



# Beste **Freunde**

Familienmitglied, Begleiter oder Kumpel: Haustiere wie Hunde, Katzen und Co. nehmen im Leben vieler Menschen einen besonderen Platz ein. Und die Tierhalter lassen sich ihre vierbeinigen Lieblinge einiges kosten. Die Branche freut's

**B**einahe in jedem zweiten Haushalt in Deutschland lebt ein Haustier – Katze und Hund sind dabei nach wie vor die Spitzenreiter. 2017 waren es 34,3 Millionen Hunde, Katzen, Kleinsäuger und Ziervögel – und damit 2,7 Millionen mehr Heimtiere als noch ein Jahr zuvor. Das ist das Ergebnis einer repräsentativen Erhebung, die der Industrieverband Heimtierbedarf e.V. (IVH) und der Zentralverband Zoologischer Fachbetriebe Deutschlands e.V. (ZZF) beim Marktforschungsinstitut Skopos in Auftrag gegeben haben. Und die Besitzer scheinen für ihre Haustiere keine Kosten zu scheuen: So verzeichnete laut Studie die deutsche Heimtierbranche im Jahr 2017 einen Gesamtumsatz von 4,16 Milliarden Euro im Fach- und Lebensmitteleinzelhandel, hinzukommen noch 580 Millionen Euro aus dem Online-Markt. Futter, Snacks, Zubehör, Ausstattung, Spielzeug oder Pflege, die Liste der Marktsegmente ist lang. Dafür sei der stationäre Fachhandel weiterhin die erste Anlaufstelle. Im Vergleich mit dem europäischen Ausland steht Deutschland mit Ausgaben von zusammengefasst rund 4,8 Milliarden Euro auf Platz Zwei. Nur Tierliebhaber in Großbritannien gaben mit umgerechnet rund 5,3 Milliarden Euro im Jahr 2017 mehr für Heimtierbedarf aus. Der Markt verändert sich: Tierhalter achten zunehmend auf qualitativ hochwertige Produkte – besonders beim Tierfutter. Aber

auch abseits des Fressnapfes differenziert sich die Branche weiter und Produkte werden individueller. Die Nachfrage nach Dienstleistungen wie Hunde-Physiotherapien, Erste-Hilfe-Kurse für Hunde oder Tierbestattungen steigt. „Der Tiermarkt wandelt sich immer mehr zum Luxusmarkt“, beobachtet Tanja Doer, die sich in Bielefeld mit einem Hundesalon selbstständig gemacht hat (siehe Artikel auf S. 36).

