

DAS FUTTERHAUS: Rekordumsatz in 2019

Elmshorn, Januar 2020 – Mit 401 Mio. Euro Umsatz erzielte die DAS FUTTERHAUS-Unternehmensgruppe erneut ein Rekordjahr in der 33-jährigen Geschichte des Fachhändlers für Tiernahrung und -zubehör. Um 9,3 Prozent konnte das Franchise-System das Ergebnis in seinen 385 Standorten im vergangenen Jahr steigern (2018: 368 Mio. Euro). Die Märkte in Deutschland erwirtschafteten 361 Mio. Euro und erzielten damit ein Umsatzzuwachs von 10 Prozent (2018: 329 Mio. Euro). In Österreich verzeichnete das Unternehmen ein Plus von 3,7 Prozent auf 40 Mio. Euro (2018: 39 Mio. Euro).

„Die positive Entwicklung unseres Unternehmens zeigt deutlich, welches Potenzial - trotz Onlinewettbewerb - im stationären Handel steckt. Mit der konsequenten Weiterentwicklung unseres Fachhandelskonzeptes bedienen wir den Wunsch des Konsumenten nach individueller, persönlicher Beratung und Sortimentsvielfalt. Damit setzen wir einen Kontrast zur Beliebtheit des Onlinehandels, der sich maßgeblich über den Preis definiert“, begründet Geschäftsführer Klaus Meyer-Kortenbach das seit Jahren stetige Umsatzplus der Unternehmensgruppe. Dies zeige auch die Steigerung von über 10 Prozent auf der Bestandsfläche. Entscheidend bei der Fokussierung auf den stationären Handel sei die Kombination von guter Beratung, großer Marken- und Sortimentsvielfalt sowie einem attraktiven Angebot an Eigenmarken.

Kontinuierliche Expansion im Franchise-System

Per Ende Dezember 2019 zählten 385 Standorte zur Fachhandelsgruppe. 42 Märkte davon betreibt das Unternehmen in Österreich. Insgesamt eröffneten 19 neue DAS FUTTERHAUS-Märkte in den vergangenen zwölf Monaten in Deutschland sowie drei in Österreich. Fünf der neuen Standorte werden zentralseitig betrieben. „Wir werden auch in 2020 kontinuierlich expandieren“, so Geschäftsführer Andreas Schulz. „Für das kommende Jahr planen wir mindestens 25 Neueröffnungen in Deutschland und Österreich.“ Der stringente zweistellige Ausbau des Markt-Netzes werde auch in den kommenden Jahren mit klarem Schwerpunkt auf den Franchise-Betrieb in gewohntem Tempo vorangetrieben, so Schulz. Die ersten drei neuen Standorte des Jahres 2020 eröffnen im Februar in Nordrhein-Westfalen, in Neuss, Dortmund und Wuppertal.

Investition ins digitale Zeitalter

Mit Blick auf die Zukunft wird das laufende Jahr von der Implementierung einer neuen digitalen Systemlandschaft geprägt sein. „Wir investieren derzeit stark in neue Strukturen zur Optimierung der Geschäftsprozesse innerhalb unserer Organisation“, erklärt Geschäftsführer Kristof Eggerstedt. Dies sei ein sehr

wichtiger Schritt im Rahmen der voranschreitenden Digitalisierung. Im Zuge der hohen Investition in diesem Bereich wurde auch die Anzahl der Mitarbeiter in der IT-Abteilung deutlich erhöht. „Darüber hinaus werden wir uns noch intensiver dem Thema Nachhaltigkeit widmen. In diesem Bereich planen wir weitere wichtige Schritte, vor allem in Hinblick auf die Optimierung des Ressourcenverbrauchs sowie bei der Sensibilisierung unserer Mitarbeiter und Partner für dieses Thema.“

Geschärftes Profil mit neuem Markenauftritt

„Das muss Liebe sein“ lautet das Motto der neuen DAS FUTTERHAUS-Kampagne, die das besondere Verhältnis zwischen Halter und Tier mit einem Augenzwinkern aufmerksamkeitsstark in den Mittelpunkt stellt. Umgesetzt wird die Kampagne mit der neuen Lead-Agentur Philipp und Keuntje. „Wir freuen uns, mit PUK eine Agentur für unsere beliebte Marke gefunden zu haben, mit der wir die Verzahnung von Strategie und Kreation vorantreiben können. Gemeinsam werden wir das Profil unserer Marke schärfen, um diese im Wettbewerbsumfeld klarer zu positionieren“, so Geschäftsführer Kristof Eggerstedt.

--Ende--

BU: Das Geschäftsführer-Trio der DAS FUTTERHAUS-Unternehmensgruppe:
v.l. Klaus Meyer-Kortenbach, Andreas Schulz, Kristof Eggerstedt

Fragen beantworten gern:

DAS FUTTERHAUS-Franchise GmbH & Co. KG

Nadine Giese-Schulz

Tel.: 04121-4397- 750

E-Mail: presse@futterhaus.de