



Zentralverband
Zoologischer
Fachbetriebe
Deutschlands e.V.

Pressestelle

Tel +49 (0)611 / 44 75 53-14

Fax +49 (0)611 / 44 75 53-33

Mail presse@zzf.de

www.zzf.de

Abdruck honorarfrei.
Belegexemplar erbeten.

Wiesbaden, 9. März 2020 / pmf 0120

ZZF-Forum der Heimtierbranche 2020: Mit smarterer Technik zum Menschen

Heimtierbranche auf dem Weg in die Zukunft / Rund 120 Teilnehmer aus Industrie und Handel informierten sich über Technik und Trends / Kunden ändern ihre Gewohnheiten

Beim zweitägigen Forum des Zentralverbandes Zoologischer Fachbetriebe (ZZF) am 3. und 4. März 2020 in Niedernhausen drehte sich alles um Herausforderungen und Perspektiven der Heimtierbranche. Zwischen informativen Vorträgen nutzten die rund 120 Teilnehmer an beiden Tagen die Zeit, um Kontakte aufzufrischen und neue zu knüpfen. In der Teilnehmerbefragung bewerteten die Forumsbesucher die Veranstaltung insgesamt mit der Note 1,8.

In diesem Jahr hatte der ZZF das Forum der Heimtierbranche unter den Titel gestellt: „Bleib` interessant und relevant: Wie die Heimtierbranche mit smarten Lösungen Menschen erreicht“. Damit war klar, dass der digitale Wandel eine zentrale Rolle an beiden Veranstaltungstagen spielen sollte. Und so bekamen die Teilnehmer eine Vielzahl von Beispielen vor Augen geführt, die alle eines zeigten: Die Zukunft wird anders und hat schon gestern begonnen.

In seinem Grußwort zum Auftakt versprach ZZF-Präsident **Norbert Holthenrich** Impulse und Anregungen – „neues Futter für wiederkehrende Themen“. Er appellierte zudem an die Teilnehmer, sich in der Arbeit des ZZF zu engagieren, den eigenen Blick auf Marktgegebenheiten einzubringen, um gemeinsam an Zielen der Heimtierbranche zu arbeiten.

Schnell und bequem einkaufen

Dr. Eva Stüber vom IFH Institut für Handelsforschung gab zu Beginn des Forums am Dienstagmittag einen Ausblick in die Zukunft des Handels. Ihre zentrale These: Die Nutzung des Smartphones prägt das Konsumverhalten nachhaltig.

Um relevant zu bleiben, müsse der Händler auf die neuen Ansprüche der Kunden eingehen. Diese wollen beispielsweise schnell und bequem einkaufen. Um das Feld nicht Amazon allein zu überlassen, sollte der Handel seine Kunden in deren – wie Stüber es nennt – Bewegungsräumen abholen, also dort, wo sich die Menschen aufhalten. Wichtig sei es, dass alle Innovationen stets vom Kunden aus gedacht werden. „Was der Kunde fordert, muss radikal bedient werden“, sagte sie.

Auch **Clemens Bauer**, Geschäftsführer von Zoo Royal, referierte darüber, wie sich die Erwartungen der Kunden geändert haben oder noch ändern werden.



Zentralverband
Zoologischer
Fachbetriebe
Deutschlands e.V.

Pressestelle

Tel +49 (0)611 / 44 75 53-14

Fax +49 (0)611 / 44 75 53-33

Mail presse@zzf.de

www.zzf.de

Abdruck honorarfrei.
Belegexemplar erbeten.

War früher der Preis das entscheidende Kriterium, seien heute auch der Nutzen und die Annehmlichkeit – Convenience – relevant. Was bekommt der Kunde beim Kauf außer dem bloßen Produkt und wie kommt er an dieses möglichst bequem? Eine gute Auswahl sei nach wie vor gefragt, so Bauer, aber der Händler müsse es dem Kunden einfach machen, seine Wahl zu treffen.

Mitarbeiter sind kostbar

Zu Futtermittelrecht, Anforderung an die Kennzeichnung von Tierfuttermitteln und daraus folgender Verantwortung für die Wertschöpfungskette in der Heimtierbranche sprach **Dr. Sabine Kruse**, Regierungsdirektorin a. D. „Jeder ist verantwortlich für das, was er sich ins Regal stellt“, machte sie deutlich.

Schließlich gab Kommunikationsexpertin **Daniela Ben Said** Tipps zur Mitarbeiterführung und zum Arbeitgebermarketing. Weil gute Mitarbeiter immer schwieriger zu finden seien, sagte sie: „Wir können uns schlechte Führung nicht mehr erlauben“. Eine positive Haltung, klare Ansagen, ein sicherer Rahmen und Wertschätzung seien die Zutaten für eine gute Bindung der Mitarbeiter.