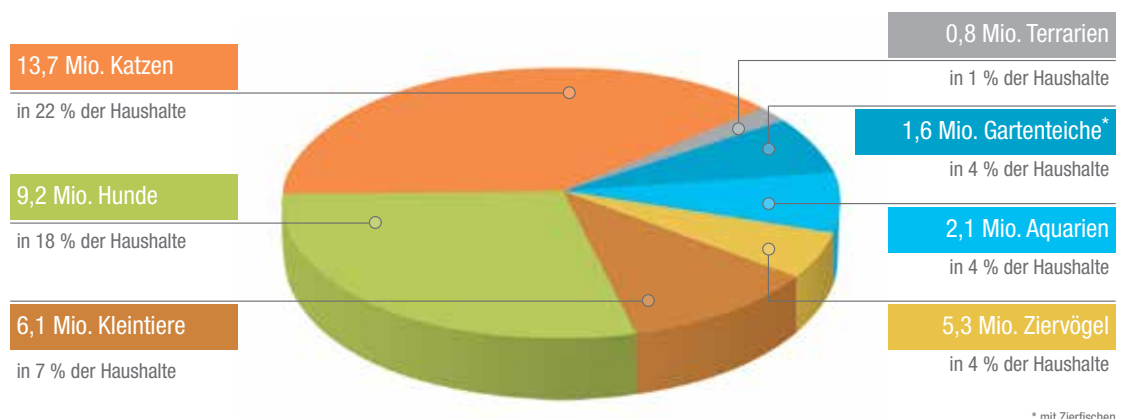
**AUSDAUER FÜR DOG-WALKING**

Tiere sind für viele längst Familienmitglieder und Sozialpartner. „Ob Familien oder Alleinlebende, Jung oder Alt: Tiere nehmen im Leben vieler Menschen eine zunehmend wichtige Rolle ein“, sagte Norbert Holthenrich, Präsident des ZZF, bei der Präsentation der Umfrageergebnisse. „Wissenschaftler stellen fest, dass das Leben mit Tieren ein über Jahrtausende gewachsenes natürliches Bedürfnis des Menschen ist.“ Dabei überträgt der Mensch seine Bedürfnisse, wie beispielsweise den Wunsch nach Individualisierung, zunehmend auch auf das eigene Haustier. Ebenso wirken sich veränderte Lebensbedingungen auf die Branche aus. Laut Studie des IVH und ZZF sei die Zahl der Heimtiere in Singlehaushalten auf 33 Prozent angestiegen, dies biete auch Potenzial für neue Geschäftsmodelle – etwa Dienstleistungen wie „Pet-Sitting“ und „Dog-Walking“, das Denise Lippek

## Heimtierhaltung

34,3 Mio. Heimtiere (ohne Zierfische und Terrarientiere) leben in Haushalten in Deutschland. In 45 Prozent aller Haushalte werden Tiere gehalten.

### Heimtiere in Haushalten in Deutschland



Quelle: Industrieverband Heimtierbedarf (IVH) e.V., Zentralverband Zoologischer Fachbetriebe Deutschlands e.V.



**Ausflug** Denise Lippek passt auf die Hunde anderer auf – „Dog-Sitting“ nennt sich das.

mit ihrer Tierbetreuung Spürsinn anbietet. Seit 2012 betreut die Steinhagenerin Hunde, Katzen und weitere Haustiere. Ihre menschliche Kundschaft ist dabei breit gestreut: „Manche Halterinnen und Halter sind 20, manche 85“, erklärt Lippek. „Bei den einen hat es mit ihrer Arbeitszeit zu tun, bei anderen Frauchen und Herrchen mit ihrer eigenen Mobilität.“

Entsprechend ausgeglichen ist auch das Verhältnis zwischen Stammkunden und Einzelterminen. Auch der Service variiert von Tier zu Tier: Während die Katzenbetreuung vor allem darin besteht, die Tiere während der Abwesenheit ihrer Besitzer „zu Hause“ zu besuchen und zu versorgen, ist beim Dog-Walking viel Ausdauer und vorausschauendes Handeln gefragt. Jeder Hund bringt seine eigene Persönlichkeit mit eigenen Bedürfnissen mit in die Gruppe. Je nach Wochentag gibt es feste Gruppen, die Denise Lippek erst mit ihrem eigens umgebauten Auto einsammelt, um dann um dann in täglich wechselnde Auslaufgebiete und Wälder zu fahren – und das bei praktisch jedem Wetter. Ihr eigener Labrador-Retriever Sancho ist immer mit dabei. „Manche Tiere führe ich jeden Tag aus, andere nur sporadisch nach Bedarf. Dabei steht auch oft der Geselligkeitsfaktor im Vordergrund. Viele Halter wissen mittlerweile, wie wertvoll Sozialkontakte sind und ermöglichen diese ihren Hunden, obwohl sie selbst die Zeit hätten“, erklärt Lippek. „Es kommt aber auch mal vor, dass sich jemand den Fuß gebrochen hat – dann muss der Hund natürlich trotzdem raus. Da lässt sich immer eine flexible Lösung finden.“

### PROFESSIONELLER SERVICE

Neukunden erreicht die Tierbetreuung Spürsinn vor allem über Empfehlungen. „Viele Kunden vertrauen mir schon seit langer Zeit, manche Hunde habe ich schon als Welpen betreut“, sagt Denise Lippek. „Da ist persönliche Wertschätzung natürlich die beste Werbung.“ Neben ihrer langjährigen Erfahrung besitzt die Steinhagenerin auch die erweiterte Sachkundeprüfung nach § 11 des Tierschutzgesetzes. Diese ist in einigen Bundesländern Voraussetzung bei der Arbeit mit Tieren, beispielsweise in Zoohandlungen, Tierheimen und –betreuungen sowie bei Züchtern. „In NRW ist diese Prüfung für Dog-walker noch nicht Pflicht, zukünftig jedoch wünschenswert“, erklärt die Hundefreundin, „denn auch, wenn eine große Portion Einfühlungsvermögen für diesen Job benötigt wird, so sollte wenigstens ein fachliches Grundwissen bestehen.“

