



PRESSEMITTEILUNG

Heimtierbedarf: Fachhandel muss sich strategisch neu positionieren

IFH Köln ermittelt in Zusammenarbeit mit zookauf drei unterschiedliche Konsumententypen und leitet Handlungsempfehlungen ab

Köln, Hückeswagen, 01. Juli 2019 – Der stationäre Handel im Bereich Heimtierbedarf verzeichnete im vergangenen Jahr in Deutschland nur ein moderates Wachstum. Ganz im Gegensatz zum Onlinehandel, der weiterhin stark wächst und damit den Fachhandel zunehmend unter Druck setzt. Hinzukommt, dass nur ein Bruchteil der Heimtierbesitzer tatsächlich zufrieden mit dem stationären Einkaufserlebnis ist. Lediglich 13 Prozent stört beim Einkauf von Heimtierbedarf nichts. Aus diesem Anlass zeigt die neueste Studie „Quo Vadis, Zoofachhandel? Eine Untersuchung über Zielgruppen, Strategien und Zukunftsperspektiven des Zoofachhandels“ des IFH Köln, initiiert von zookauf, Auswege und Chancen für Fachhändler auf, um dem Wettbewerbsdruck standzuhalten und Kunden nachhaltig zu binden.

Relevante Touchpoints ermitteln und Strategie anpassen

Im ersten Schritt zeigt die Studie, dass der Informationsbedarf von Heimtierbesitzern groß und ihr Informationsverhalten vielschichtig ist. Durchschnittlich 4,3 verschiedene Infoquellen nutzen die befragten Konsumenten. Somit besteht ein großes Potenzial, die wichtigsten Touchpoints online und offline mit relevantem Content zu bespielen und den Kunden dort zu erreichen, wo er sich informiert. Neben Onlineshops einzelner Anbieter und Websites spielen dabei auch Plattformen wie Amazon, soziale Medien oder Onlinewerbung eine immer größere Rolle. Insgesamt gilt es als Fachhändler daher, auch Google, Facebook, Amazon und Co. in die Marketing- und Vertriebsstrategie zu integrieren.

Kundentypen kennen und individuell ansprechen

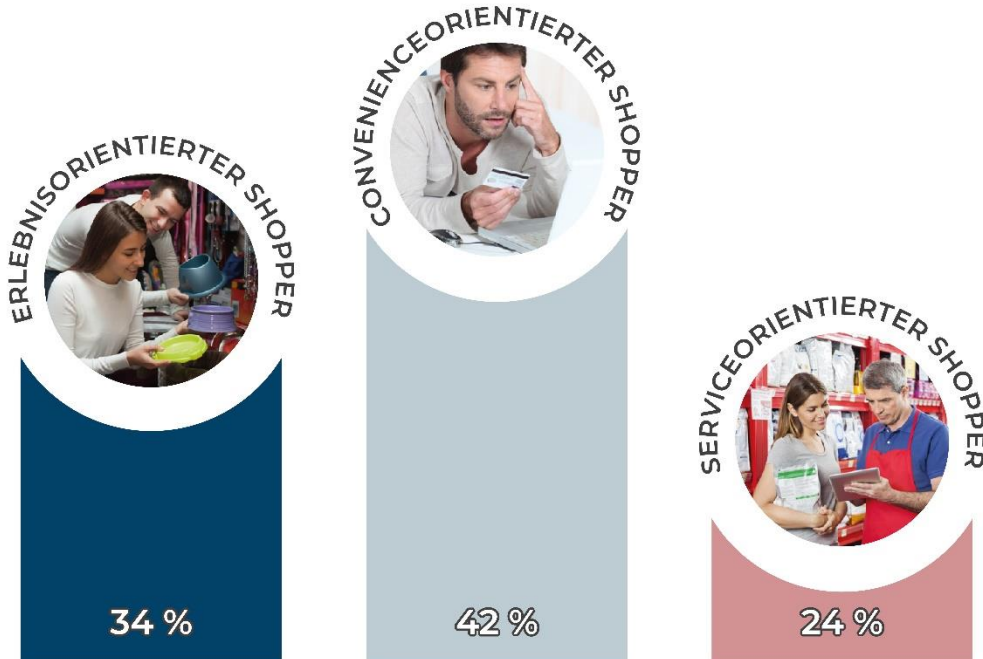
Um Kunden über diverse Touchpoints adäquat ansprechen zu können, müssen Händler ihre Kunden kennen. Im Rahmen der Studie wurden daher drei Konsumententypen im Heimtierbereich herausgebildet: Der erlebnisorientierte Shopper liebt es, neue Produkte auszuprobieren und nimmt sich gerne Zeit für den Einkauf. Der convenienceorientierte Shopper kauft vor allem online und nimmt Einkaufen im Geschäft als lästig und stressig wahr. Der für den Heimtier-Fachhandel interessanteste Typ ist der serviceorientierte Shopper. Dieser macht zwar nur 24 Prozent des Marktes aus, ist aber gleichzeitig der treueste Fachhandelskunde. Er findet eine ausreichende Beratung nur im Fachhandel und wünscht sich umfassende Zusatzservices.

