IMPRESSUM

MARKANT Magazin
63. Jahrgang
Erscheint einmal im Monat für Mitglieder und Partner der MARKANT

HERAUSGEBER
MARKANT AG, Pfäffikon (CH)
Internet: www.markant.com

KONZEPTION UND INHALT
Bernhard Delakowitz, Tel. +41 584502506
Renate Menner, Tel. +49 781 616-5273

REDAKTION
Steffi Simone Müller (Chefredaktion)
Tel. +49 7225 916-253
Uta-Caecilia Nabert, Tel. +49 7225 916-251

GRAFIK
Claudia Masino, Nadine Volz

MITARBEITER DIESER AUSGABE
Renate Menner, Bernhard Delakowitz, Bernd Liening, Brigitte Oltmanns, Sandra Rauch, Inka Stonjek

VERLAGSLEITER
Gabor Griego

ANZEIGEN
medialog GmbH & Co. KG

ANZEIGENVERKAUFSLEITER
Florian Castello, Tel. +49 7225 916-276

ANZEIGENVERKAUF
Björn Kleffner, Tel. +49 7225 916-272
Sevda Srna, Tel. +49 7225 916-278

ANZEIGENDISPOSITION
Tel. +49 7225 916-130

ANZEIGENPREISLISTE
Nr. 18, gültig ab 1.1.2018

EINZELVERKAUFSPREIS
€ 5,40

DRUCK
pva,
Druck und Medien-Dienstleistungen GmbH
Industriestraße 15
76829 Landau/Pfalz

VERLAG
medialog GmbH & Co. KG
Medienplatz 1
76571 Gaggenau
Tel. +49 7225 916-230
Fax +49 7225 916-290
Internet: www.medialog.de
E-Mail: medialog@medialog.de
ISSN 2197-4101

Für unverlangt eingesandte Manuskripte wird keine Haftung übernommen. Die Zeitschrift wird zum Monatsanfang ausgeliefert. Reklamationen über nicht erhaltene Hefte können beim Verlag nur innerhalb von drei Monaten nach der zuletzt fälligen Zustellung gestellt werden. Bei Nichtbelieferung ohne Verschulden des Verlages oder im Falle höherer Gewalt (z.B. Streik etc.) besteht kein Entschädigungsanspruch.
Gedruckt auf chlorfrei gebleichtem Papier.
©medialog GmbH & Co. KG, Gaggenau, Germany.

TITELBILD:

PRODUKTFOTOS: Hersteller

«Emotionale Entscheidung»

Tiere nehmen einen immer höheren Stellenwert innerhalb der Familie ein. Dieter Meyer, Leiter Werbung und Öffentlichkeitsarbeit bei Vitakraft, erklärt, was die Verbraucher vom Sortiment im Supermarkt erwarten.

Welcher ist Ihr Hauptvertriebskanal?
Dem Einkaufsverhalten der Heimtierhalter entsprechend ist auch für uns der klassische LEH der Hauptvertriebskanal.

Welchen Stellenwert nimmt Tierfutter im klassischen Supermarkt ein?
Tiere werden in fast der Hälfte aller Haushalte gehalten. Damit zählt Tiernahrung auch zu den Produkten des «täglichen Bedarfs». Immerhin werden knapp zwei Drittel dieses Bedarfs im klassischen Supermarkt gedeckt. Folglich ist eine prominente Platzierung in den zentralen Gangbereichen des Handels unerlässlich.

Wie kann sich der LEH gegenüber dem Fach- und Online-Handel profilieren?
Der LEH sollte regelmässig Neuheiten präsentieren und viele VKF-Massnahmen durchführen. So kann er anderen Vertriebskanälen starke Einkaufserlebnisse entgegensetzen. Heimtierprodukte müssen heute inszeniert werden, denn die Kaufentscheidungen in dieser Kategorie sind sehr emotionsgetrieben.

Was sind die Umsatztreiber im Regal?
Diese Rolle haben die Ergänzungsfutter dem Nassfutter als bisherigem Umsatztreiber abgenommen. Das Hauptfutter dient der Grundversorgung, während die Tierhalter sehr an Neuheiten und innovativen Snackartikeln interessiert sind. So geben etwa Hundehalter für die Kategorie Snack-Produkte schon mehr Geld aus als für Hundetrockenfutter.

Die Ansprüche an Tierfutter steigen. Was bedeutet dies für Industrie und Handel?
Den Verbrauchern wird das Wohl ihres Vierbeiners zunehmend wichtiger. Die Hersteller müssen folglich die Käufer durch Transparenz und Glaubwürdigkeit davon überzeugen, dass sie die individuellen Bedürfnisse ihrer Lieblinge erfüllen können. Der Handel profitiert ebenfalls davon, wenn er genau solche Produkte im Regal platziert.

Auf welche aktuellen Trends setzen Sie?
Wichtiger werden gesundheits- und naturorientierte Produkte, abgestellt auf die individuellen Lebensumstände der Tiere. Auch Herkunft und Qualität der Rohstoffe spielen eine grosse Rolle. Das Wachstum des Bereichs ist jedoch qualitativ getrieben. Dabei werden Individualisierung, Single-Serve, Nachhaltigkeit und conveniente Verpackung die Faktoren für zukünftiges Wachstum sein. □

IN KÜRZE

Vitakraft pet care GmbH

Gründungsjahr: 1837
Firmensitz: Bremen
Geschäftsführer: Hans-Ulrich Grimm, Heinz Gardewin, Dirk Strelow
Mitarbeiter: ca. 550 in Dtl., ca. 1600 international
Sortimente: Food- u. Non-Food für alle Heimtiere
Marke: Vitakraft

www.vitakraft.de

Foto: Unternehmen