Am Mittwochmorgen ging es digital weiter: **Volker Wissmann** vom Vorstand der Online Software AG zeigte auf, wie multimediales Marketing im Einzelhandel funktionieren kann. Dazu hatte er viele Beispiele aus der Praxis mitgebracht. „Verkaufen mit digitalen Medien ist möglich“, sagte er und versuchte in seinen Ausführungen eine Brücke von der Technologie zur Heimtierbranche zu schlagen. Zwar sei für den Zoofachhandel nicht alles adaptierbar. Aber in bestehenden Strukturen zu verharren, wenn sich gleichzeitig das Umfeld stark verändert, sei nicht erfolgsversprechend, so Wissmann. So könne die Heimtierbranche möglicherweise die Idee tierwohl.tv aufgreifen: Dabei werde Kunden am Point-of-Sale per LiveTV ein Einblick in die Haltungsbedingungen und Lebensverhältnisse von Nutztieren gegeben. Ein Beispiel, das zeigt, dass über digitale Lösungen auch Emotionen vermittelt werden können.

Kluge Katzenklos

Wie die Technik nicht nur in den Handel, sondern immer mehr auch in das einzelne Produkt Einzug hält, machte **Kathleen Speichert** von Sure Petcare deutlich. Die Tierhaltung sei im Wandel, der Trend zur Humanisierung von Tieren wecke auch neue Bedürfnisse bei Haltern, sagte sie. Zudem seien gerade jüngere Menschen sehr technik-affin. Der Nutzwert von Pet Tech ziele meistens auf die Tiergesundheit, die Unterhaltung der Tiere oder den Komfort für den Tierhalter ab. Schon heute gibt es intelligente Katzenklos, die wissen, wann sie sich selbst reinigen müssen. Oder sogenannte Aktivitätstracker, die mittels einer App auf dem Handy Alarm schlagen, wenn sich der Hund häufiger als gewöhnlich kratzt. Dem Erfindungsreichtum in den Abteilungen der Produktentwickler scheint keine Grenzen gesetzt zu sein.

PRESSE - INFO

aus der Heimtierbranche



Zentralverband
Zoologischer
Fachbetriebe
Deutschlands e.V.

Pressestelle

Tel +49 (0)611 / 44 75 53-14

Fax +49 (0)611 / 44 75 53-33

Mail presse@zzf.de

www.zzf.de

Abdruck honorarfrei.
Belegexemplar erbeten.

Erfindungsreichtum müssen auch die Verpackungsingenieure in Zukunft beweisen. **Till Isensee**, Geschäftsführer von Tilisco Verpackungsmanagement, zeigte, dass Nachhaltigkeit ein immer wichtigeres Kauf-Kriterium für Kunden geworden sei. Studien zeigten, dass sich mittlerweile über 92 Prozent der Deutschen für Verpackungsthemen interessieren. Entsorger, Verbraucher und Gesetzgeber hätten allerdings oft unterschiedliche Vorstellungen davon, was nachhaltig sei. Für Hersteller gelte nach dem neuen Verpackungsgesetz insbesondere, dass Verpackungsvolumen und -masse auf das Mindestmaß begrenzt werden und Wiederverwendung oder Verwertung möglich ist. Till Isensee zeigte auch Beispiele von „Game-Changern“, die den Mut haben, neue Verpackungslösungen auszuprobieren. In spätestens 20 Jahren werde Klimaneutralität für jedes Unternehmen ein Muss sein, prognostizierte er.

So weit nach vorn schaute **Bernd Schmölzing** nicht. Der Zierfisch-Großhändler aus Oberfranken ist seit Jahrzehnten mit seinem Unternehmen EFS eine Institution in der deutschen Aquaristik. Im Gespräch mit Moderatorin **Antje Schreiber** vom ZZF blickte Schmölzing auch in die Zukunft und gab eine Einschätzung darüber, wie sich die Aquaristik in den kommenden Jahren entwickeln könnte. So verlangten viele Kunden nach immer größeren, individuell angefertigten Aquarien, die sich genau in das Wohnumfeld einpassen lassen. Seine Firma baue mittlerweile etwa 70 Sonderanfertigungen pro Woche, sagte der Unternehmer.

Schmölzing schaute aber auch zurück und ließ die Geschichte seiner Firma Revue passieren. In der Vergangenheit hat er das ein oder andere Mal mutige Entscheidungen getroffen; beispielweise baute er schon vor dem Trend den Meerwasserbereich im Unternehmen aus und profitiert heute von der wachsenden Beliebtheit der Meerwasseraquaristik.

Das nächste ZZF-Forum der Heimtierbranche findet statt vom 2. bis 3. März 2021.

Pressekontakt:

Antje Schreiber
Tel. 0611 447553-14

presse@zzf.de