



Wiesbaden, 23. März 2026 / pmf 0426

Emotion als Marke, KI als Chance: ZZF-Forum der Heimtierbranche

Beim ausverkauften ZZF-Forum der Heimtierbranche am 17. und 18. März 2026 in Niedernhausen stand die Kundenreise im KI-Zeitalter im Fokus. Mehr als 200 Führungskräfte und Branchenkenner tauschten sich zu Trends im Heimtiermarkt und Erfolgsfaktoren des Zoofachhandels aus.

Die Geschäftswelt ist derzeit geprägt von geopolitischen Umbrüchen, von Unsicherheiten in globalen Märkten und gefordert durch neue Technologien, die eigenständig Entscheidungen vorbereiten oder sogar treffen. Und mittendrin: die Heimtierbranche. Das zweitägige ZZF-Forum „Mit Hirn, Herz und KI“ gab mit Vorträgen und Interviews vielseitige Impulse, wie die Heimtierbranche in diesem veränderten Marktumfeld Schritt halten kann.

Am 17. und 18. März 2026 hatte der ZZF – Zentralverband der Heimtierbranche dazu nach Niedernhausen eingeladen. Der mit mehr als 200 Teilnehmern aus allen Handelsstufen der Heimtierbranche ausverkaufte Kongress beleuchtete die Marktsituation mit ihren aktuellen Trends und weitete den Blick für neue Wege auf der Kundenreise im KI-Zeitalter. Die Referentinnen und Referenten hoben dabei auch immer wieder die Stärken des Zoofachhandels hervor: Beratung, Vertrauen und Emotion.

Die Kundenreise im KI-Zeitalter

Der Auftakt zum Forum kam aus der Softwarebranche: **Hartmut König**, CTO Central Europe bei Adobe, führte aus, dass KI jede Branche verändern werde! Für viele Heimtierhaltende sei KI bereits der erste Touchpoint: „Die Hälfte der Interaktionen finden, noch vor dem Klick auf die Website, in der KI-gestützten Oberfläche statt.“ König erörterte, wie Unternehmen ihre Sichtbarkeit bei Google & Co. erhöhen, und nannte zentrale Aspekte des „Agentic Web“, also von KI-Systemen, die mehrstufige Aktionen ausführen und im Rahmen definierter Experiences autonom handeln.

Ob im Fachhandel oder online, Kundinnen und Kunden erwarten heute auf allen Wegen ihrer Kundenreise konsistente und personalisierte Erlebnisse. **Marcel Bersch**, Geschäftsführer von ZooRoyal, sprach in seinem Vortrag über die Multi-Channel-Strategie der Rewe-Tochter, die über alle Kanäle hinweg eine nahtlose Customer Journey verspricht.

Dass auch die Industrie den Weg des Multi-Channels einschlägt, zeigt das Beispiel Hunter. Als Hersteller von Accessoires für Hunde, Katzen und Pferde bewegt sich das Unternehmen zwischen Qualität, Tradition und neuen

ZZF – Zentralverband
der Heimtierbranche e.V.
Pressestelle
Mainzer Straße 10
65185 Wiesbaden
Germany

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

PRESSE-INFO

aus der Heimtierbranche



Märkten, wie **Jan Oßenbrink**, Co-Geschäftsführer der Hunter Group, im Interview mit Moderatorin Antje Schreiber ausführte. Der Kulturwandel, so Oßenbrink, fordere zudem einen offenen Umgang mit KI, die mehr Ressourcen für wertschöpfende Tätigkeiten freisetze.

Was verbindet die Rolling Stones mit dem Einzelhandel? Mehr als man denkt, lautete die Antwort von **Carsten Markus**, Head of Brands bei der Sagaflor: „Verliere nie deinen Markenkern, aber verschließe auch nicht die Augen vor Innovation.“ Dabei machen laut Markus Vertrauen, Kompetenz („Der Verkäufer auf der Fläche wird zum Influencer“) und Erlebnis den Erfolg des stationären Fachhandels aus.

Statt beträchtliche Ressourcen für die Marktforschung aufzuwenden, können Unternehmen die Bewertungen bei Google als operative Kennzahlen nutzen. Gründer **Tim Burghardt** stellte mit BetterReply ein KI-gestütztes Tool vor, das Bewertungen personalisiert beantwortet, um Feedbacks zu erhöhen und Ratings zu verbessern, was auch die Kundenbindung stärkt. Die Unternehmen können mit BetterReply auf Basis der Bewertungen analysieren, warum Kunden unzufrieden sind und wie sie, zum Beispiel bei Service oder Sortiment präzise gegensteuern können.

KI steht aktuell ganz oben auf der Agenda vieler Unternehmen – doch lohnt sich der Einsatz wirklich? Immerhin lässt sich bei 95 Prozent der Pilotprojekte kein messbarer Mehrwert feststellen, so zitiert **Julian Posmeck** eine MIT-Studie. Der KI- und Automationsberater für den Mittelstand zeigte anhand eines 4-Faktoren-Modells auf, wie Unternehmen relevante Use Cases identifizieren: Entscheidend seien neben Häufigkeit und geschäftlichem Nutzen des jeweiligen Prozesses auch die vorhandene Datenbasis sowie die Fehlertoleranz der Anwendung, in der KI echten Mehrwert stiften soll.

