

Tier & Natur



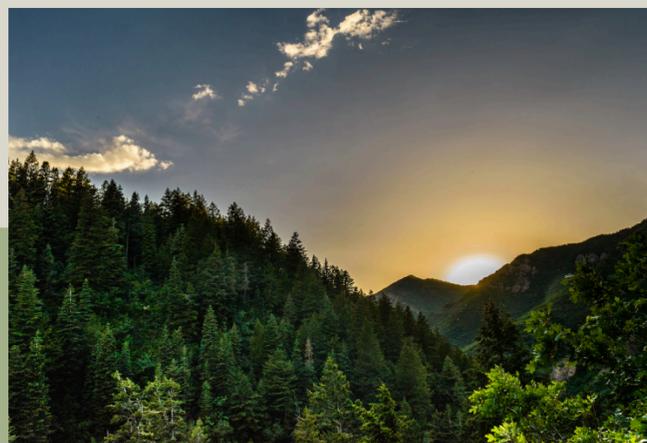
Mensch - Natur - Tier
Eine Symbiose von der Natur
gegeben
Umgesetzt in einer Vision
vorangetrieben zum
Wachstum und Erfolg



Sehr geehrte Damen und Herren,
liebe Kolleginnen und Kollegen,
wir leben in Zeiten des Umbruchs – für Sie, für mich,
für unsere Branche. Der stationäre Zoofachhandel,
dieser alteingesessene Pfeiler unseres Einzelhandels,
steht am Scheideweg. Wir sehen sinkende
Besucherzahlen, steigende Kosten, schwindendes
Vertrauen und eine Profitabilität, die unter Druck ist.
Ich bin hier, weil ich glaube, dass wir nicht nur
reagieren, sondern gestalten können. Und ich möchte
Ihnen heute zeigen: Es gibt Hoffnung – und sie ruht auf
konkreten Daten und auf der Chance, die Grow-
Produkte uns bieten.



an die Vertreter des
stationären
Zoofachhandels





Die Situation in Zahlen

Die Situation in Zahlen

Damit Sie wissen, wovon ich spreche, hier einige Fakten:

- Die deutsche Heimtierbranche macht heute über 7 Milliarden Euro Umsatz jährlich – das schließt Tiernahrung, Zubehör und Heimtierbedarf mit ein.
- Davon entfallen über 5,4 Milliarden Euro auf den stationären Fachhandel und Lebensmitteleinzelhandel.
- Der Onlinehandel wächst zweistellig: etwa +14,5% gegenüber Vorjahr.
- Allein Katzenfutter erwirtschaftet im stationären Handel etwa 2,285 Milliarden Euro; Hundefutter liegt bei ca. 1,76 Milliarden – allerdings mit teilweise rückläufiger Tendenz.
- Der stationäre Zoofachhandel verlor zuletzt über 188 Millionen Euro Umsatz im Vergleich zum Vorjahr.
- Es gibt in Deutschland derzeit etwa 2.500 bis 3.300 Zoohandlungen – je nach Quelle.
 - Ein Teil davon sind Filialen großer Ketten, ein großer Teil sind selbstständige Fachgeschäfte.

Diese Zahlen zeigen gleichzeitig: Der Markt ist riesig – und er schrumpft nicht gleichmäßig über alle Segmente. Einige Warengruppen sind stabil oder wachsen, andere erodieren. Das bietet sowohl Risiko als auch Gelegenheit.

Ihre Chance mit Grow-Produkten

Worauf es jetzt ankommt – Ihre Chance mit Grow-Produkten

Inmitten dieser Entwicklungen erscheint mir klar: Die traditionelle Produktpalette vieler Zoofachgeschäfte lebt zu sehr von Artikeln, die leicht online abbildbar sind – Kratzbäume, große Volieren, sperriges Zubehör. Diese Produkte kosten Fläche, Lager, Kapital – und liefern kaum Margen, wenn sie online bei Preisvergleichen verlieren. Diese Art Fläche füllt Ladenlokale – aber sie wächst nicht.

Doch gleichzeitig sehen wir:

- Versandbeschränkungen, Gewichtslimits und zusätzliche Gebühren im Paketversand machen den Onlinehandel mit manchen Grow-Produkten zunehmend unattraktiv oder riskant.
- In Großstädten sind GrowShops (spezialisiert auf Equipment, Beleuchtung, Substrate etc.) oft dünn gesät – trotz steigender Nachfrage.
- Der stationäre Handel hat ein unschlagbares Asset: die Nähe zum Kunden, Beratungskompetenz, sofort verfügbare Ware und die Erlebnismöglichkeit – Dinge, die Online nicht bieten kann.



Jetzt handeln – mit Leidenschaft und Strategie



Schreiben Sie Ihr Sortiment neu:

Schauen Sie genau hin – was füllt Fläche, ohne Gewinn zu bringen?
Tauschen Sie diese Positionen aus gegen Grow-Produkte:
Beleuchtungssysteme, geeignete Substrate, Ventilation, Abdeckungen,
kleine Indoor-Gewächshauslösungen – Produkte mit technischer
Komponente, hohem Mehrwert und Beratungserfordernis.

Kooperationen eingehen:

Laden Sie regionale Akteure hinzu: Blumenhändler, Gärtnereien,
lokale Grow-Enthusiasten. Teilen Sie Ladenflächen, teilen Sie
Expertise, kombinieren Sie Sortimente. Pflanzen und Tiere gehören
zusammen – warum nicht auch im Handel?

Regionalität stärken:

Nutzen Sie Produkte aus Europa, wenn möglich – Niederlande,
Spanien, Frankreich führen bei hochwertigen Grow-Produkten. Das
reduziert Transportkosten, Verzögerungen, Lieferrisiken durch
wechselnde Zölle oder Handelsroutenprobleme.

Kundenbindung durch Erfahrung:

Bieten Sie Workshops, Beratung, Vor-Ort-Demos. Wenn ein Kunde
sehen kann, wie eine Grow-Lampe wirkt, wie Belüftung sinnvoll
eingrichtet wird – das lässt sich nicht online ersetzen.

Warum das langfristig entscheidend ist



Ich möchte, dass Sie sich bewusst machen: Der globale Markt unterliegt enormen Unsicherheiten – Pandemie, Lieferkettenunterbrechungen, politische Instabilitäten, neue digitale Währungen. Weniger Abhängigkeit von Fernost, von langen Transportwegen, von externen Risiken – das gibt Stabilität.

Wenn Sie heute Grow-Produkte in Ihr Sortiment bringen, setzen Sie nicht nur auf kurzfristige Umsätze. Sie etablieren sich als zukunftsfähiges Unternehmen in einem sich wandelnden Markt. Sie schaffen Mehrwert – und Sie halten die Verbindung zu Ihren Kunden.

Meine Damen und Herren, die Daten sprechen eine klare Sprache: Unser Markt ist groß – aber er verändert sich. Der stationäre Zoofachhandel verliert derzeit Marktanteile, aber er hat Chancen wie selten zuvor. Wer bereit ist, alte Regale umzubauen, Kooperationen zu wagen, regional zu denken und technische Produkte clever zu integrieren, kann nicht nur überleben – er kann aufblühen.

Lassen Sie uns diese Chance ergreifen – mit Verstand, mit Herz und mit Mut. Für den Zoofachhandel, der heute nötig ist und den Markt, den wir morgen bauen wollen. Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit. Ich freue mich auf den Austausch mit Ihnen – auf Ihre Ideen, Ihre Fragen, Ihre Energie.



Schlusswort

Thank You.



Contact Us



+49 152 3204 1151

mjmanufaktur.com

info@mjmanufaktur.com