

PRESSEMITTEILUNG

DAS FUTTERHAUS wächst stärker als der Markt Erneut Zugewinn an Marktanteilen in der Heimtierbranche

Elmshorn, 27. Januar 2022 – Mit einem Umsatzplus von 15,2 Prozent liegt die DAS FUTTERHAUS-Unternehmensgruppe für das Jahr 2021 erneut weit über dem Wachstum der Heimtierbranche. Diese legte bei einem Gesamtvolumen von rund 4,5 Milliarden* Euro im stationären Fach- und Lebensmitteleinzelhandel in den vergangenen Jahren um etwas über vier Prozentpunkte zu. Im Gesamtergebnis erwirtschaftete DAS FUTTERHAUS einen Umsatz von 521 Mio. Euro (2020: 452 Mio. Euro). Die deutschen Märkte steigerten im Vergleich zum Vorjahr um 15,4 Prozent auf 469 Mio. Euro (2020: 406,5 Mio. Euro). Die Märkte in Österreich erzielten ein Umsatzplus von 13,4 Prozent auf 52 Mio. Euro (2020: 45,9 Mio. Euro). Insgesamt gingen in den vergangenen zwölf Monaten 21 neue Märkte an den Start. Damit ist das Franchiseunternehmen aktuell mit 406 Standorten in Deutschland und Österreich vertreten.

Kundenvertrauen in Fachhandel stärkt stationäres Geschäft

„Während die Pandemie in den vergangenen Monaten in vielen Branchen lediglich den Onlinehandel massiv befeuert hat, verzeichnete die Heimtierbranche kanalübergreifend signifikante Zuwächse“, so Kristof Eggerstedt, der als Geschäftsführer die strategische Ausrichtung des Unternehmens verantwortet. Gerade im emotionalen Heimtierbereich sei der gesellschaftliche Megatrend hin zu mehr Individualität und Selbstverwirklichung spürbar. „Unsere Kunden schätzen die große Auswahl und vor allem die persönliche Beratung vor Ort“, begründet Eggerstedt den beständigen Erfolg der letzten Jahre. Dies zeige sich unter anderem auch in der positiven Stammkundenentwicklung, insbesondere unter Hunde- und Katzenhaltern. Dank des breiten Sortiments, das auch zahlreiche Produkte regionaler Hersteller umfasst, in Kombination mit einer fachkundigen Beratung, seien zudem die Herausforderungen durch weltmarktbedingte Liefer- und Produktionsengpässe auf Lieferantenseite gut zu kompensieren. „Gerade bei der Umstellung auf Alternativprodukte spielt unsere Fachhandelskompetenz eine entscheidende Rolle. Bei Tierliebe geht es um Vertrauen, und das entsteht im persönlichen Kundengespräch. Tierliebe lässt

sich nicht allein durch die zahlengetriebene Analyse des Kaufverhaltens messen – hier zählen emotionale Aspekte und Empathie.“

Tierhalter kanalübergreifend begleiten

Neben dem Ausbau des stationären Handels wird das Thema Digitalisierung in den kommenden Jahren eine zunehmend wichtige Rolle im Geschäftsmodell des Fachhändlers für Tiernahrung und -zubehör spielen. „In den vergangenen Monaten haben wir einen Fahrplan ausgearbeitet, der unseren Weg ins digitale Geschäft vorsieht“, so Eggerstedt. Erste Etappe auf diesem Weg sei der gezielte Ausbau von digitalen Kompetenzen. Schwerpunkt werde dabei im ersten Schritt die Kooperation mit innovativen Unternehmen und Start-ups sein. Kernziel sei es, künftig eine vollumfängliche Customer Journey anzubieten und den Kunden kanalübergreifend zu begleiten. „Unsere Vision ist es, als der Partner für Menschen, die Tiere lieben, in allen Lebenslagen präsent zu sein“, erklärt Eggerstedt. Dazu gehöre auch der Ausbau des Standortnetzes in den nächsten Jahren auf 550 Märkte. „Langfristig sehen wir Potenzial mit unseren bestehenden und neuen Franchisepartnern auf bis zu 750 Märkte in Deutschland und Österreich zu expandieren.“

--Ende--

Fragen beantworten gern:

DAS FUTTERHAUS-Franchise GmbH & Co. KG

Nadine Giese-Schulz, Tel.: 04121-4397-750

Ricarda Gürne, Tel.: 04121-4397-755

E-Mail: presse@futterhaus.com

*ivh 2020