Für Frauchen und Herrchen bedeutet die Inanspruchnahme einer Dog-Walkerin nämlich auch einen Vertrauensbeweis: „Für viele ist es so, als gäben sie ein Familienmitglied in fremde Obhut“, weiß Lippek. Entsprechend einfühlsam geht sie auf die verschiedenen Charakter der Hunde ein. „Es gibt auch Tiere, die nicht so gruppenkompatibel sind – da gibt’s dann auch mal Einzelbetreuung.“ Zwischen 16 und 25 Euro plus Anfahrt kostet ein Spaziergang pro Einsatz. 60 Minuten seien garantiert, doch gerade die Gruppenausläufe dauern auch schon mal zwei Stunden. Während die Nachfrage nach professioneller Tierbetreuung steige, sieht Denise



Lippek beim Angebot in Ostwestfalen noch Ausbaupotenzial. „Es gibt andere Dogwalker, mit denen man sich online austauscht oder auch vor Ort, um freie Kapazitäten zu verteilen. Aber in der Abdeckung ist da noch Luft nach oben – denn wenn das Tier für die Menschen ein Mitglied der Familie ist, dann will man dieses Mitglied während seiner eigenen Abwesenheit auch liebevoll und professionell betreut wissen.“

#### MIT HUND IDENTIFIZIEREN

Diese Wertschätzung für das Tier als Familienmitglied spiegelt auch die Kundschaft von Maria und Anne Schröder wider. Mit ihrer Boutique Hundekinder bieten sie seit dem Jahr 2017 Halsbänder und Leinen, Bekleidung, Schlafgelegenheiten und weitere Accessoires in der Bielefelder Altstadt an. Das Sortiment unterscheidet sich dabei bewusst von gängigen Produkten aus dem Zoofachhandel. „Vor allem für große Hunde ist es oft schwierig, etwas schickere und liebevollere Sachen zu bekommen, die aber auch nicht knallig-billig wirken, sondern wertig verarbeitet sind“, betont Anne Schröder.

„Viele Hundehalter identifizieren sich ja enorm mit ihrem Hund, da muss auch für das Tier die Qualität stimmen.“

Diese Qualität darf auch gern ihren Preis haben: „Es gibt Kunden, die geben etwa 200 Euro im Jahr für ihren Hund aus, Futter nicht eingerechnet“, erklärt Anne Schröder. „Und es gibt Kunden, die geben jährlich 2.000 Euro und mehr aus, allein für Accessoires.“

Markenfixierung spielt dabei dennoch eine eher untergeordnete Rolle. „Wenn die Kunden von der Qualität überzeugt sind, dann testen sie auch neue Produkte und ihnen unbekannt Marken, die auf dem deutschen Markt vielleicht noch gar nicht so geläufig sind.“ Entsprechend groß ist auch der Blickwinkel, mit dem das Hundekinder-Team den Markt beobachtet und Produkte auswählt. „Wir sind viel auf Messen unterwegs und gucken auch in die USA, was sich dort tut“, sagt Schröder. „Wir haben auch in Deutschland viele tolle Hersteller, die hochwertige Waren produzieren, aber in den Staaten ist das Angebot in diesem Bereich einfach um ein Vielfaches größer.“

#### PERSÖNLICHER KONTAKT UNERSETZBAR

Ein derart breites Angebot will jedoch auch mit guter Beratung ans Frauchen oder Herrchen gebracht werden. „Natürlich muss man heute das Online-Geschäft im Blick haben, aber für uns ist der persönliche Kontakt unersetzbar“, sagt Anne Schröder. „Viele unserer Kunden kaufen fast nur direkt nach persönlicher Beratung – und wenn sie beim Besuch merken, dass der Laden sehr voll ist, kommen sie auch zu einem späteren Zeitpunkt noch mal wieder.“

