

„Jeder dritte Kunde hat einen Hund oder eine Katze“

Im Markt hochqualitativer Futtermittel rangiert Royal Canin ganz weit oben. Aktuell intensiviert das Unternehmen die Präsenz in Baumärkten mit angeschlossenen Gartencentern. Kay Schönfelder, Key Account Manager bei der Royal Canin Tiernahrung GmbH & Co. KG in Köln, erläutert die Ziele des Unternehmens

dings deckt er bis zu 70 Prozent im LEH ab. Und genau dort ist Royal Canin nicht präsent und will es auch nicht sein. Somit bildet das Gartencenter eine hervorragende Kontaktstelle zu diesem Kunden.

diy: Welche Anforderungen müssen Outlets erbringen, um Royal Canin in ihrem Sortiment anbieten zu können?

langfristig qualitative Zusammenarbeit nicht erkennbar war. Gerade „High Interest“-Sortimente, und dazu zählt die Heimtiernahrung, erfordern eine besondere Aufmerksamkeit aller Beteiligten. Vor diesem Hintergrund ist es beispielsweise unabdingbar, dass der Fachabteilung eine entsprechende Fläche im Gartencenter zur Verfügung steht, Fachpersonal vorhanden ist und nicht zuletzt dem

diy: Welche Zielsetzung verfolgt das Unternehmen damit, die hochqualitative Tiernahrung über die vermeintliche Billigschiene Baumarkt anzubieten?

Kay Schönfelder: Lassen Sie uns an dieser Stelle erst einmal zwischen den klassischen Baumärkten und Baumärkten mit angeschlossenen Gartencentern unterscheiden. Ersteres kann logischerweise für uns nicht im Fokus stehen, denn die Sortimente sollten unbedingt aufeinander abgestimmt sein. Die Erlebniswelt Zoo kann sich auch viel effektiver im Gartencenter etablieren als neben dem typischen Baumarktsortiment. Seit mehr als zehn Jahren beschäftigen wir uns intensiv mit diesem Vertriebskanal, beobachten die Szene, entwickeln spezifische Module und schauen nicht zuletzt in andere Länder, wo beispielsweise in Frankreich fast alle großen Baumärkte mit angeschlossenen Gartencentern über entsprechende Heimtierabteilungen verfügen und



Royal Canin unternimmt zahlreiche Aktivitäten, um die Premiumlinien zu stärken. Hier der Messestand auf der Zooevent 2002 in Kassel.

damit hervorragende Umsätze generieren. In Deutschland dagegen integrierten gerade mal 20 Prozent der Baumärkte mit Gartencenter eine Heimtier-Fachabteilung. Die Zielsetzung für uns ist eindeutig: Mehr als jeder dritte Gartencenterkunde hat einen Hund oder eine Katze. Den Bedarf an Tiernahrung aller-

Schönfelder: Royal Canin hat vor vier Jahren einen Kriterienkatalog zur Platzierung der Premiummarken in Baumärkten erstellt, welcher bis heute Gültigkeit hat. Dieser Schritt war notwendig geworden, als Baumärkte das Sortiment unter ausschließlich quantitativen Aspekten präsentierten und somit eine

Verbraucher ein breites kompetentes Sortiment zur Verfügung steht. Darüber hinaus muss Royal Canin auf die konzeptionelle Darstellung seiner Produktlinien am POS bestehen, denn nur so kann der differenzierende Grundgedanke der High Nutrition Linie vermittelt werden. ▶

diy: Gibt es Reaktionen des klassischen Zoofachhandels auf das Baumarkt-Engagement von Royal Canin?

Schönfelder: Wenn Sie sich heute mal den Zoobereich in Baumärkten mit angeschlossenen Gartencenter anschauen, so finden Sie mittlerweile hochattraktive, kompetente und zu 100 Prozent fachhandelsadäquate Abteilungen vor, bei denen keine Unterschiede zum traditionellen Zoofachhandel zu erkennen sind. Nicht unerwähnt sollte an dieser Stelle sein, dass die Fachwelt ja bereits Zooabteilungen in Baumärkten mit Gartencenter akzeptiert hat. Aktuell nimmt der Zentralverband der zoologischen Fachbetriebe einige Unternehmen der Baumarktbranche auf und zertifiziert sie entsprechend. Somit hat eine offizielle Anerkennung bereits stattgefunden.

diy: Wird es eventuell sogar eine spezielle Produktlinie geben, die dann exklusiv in den Baumärkten vertrieben wird?

