



Wiesbaden, 7. April 2025 / pmf 0525

## „Positive Erlebnisse schaffen“: ZZF-Forum zeigt, wie Kunden zu Fans werden

Über 170 Branchenmitglieder nahmen am Kongress des Verbandes der Heimtierbranche ZZF (Zentralverband Zoologischer Fachbetriebe e.V.) teil

In einer Zeit der Polykrisen und Unsicherheit freuen sich Unternehmen, Marken und Händler über treue Fans, die begeisterte Multiplikatoren sind. Das ZZF-Forum der Heimtierbranche 2025 setzte sich daher mit der Frage auseinander, wie der Zoofachhandel zur „Fankurve“ wird: Wie können Unternehmen dazu beitragen, dass Kunden zu überzeugten Fans werden – und auch bleiben?

Das ZZF-Forum hat bereits viele „Fans“, wie ZZF-Präsident Norbert Holthenrich bei seiner Begrüßung mit Blick über den voll besetzten Tagungssaal hervorhob: Über 170 Teilnehmerinnen und Teilnehmer kamen am 1. und 2. April nach Niedernhausen. In zehn Vorträgen und Interviews sowie beim gemeinsamen „Themen-Café“ ließen sich Zoofachhändler, Großhändler, Dienstleister und Hersteller der Heimtierbranche inspirieren.

**Sylvia Tasto**, Senior Consultant bei NielsenIQ, gab anhand von Marktforschungs- und Verbraucherdaten zum Segment Tiernahrung einen Überblick über das Konsumklima. Trotz stabiler Umsätze durch einen Preisanstieg im letzten Jahr ist die Nachfrage nach Heimtiernahrung rückläufig und eine Erholung momentan nicht in Sicht. Verluste aus der Nachfrage wurden vor allem kompensiert über Umsatzsteigerungen aufgrund von Marken-Promotion und durch Sortimentserweiterungen. Die Chance für den stationären Handel sei, wie Tasto ausführte, die Sehnsucht der Verbraucher nach positiven Erlebnissen: „Je höher die emotionale Bindung und die Erinnerbarkeit einer Marke, desto erfolgreicher ist sie.“

Die Customer Experience werde im dynamischen Heimtiermarkt immer wichtiger, machte auch **Klaus Lahrmann** in seinem Beitrag deutlich. Der Geschäftsführer von Bosch Tiernahrung verwies auf die vielfältigen Potenziale, die der Einsatz von Künstlicher Intelligenz zur Anbahnung und Intensivierung der Kundenbindung bietet.

Wie der Zoofachhandel mit „Culture Spaces“ attraktive Erlebnisräume schaffen kann, erläuterte **Daniel Schnödt**, Geschäftsführer des Beratungsnetzwerks Teamscio. Schnödt stellte erfolgreiche „Mixed use“-Ladenkonzepte vor, die ein breites Publikum anziehen, weil sie neben intensiver Fachberatung echte Erlebnisse bieten und zum Beispiel durch „kreative Kollision“ beim Angebot für Überraschung sorgen.

Pressestelle ZZF  
Mainzer Straße 10  
65185 Wiesbaden  
Germany

+49 611 447 553-13  
+49 611 447 553-14  
presse@zzf.de  
www.zzf.de



Zentralverband  
Zoologischer  
Fachbetriebe  
Deutschlands e.V.

Pressestelle ZZF  
Mainzer Straße 10  
65185 Wiesbaden  
Germany

+49 611 447 553-13  
+49 611 447 553-14  
presse@zzf.de  
www.zzf.de

Diese „kreative Kollision“ können die Kunden von **Christoph Silberschmidt** bereits erleben: Sein modernes Fachgeschäft Aquatrend im Schweizer Cham ist mit Designermöbeln und Kunstwerken eingerichtet. Im Interview mit ZZF-Moderatorin Antje Schreiber erzählte Silberschmidt von seiner Leidenschaft für die Aquaristik und seinem Erfolgsrezept im Einzelhandel: „Immer wieder ausprobieren und fokussieren.“ Bei Aquatrend liegt dieser Fokus darauf, eine freundschaftliche Beziehung zum Kunden aufzubauen und sie zusätzlich mit Events wie Aquascaping-Vorführungen zu überraschen und zu binden.

Beim anschließenden **Themen-Café** war die Inspiration aller Teilnehmer gefragt. Aufgeteilt in zwei Themengruppen diskutierten sie zum einen, wie die Branche ein einzigartiges und sinnliches Erlebnis im Zoofachhandel bieten kann. Zum anderen, wie sie Sachkunde vermitteln und Emotionen bei (potenziellen) Tierfans wecken kann.