Seit dem Start vor knapp zwei Jahren konnte sich das Hundekinder-Team so bereits eine treue Stammkundschaft erarbeiten, die auch untereinander Verbindungen knüpft. „Da haben sich tatsächlich richtige Freundschaften entwickelt, alles über die gemeinsame Liebe zum Hund“, erklärt Schröder. Diese Vernetzung findet zunehmend auch online statt: Obwohl der eigentliche Shop noch in der Entwicklungsphase steckt, sorgen die Hundekinder-Auftritte auf Plattformen wie Facebook und Instagram bereits für viel Resonanz. „Viele Leute schreiben uns einfach so über Facebook an, Fragen nach Beratung und Produkten, und dann kann man sowas auch einfach mal per E-Mail abwickeln“, sagt Anne Schröder mit einem Lachen. „Ist zwar kein so ganz eleganter Online-Shop, aber es funktioniert.“

Star des Social-Media-Auftritts der Hundekinder ist Maria Schröders eigene Hundedame Mini. Als Staffordshire Terrier alles andere als ein Leichtgewicht, fühlt sich Mini in ihrer Rolle als Boutique-Hund und „Dogfluencer“ sichtlich wohl, wenn sie im Laden mit anderen Hunden spielen darf und von Kunden gestreichelt wird, die sie wiedererkennen. „Natürlich ist das super, wenn man die Produkte auch mal an einem so großen Hund sehen



**Dogfluencer** Staffordshire Terrier „Mini“ ist der Star der Hundekinder-Boutique in Bielefeld.

kann, der vielleicht dem eigenen Tier auch mehr ähnelt als ein kleiner Chihuahua oder White Terrier aus der TV-Werbung.“

### MEHR GELD FÜRS TIER

Einen „Haus-Hund“ treffen Kunden auch bei „Leckermaul“, Fachgeschäft für artgerechte Tiernahrung: Ice heißt der große weiße Hirten-Hund, sein Besitzer ist Arjan Bol. Der Unternehmer hält schon sein Leben lang Hunde. „Meine Eltern hatten immer einen Hund und ich später natürlich auch“, sagt der 57-Jährige. Seine frühere Tatra-Hündin gab auch den Anstoß für sein heutiges Fachgeschäft in Bielefeld-Schildesche. Der gebürtige Niederländer verkauft artgerechte Hunde- und Katzen-nahrung nach dem „BARF“-Prinzip. Das ist eine Ernährungsmethode, die die Fressgewohnheiten der wilden Vorfahren von Hund und Katze imitiert. Gefüttert wird rohes Muskelfleisch, Knochen, Knorpel, Innereien, Haut und Fell vom „Beutetier“. „Nachdem meine Hündin zum zweiten Mal Welpen bekam, ging es ihr gesundheitlich schlecht. Deshalb habe ich mich näher mit artgerechter Ernährung beschäftigt, um sie wieder aufzubauen und bin so zum ‚Barfen‘ gekommen“, sagt der heutige Geschäftsführer. Einige Jahre später entschied sich Bol, seinen Job als Produktmanager im Marketing aufzugeben und sich komplett auf seine Tier-Leidenschaft zu konzentrieren.

Ende 2012 eröffnete Bol das, nach seinen Angaben, erste Geschäft für artgerechte Tiernahrung in Bielefeld – damals noch am Siegfriedplatz. „Obwohl die Ostwestfalen

