

Pressemitteilung

DAS FUTTERHAUS: Beeindruckendes Umsatzwachstum in 2015

Elmshorn, 26. Januar 2016 – Wie in den Vorjahren verzeichnet die DAS FUTTERHAUS-Unternehmensgruppe auch 2015 ein erfolgreiches Geschäftsjahr. Mit einem Gesamtumsatz von 293 Mio. Euro (272 Mio. in 2014) konnte die Gesellschaft ihren Umsatz um 8 Prozent steigern. Flächenbereinigt legte die Fachhandelsgruppe für Tiernahrung und -zubehör um 4,2 Prozent zu. In Deutschland stieg der Umsatz um 7,3 Prozent (flächenbereinigt 4,3 Prozent) auf 267,5 Mio. Euro. Österreich steigerte sein Vorjahresergebnis von 22,3 Mio. Euro. um 15,6 Prozent (flächenbereinigt 3 Prozent) auf knapp 26 Mio. Euro.

23 Neueröffnungen

Die DAS FUTTERHAUS-Gruppe feierte 2015 die Eröffnung ihres 300. Marktes. Aktuell ist die Handelsgruppe an 290 Standorten in Deutschland und 31 Standorten in Österreich vertreten. Insgesamt 23 neue Märkte gingen 2015 an den Start. 14 Standorte wurden komplett umgebaut und auf das aktuelle Erscheinungsbild umgestellt. Für das laufende Jahr sind 20 bis 30 Neueröffnungen geplant, von denen die ersten zehn bereits fixiert wurden. Den Auftakt machte am 18. Januar der neue Standort im niedersächsischen Schortens. In Deutschland zählen aktuell 113 Franchisepartner zur Unternehmensgruppe, elf schlossen sich 2015 dem System an.

Erfolgreicher Eigenmarkenlaunch

Nach der Trennung von der Sagaflo launchte der Zoofachhändler im letzten Quartal mit großem Erfolg seine Eigenmarke WILDKIND. „Der Ausbau unserer Eigenmarken wird uns auch 2016 weiter beschäftigen. In Kürze geht die überarbeitete Hausmarke activa GOLD an den Start. Diese haben wir im ersten Schritt um eine sensitive Range erweitert, die die speziellen Bedürfnisse von Tieren mit Futtermittelunverträglichkeiten berücksichtigt“, so Herwig Eggerstedt, geschäftsführender Gesellschafter der DAS FUTTERHAUS-Unternehmensgruppe.

Neue, innovative Konzepte

An den Standorten München, Saarlouis, Nürnberg und Hamburg-Billstedt realisierte DAS FUTTERHAUS 2015 erstmals ein Nachhaltigkeitskonzept, das die Themen „Bio“ und „Unverpackt“ in den Kundenfokus rückt. „Unser Nachhaltigkeitskonzept ist speziell für Kunden konzipiert, die einen gesteigerten Wert auf Regionalität sowie auf nachhaltig und biologisch produzierte Produkte legen – ein Trend, der auch im Bereich Tiernahrung immer stärker an Bedeutung gewinnt. Als überzeugter Käufer von Bioprodukten freue ich mich sehr über diesen neuen Sortimentsbaustein“, so Herwig Eggerstedt.

--Ende--

Fragen beantworten gern:

„Das Futterhaus“ Franchise GmbH & Co. KG

Nadine Giese-Schulz, Julia Korf

Tel.: 04121-4397- 750/- 754

E-Mail: presse@futterhaus.de