Im Hinblick vor allem auf letzteren Typ könnte das Angebot mehrwertbringender Services bis hin zur Weiterentwicklung des Fachhandels zu einem Tierkompetenzzentrum – mit Angeboten wie einem Tierarzt oder Hundefriseur – eine strategische Maßnahme sein. Denn Fachhändler hätten somit die Chance, sich im direkten Kundenkontakt durch die Schaffung positiver Kundenerlebnisse vom Wettbewerb zu differenzieren und Kunden nachhaltig zu binden.

Wörter der Meldung: 375

Zeichen (inkl. Leerzeichen): 2.902

DREI KONSUMENTENTYPEN



DATENQUELLE: **IFH KÖLN** | GRAFISCHE UMSETZUNG: **T5 TAKEFIVE MEDIA GMBH**

Daten und Grafiken aus dieser Pressemitteilung dürfen nur im Rahmen journalistischer oder redaktioneller Zwecke genutzt werden. Die werbliche und kommerzielle Nutzung sowie Aufbereitung für eine vertragsbasierte Weitervermarktung ist untersagt. Dies gilt insbesondere für Statistikportale.

Über die Studie

Für die Studie „Quo Vadis, Zoofachhandel? Eine Untersuchung über Zielgruppen, Strategien und Zukunftsperspektiven des Zoofachhandels“ wurden im März 2019 1.000 Käufer von Heimtierbedarf (Futter, Snacks, Zubehör) online befragt. Die Stichprobe deckt die Heimtierbesitzer in Deutschland in Bezug auf die soziodemographischen Kriterien realistisch ab. Es handelt sich damit um repräsentative Umfrageergebnisse. Die Studie wurde von zookauf initiiert. Weitere Partner sind bosch, Dr.Clauder's, Hunter, Interquell, Sera Trixie sowie takefive-media.

Die Studie steht zum kostenlosen Download unter folgendem Link zur Verfügung:
<https://www.ifhkoeln.de/heimtier-studie>

Über das IFH Köln – Die Experten für Handel im digitalen Zeitalter

Als Brancheninsider liefert das IFH Köln Information, Research und Consulting zu handelsrelevanten Fragestellungen im digitalen Zeitalter. Das IFH Köln ist erster Ansprechpartner für unabhängige, fundierte Daten, Analysen und Strategien, die Unternehmen erfolgreich und zukunftsfähig machen. Durch die Betrachtung von Märkten, Kunden und dem Wettbewerb, bietet das IFH Köln einen 360°-Blick für die Strategieableitung bei handelsrelevanten Themen. In maßgeschneiderten Projekten werden Kunden bei strategischen Fragen rund um Digital-Strategien, bei der Entwicklung neuer Märkte und Zielgruppen oder bei Fragen der Kanalexzellenz unterstützt. Mit der Digital-Brand ECC Köln ist das IFH Köln seit 1999 im E-Commerce aktiv und bearbeitet Zukunftsthemen im Handel.

Weitere Informationen unter www.ifhkoeln.de

Pressekontakt:

IFH Köln
Melanie Günther
Unternehmenskommunikation
+49 (0) 221 943607-23
m.guenther@ifhkoeln.de

Über die Zooma-/ zookauf-Kooperation:

Die Kooperation der Zooma Zoofachmarkt Beteiligungs GmbH mit Sitz in Hückeswagen und der egesa-zookauf eG mit Sitz in Gießen entwickelt und vermarktet individuelle Konzepte für den Zoofachhandel in Deutschland. Rund 500 stationäre Fachhändler, Multi-Channel-Anbieter und Online-Shops der Heimtierbranche arbeiten mit der Systemzentrale zusammen. Leistungen sind u. a. die permanente Entwicklung des Sortiments, ein zentraler Wareneinkauf, eine gemeinschaftliche Werbung sowie die regelmäßige Betreuung durch den Außendienst und Ansprechpartner der Zentrale.

Gerade Fachhändler, die auf ihre Persönlichkeit und Individualität bedacht sind und dennoch die Stärken der Gemeinschaft nutzen wollen, finden in dieser Kooperation zahlreiche Möglichkeiten der Zusammenarbeit. Der Leitspruch der Kooperation „dauerhaft, planbar, kooperativ“ steht seit rund 25 Jahren für das Selbstverständnis und die einvernehmliche Zusammenarbeit mit Geschäftspartnern der Gruppe.

Weitere Informationen unter www.zooma.de sowie www.zookauf.de

Pressekontakt:

takefive-media GmbH
Stephan Schlüter
+49 (0) 2192 79 195 775
stephan.schlueter@takefive-media.de