Welche positiven Effekte die Beziehung zwischen Mensch und Heimtier haben kann, belegte die Umfrage, die **Florian Schalke** von Zoetis vorstellte: 89 Prozent der Tierhalter weltweit gaben im Human-Animal Bond Report 2024 des Unternehmens an, dass Bello & Co. ihre Gesundheit positiv beeinflussen. Aufgabe der Branche sei laut Schalke, ein Bewusstsein für die Vorteile der Mensch-Tier-Beziehung, ebenso für die Hürden wie steigende Tierarztkosten, zu schaffen und diese selbstbewusst zu kommunizieren.

Eine Hürde für die Heimtierhaltung sind auch Regularien auf EU-Ebene: Im Interview berichtete **Nathalie Gamain**, General Secretary der European Pet Organization (EPO) von Verordnungen, die derzeit in Brüssel verhandelt werden. Bei der aktuellen Diskussion um die Einführung einer Positivliste für Heimtiere sollte die Branche vor Politik und Öffentlichkeit daher mit „einer Stimme sprechen“.

Die EPO wurde am 1. April 1990 gegründet, als Gründungsmitglied gratulierte der ZZF auf der Bühne zum 35-jährigen Jubiläum. ZZF-Geschäftsführer Gordon Bonnet betonte, dass die Arbeit der EPO angesichts der politischen Herausforderungen zunehmend an Bedeutung gewinne.

Austausch, Interaktion, Gemeinschaft: Am zweiten Tag des ZZF-Forums stellte Geschäftsführer **Jan Wittmann** seine Plattform Dogorama vor, die 850.000 Hundehalter, die „Dogoramer“, miteinander vernetzt. Die Chancen von virtuellen Communitys bestehen für Wittmann in der emotionalen Bindung der Nutzer und ihrer Loyalität zur Marke sowie der Authentizität und Glaubwürdigkeit. „Wir müssen Teil der Community werden, damit die Community Teil von uns werden kann.“

„Reputation ist ein fragiles Gut“, leitete Rechtsanwalt Dr. Oliver Stegmann seinen Vortrag ein. Als Gründer der Plattform FAKEaway.de erlebt er häufig, welche Folgen schlechte oder gefakte Bewertungen für Unternehmen haben können. Die Anonymität im Netz senke die Hemmschwelle und mache die Kritik freizügiger.

# PRESSE-INFO

aus der Heimtierbranche



Zentralverband  
Zoologischer  
Fachbetriebe  
Deutschlands e.V.

Pressestelle ZZF  
Mainzer Straße 10  
65185 Wiesbaden  
Germany

+49 611 447 553-13  
+49 611 447 553-14  
presse@zzf.de  
www.zzf.de

Stegmann zeigte rechtliche Möglichkeiten auf, wie sich Unternehmen wehren können.

Wie der Zoofachhandel vom „Hühner-Boom“ profitieren kann, illustrierte **Alexander Pongratz**, Bereichsleiter beim Familienunternehmen Albert Kerbl, das seit 2022 mit „Kerbl Hobbyfarming“ eine eigene Marke für das Segment eingeführt hat. Das zunehmende Interesse besonders jüngerer Menschen am Hobbyfarming, also der „Haltung von Nutztieren zur Selbstversorgung und aus Liebhaberei“, wie Pongratz definierte, „bietet dem Zoofachhandel mit durchdachten Konzepten sowohl stationär als auch online ein nachhaltiges Marktumfeld.“

Zum Abschluss des ZZF-Forums gab **Andreas Gensch** dem Publikum Eindrücke in die Entstehung von HeyPet. Der Geschäftsführer des 2023 gegründeten Anbieters für Katzennahrung im Premiumsegment berichtete von der ersten Idee bis zur Entwicklung und Einführung der Marke und gab Ausblicke auf zukünftige Pläne.

Das nächste ZZF-Forum findet am 17. und 18. März 2026 in Niedernhausen statt.

## Pressekontakt:

Antje Schreiber, Bereichsleitung Kommunikation ZZF/WZF  
Tel +49 (0)611 / 44 75 53-14

Stefanie Klinge-Engelhardt, PR-Referentin  
Tel +49 (0) 611 / 44 75 53-13  
[presse@zzf.de](mailto:presse@zzf.de)

## Wer ist der ZZF?

Der Zentralverband Zoologischer Fachbetriebe e.V. (ZZF) vertritt die beruflichen, wirtschaftlichen und sozialpolitischen Interessen der gesamten deutschen Heimtierbranche. Zu den Mitgliedern zählen Betriebe und Systemzentralen des Zoofachhandels, Großhandelsunternehmen, Züchter, Heimtierpfleger im Salon und Hersteller von Heimtierbedarf. [www.zzf.de](http://www.zzf.de)