In sozialen Medien werden Entscheidungen – anschauen oder weiterscrollen – innerhalb von Sekunden emotional getroffen, lange bevor rationale Argumente greifen. **Tasja Rogowski**, Geschäftsführerin der Werbeagentur plantamedium, führte aus, wie sich Erkenntnisse des Neuromarketings für erfolgreiches Storytelling auf Social Media einsetzen lassen: So erhöhen etwa Geschichten, die mit Cliffhanger überraschen oder unser Empathie-Netzwerk aktivieren, Aufmerksamkeit und Erinnerungsleistung deutlich.

Den Markt beleben

Am zweiten Tag des ZZF-Forums rückten Konsumtrends der Branche in den Blick: Als Hersteller im Bereich Aquaristik, Gartenteich und Terraristik will sera im schrumpfenden Marktumfeld neue Zielgruppen ansprechen.

**ZZF – Zentralverband
der Heimtierbranche e.V.**
Pressestelle
Mainzer Straße 10
65185 Wiesbaden
Germany

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

PRESSE-INFO

aus der Heimtierbranche



Maximilian Deharde, Geschäftsführer der sera Gruppe, stellte eine Produktrange vor, die naturaffinen Kunden ohne Vorwissen, ohne hohe Kosten- und Pflegeaufwand einen Einstieg in das Segment Gartenteich und Tiere im Garten bietet.

Zwischen wachsender Verunsicherung auf Kundenseite und steigenden Erwartungen eröffnen sich neue Chancen für Premiumprodukte und hochpreisige Luxusmarken. Wie Beratung im Spannungsfeld von Preisorientierung und Qualitätsanspruch gelingt und warum der Zoofachhandel seinen Servicegedanken gezielt stärken muss, berichtete Verkaufsprofi **Oliver Simon**, Leiter der Agentur für Umsatzplus, im Interview mit Antje Schreiber.

Tiergesundheit als strategischer Vertriebsvorteil

Tierhaltende entwickeln sich zunehmend vom „Pet Parent“ zum „Gesundheitsmanager“, sie erwarten entsprechend mehr Produkte, mehr Beratung, mehr Services rund um die Tiergesundheit. Welchen Chancen sich daraus für eine zukunftsfähige Positionierung für Handel und Marken ergeben, machten drei Vorträge des ZZF-Forums deutlich.

78 Prozent der Halterinnen und Halter interessieren sich für Produkte, die zur Verlängerung der Lebensspanne ihres Heimtieres beitragen. **Katrin Zimmermann**, Inhaberin petxperts consulting, und **Antje Schünemann**, Beraterin für Petcare & F&B Marken, erklärten: „Präventive Gesundheit treibt Innovationen speziell im Petcare-Markt voran.“ Parallel zu Trends aus dem Humanbereich – „Longevity“ und „Healthification“ – eröffneten sich hier neue Potenziale für funktionale Ernährung, Supplements und Diagnostik. Verstärkt werde der Trend von einer zunehmenden „Humanisierung“ der Heimtiere und der gestiegenen Eigenverantwortung ihrer Halterinnen und Halter.

Tierhaltende greifen immer häufiger auf Alternativen zu kommerziellem „Standardfutter“ zurück. Dabei gibt es aber nicht die eine gute oder schlechte Ernährungsform für Hunde – das Futter muss bedarfsdeckend sein, erläuterte **Prof. Dr. Nadine Paßlack**, Fachtierärztin für Tierernährung und Diätetik, an der Ludwig-Maximilians-Universität München (LMU). In ihrem Überblick über aktuelle Trends in der Ernährung von Hunden und Katzen zeigte sie Vorteile und Risiken von Barfen, veganer Ernährung, insektenhaltigem Futter und Mikroprotein auf. Essenziell sei bei allen Formen eine objektive und fachkundige Beratung der Tierhaltenden. Bei alternativen Proteinen bestehe aufgrund der geringen Datenlage zudem mehr Forschungsbedarf.

Mit sorgfältig ausgewählten Produkten und kompetenter Beratung kann der Zoofachhandel das Thema Tiergesundheit nicht nur auf die Fläche bringen,

**ZZF – Zentralverband
der Heimtierbranche e.V.**
Pressestelle
Mainzer Straße 10
65185 Wiesbaden
Germany

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

PRESSE-INFO

aus der Heimtierbranche



sondern als strategischen Vertriebsvorteil nutzen. Tiergesundheit sei aber ein Vertrauensgeschäft und kein Impulskauf, betonte **Dr. Stefan Knoop**, Geschäftsführer von Vetfly. Daher erwiesen sich ein Sortiment, das nach Symptomen statt Marken sortiert ist, sowie gut geschulte Mitarbeitende als entscheidende Erfolgsfaktoren.

„Familientreffen der Branche“

Das ZZF-Forum war – neben allen inspirierenden fachlichen Impulsen – auch als Branchentreff wieder ein Highlight: Führungskräfte aus Fachhandel, Industrie und Dienstleistung schätzten besonders den Austausch – fast wie bei einem Familientreffen.

Das nächste ZZF-Forum der Heimtierbranche findet am 9. und 10. März 2027 in Leipzig statt.

www.zzf-forum.de

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

Wer ist der ZZF?

Der ZZF – Zentralverband der Heimtierbranche e.V. vertritt die beruflichen, wirtschaftlichen und sozialpolitischen Interessen der gesamten deutschen Heimtierbranche. Zu den Mitgliedern des Verbands zählen Betriebe und Systemzentralen des Zoofachhandels, Großhandelsunternehmen, Züchter, Heimtierpfleger im Salon und Hersteller von Heimtierbedarf.

www.zzf.de

**ZZF – Zentralverband
der Heimtierbranche e.V.**
Pressestelle
Mainzer Straße 10
65185 Wiesbaden
Germany

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