

PRESSEMITTEILUNG

DAS FUTTERHAUS: Umsatz stabil in herausfordernden Zeiten

Elmshorn, 11. Februar 2025 – Auch in schwierigen Zeiten hält die DAS FUTTERHAUS-Unternehmensgruppe ihren Umsatz nahezu stabil auf dem hohen Niveau der Vorjahre. Für das Jahr 2025 ist das familiengeführte Franchiseunternehmen für Tiernahrung und -zubehör zuversichtlich.

Das Geschäftsjahr 2024 schließt das Franchiseunternehmen mit einem Gesamtsystemumsatz von 577 Mio.* EUR ab. Das sind nur 0,6 Prozent weniger als im starken Jahr 2023. Die Märkte in Österreich sind mit einem Plus von 0,6 Prozent auf 57,7 Mio. EUR sogar leicht gewachsen. In Deutschland konnte ein Umsatz von 519,3 Mio. EUR erwirtschaftet werden (-0,7 Prozent vs. 2023). „Die schwache Wirtschaftslage in Deutschland drückt auch bei Tierhaltern auf die Konsumlaune“, so Kurt Bisping, kaufmännischer Geschäftsführer von DAS FUTTERHAUS. „Wir sind in diesem Jahr das erste Mal nicht gewachsen. Aber wir haben das gute Niveau der Vorjahre halten können. Das versetzt uns in die Lage, unsere strategischen Themen konsequent weiterverfolgen zu können.“

Das Familienunternehmen blickt positiv auf das kommende Jahr. „Die Investitionen in die digitale Infrastruktur unseres Unternehmens ermöglichen Effizienzgewinne für unsere stationären Märkte. Die Weiterentwicklung unseres Geschäfts zum Omnichannel-Händler eröffnet uns neue Kontaktpunkte für eine deutlich gezieltere und intensivere Kundenkommunikation und -aktivierung“, so Geschäftsführer Kristof Eggerstedt, verantwortlich für die Bereiche Marketing und Unternehmensentwicklung.

Im Rahmen seiner Omnichannel-Strategie hat DAS FUTTERHAUS im vergangenen Jahr sein langjähriges Kundenkartenprogramm



digitalisiert. Mit über 600.000 aktiven Nutzern übertraf die DAS FUTTERHAUS-App in den ersten Monaten seit Einführung bereits die eigenen Erwartungen des Fachhändlers. Zum Ende des ersten Quartals wird der Launch des Onlineshops folgen.

Potenziale, dem steigenden Kosten- und Margendruck zu begegnen, sieht der Fachhändler auch in der Sortimentsgestaltung und -steuerung. „Bei der Sortimentsoptimierung setzen wir unter anderem auf unsere langjährige Zusammenarbeit mit Herstellern. Hier gilt es, faire Konditionen für alle Beteiligten auszugestalten und gleichzeitig eine gute Balance in der Preis- und Erlebnisqualität zu finden“, so Geschäftsführer Andreas Schulz, zuständig für Sortiment und Franchisemanagement.

2024 eröffnete DAS FUTTERHAUS 16 neue Standorte, davon drei in Österreich. Damit gehörten per Ende Dezember insgesamt 442 Standorte zur Unternehmensgruppe. 51 Standorte davon werden in Österreich betrieben. Für das Jahr 2025 sind bereits weitere Neueröffnungen fixiert.

--Ende--

*alle Umsatzangaben brutto

Weitere Informationen unter www.futterhaus.de

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