Dies schätzen unsere Kunden sehr. Daran wird sich nichts ändern“, erklärt Kristof Eggerstedt.

Digitalisierung und Omnichannel-Ansatz stärkt Position im Markt

Die Planungen für den Auf- und Ausbau der digitalen Infrastruktur und den Wandel zum Omnichannel-Händler haben bereits 2020 bei DAS FUTTERHAUS begonnen. Ein bereits erfolgreich umgesetztes Beispiel für die voranschreitende Digitalisierung im Unternehmen ist die Futterkarte, das Kundenbindungsprogramm von DAS FUTTERHAUS. Rund 1,3 Millionen Kunden in Deutschland nutzen die damit verbundenen Vorteile. 350.000 davon bereits über die im April 2024 gelaunchte DAS FUTTERHAUS-App, die die Erwartungen für den Start damit schon jetzt deutlich übertroffen hat. Auch ein neues Kassensystem befindet sich bereits im Testbetrieb. Noch im Oktober geht die neue Website an den Start.

--Ende--

Über DAS FUTTERHAUS: DAS FUTTERHAUS mit dem gelben Hund als Markenzeichen gehört zu den bekanntesten und beliebtesten Brands für Tiernahrung und Tierbedarf in Deutschland und Österreich. Als Partner für Menschen, die Tiere lieben, dreht sich bei DAS FUTTERHAUS seit über 35 Jahren alles um Heimtiere. An über 430 Standorten bietet das Unternehmen fachkundige Beratung für Haustierfreundinnen und -freunde sowie eine große Sortimentsvielfalt. 2023 erwirtschaftete das familiengeführte Franchiseunternehmen mit seinen Fachmärkten einen Umsatz von insgesamt 523 Millionen Euro und setzt damit seinen Wachstumskurs fort. 142 erfolgreiche Franchisepartner zählen zur Unternehmensgruppe. DAS FUTTERHAUS und seine Franchisepartner beschäftigen zusammen rund 4.000 Mitarbeitende. Ein wertschätzender Umgang miteinander sowie Klima- und Umweltschutz sind fest verankerte Ziele der DAS FUTTERHAUS Unternehmensstrategie. Geschäftsführer sind Andreas Schulz, Kristof Eggerstedt und Kurt Bisping. Sitz der Unternehmenszentrale ist Elmshorn in Schleswig-Holstein.

Für weitere Informationen: <https://www.futterhaus.de/>

DAS FUTTERHAUS-Franchise GmbH & Co. KG
Nadine Giese-Schulz, Ricarda Gürne
E-Mail: presse@futterhaus.com