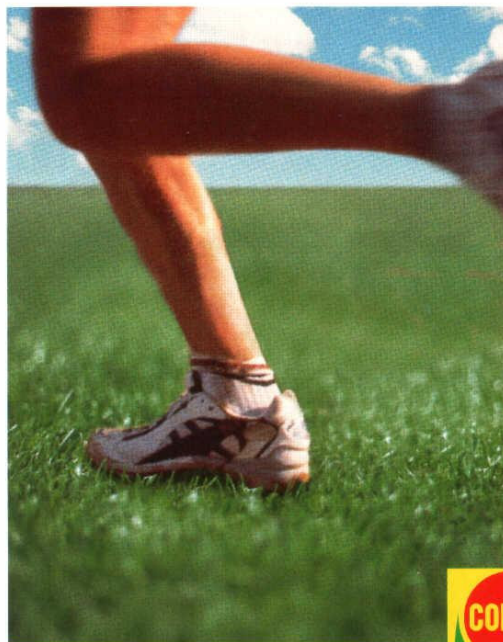
Schönfelder: Unsere Strategie ist auf die beiden Premiumlinien Size- und Feline Nutrition fokussiert. All unsere Handelspartner partizipieren an den enormen Aktivitäten, die Royal Canin unternimmt, um neue Verwender für den Fachhandel und damit auch für die Gartencenter zu gewinnen. Alleine im vergangenen Jahr erreichten wir mit unseren Anzeigenschaltungen – in 40 Titeln – über 123 Mio. Kontakte. Darüber hinaus führten wir zwölf hochinteressante Verkaufsaktionen im Fachhandel durch und veranstalten praktisch jeden Tag irgendwo in Deutschland eine Ernährungsberatung. All diese Maßnahmen würden somit an der Baumarktlandschaft vorbei gehen.

diy: Was sind Ihre langfristigen Erwartungen an die Baumarktbetreiber?

Schönfelder: Ich habe es schon mehrmals angedeutet: Heimtiernahrung ist ein sehr emotionales Segment, welches letztendlich nur mit großem Engagement und klarer Konzeption funktioniert. Es muss in ausreichend Fläche, Personal und Sortiment investiert werden. Wer dazu nicht bereit ist, sollte die Finger von dem Bereich Zoo lassen.

Aber noch mal: Gerade die Gartencenter sind zum Erfolg verurteilt. Beide Sortimente ergänzen sich hervorragend und die saisonale Unabhängigkeit der Tiernahrung sorgt das ganze Jahr über für Frequenz auf der Fläche. Was viele ja bereits ermittelt haben: Die Flächenproduktivität unserer Feline Nutrition Linie beispielsweise ist in großen Gartencenter-Abteilungen bis zu zehn Mal höher als der Durchschnittswert des Baumarktsortimentes. Unsere Erwartungen an

die Baumarktbetreiber konzentrieren sich also im Wesentlichen auf ein qualitatives Engagement, Ausschöpfen des bereits vorhandenen Kundenpotenzials und einer langfristig ausgerichteten Zusammenarbeit, welche sich letztendlich auch mit respektablen Margen ausbezahlt. Und abschließend sei noch erwähnt: Zur Rentabilität und Qualität gehört auch die Preispflege. □



Der Langzeit-Renner



Mit der Ausdauer eines Marathonläufers sorgt COMPO FLORANID® PREMIUM RASENDÜNGER für andauerndes Umsatzplus.

- Vorteil für Ihre Kunden: nur einmal düngen – 6 Monate Traumrasen ohne Moos und Unkraut
- Vorteil für Sie: Zusätzliches Umsatzpotential durch Ansprache einer neuen Zielgruppe
- Innovative PREMIUM-ISODUR-Technik
- 6 Monate Langzeitwirkung
- Einführungskampagne mit attraktiven Verkaufsförderungsmaßnahmen am POS



Kennen Sie einen, der länger düngt?