grundsätzlich erst einmal skeptisch sind, habe ich Leckermaul zum Erfolg gebracht.“ Inzwischen ist der Unternehmer mit seinem Geschäft an den Obersee gezogen und konnte seine Verkaufsfläche von 80 auf 200 Quadratmeter vergrößern. „Der Markt für artgerechte Tiernahrung hat definitiv Wachstumspotenzial. Dabei sollte Tierfutter vor einigen Jahren vor allem eins sein: möglichst günstig. In den vergangenen Jahren ist das Interesse der Halter an Alternativen zur industriellen Nahrung allerdings stark angestiegen.“ Inzwischen gebe es ein Umdenken sowohl in der Branche als auch beim Hundebesitzer. Die Menschen seien bereit, mehr für das Futter ihres Tieres auszugeben. Das sei vor allem für kleinere Händler und Futter-Produzenten ein Vorteil gewesen, die sich in der BARF-Nische etablieren konnten. „Mittlerweile haben auch die großen Futtermittelproduzenten den Trend erkannt und bieten mehr BARF-Produkte an. Das verschärft den Wettbewerb natürlich“, schätzt Bol die Marktsituation ein. Zukünftig werde sich der Markt auf wenige Großanbieter von artgerechter Tiernahrung konzentrieren, prognostiziert der Geschäftsführer.

### EINKAUFSERLEBNIS MUSS STIMMEN

Um Kunden in das Geschäft zu ziehen, biete „Leckermaul“ inzwischen mehr an, als den reinen Produktverkauf. Kundenberatung und -bindung sowie Service würden immer wichtiger, außerdem müsse das Gesamtpaket stimmen. „Neben dem Fachgeschäft betreibe ich nebenan ein kleines Ladenlokal, in dem Kunden nach dem Einkauf einen Kaffee trinken können“, sagt Bol. „Ebenso



**Vielfalt** Arjan Bol setzt für seine Hündin Ice auf das BARF-Prinzip. Eine Ernährungsmethode, bei der die Fressgewohnheiten der Vorfahren von Hund und Katze imitiert werden. →

ist die Lage direkt am Obersee natürlich ideal, denn die Hundebesitzer können das Einkaufen mit einem Spaziergang und dem Café-Besuch kombinieren.“ Das Thema artgerechte Ernährung sei so stark nachgefragt, dass der Ladeninhaber zusätzliche Workshops zu dem beratungsintensiven Thema anbieten möchte. Kürzlich habe Bol zudem das Sortiment des Fachgeschäfts erweitert. Der Markt für Zubehör und Accessoires wie Leinen oder Halsbänder sei in den vergangenen Jahren „wahnsinnig“ angestiegen. Zukünftig glaubt der Hundexperte, dass insbesondere der Freizeitmarkt für Hund und Halter wachsen wird. „Hundehalter möchten ihre Freizeit gemeinsam mit ihrem Haustier verbringen. Ich denke dabei besonders an den Hunde-Sport, zum Beispiel Canicross, Dog-Scooting, Mantrailing oder auch Dummy-Training, was den Jagdtrieb des Hundes anspricht. Dafür braucht es die entsprechende Ausstattung wie Geschirre, Leinen, Dummys oder Futterbeutel. Dort sehe ich großes Markt-Potenzial“, zeigt sich Bol optimistisch.

#### **PREMIUM-SEGMENT NIMMT ZU**

Abseits von Dog-Walkern sowie Zubehör- und Futterhändlern haben auch einige Hersteller für Nass- und Trockenfutter ihren Produktionssitz in Ostwestfalen. Darunter ist die Firma PetCom Tierernährung GmbH & Co. KG in Minden, ein Tochterunternehmen der PHW-Gruppe, einem Geflügelproduzenten aus dem niedersächsischen Visbek, die unter anderem die Marke „Wiesenhof“ vertreibt. Seit 2006 stellt die Firma in der Mindener Mühle Mischungen von „Economy“ bis „Super Premium“ für die Heimtiernahrung her. Auch aus dem Supermarkt bekannte Tier-Futtermarken wie Cesar, Pedigree, Whiskas oder Sheba werden unter anderem in Minden gefertigt. Dahinter steht das Unternehmen Mars Petcare, Teil der MARS GmbH in Verden, deren Muttergesellschaft Mars Inc. für die gleichnamigen Schokoriegel bekannt ist. Ein Hersteller von Premium-Tiernahrung in der Region ist beispielsweise die Petcura GmbH, ein Tochterunternehmen der Tönnies Gruppe mit Hauptsitz in Rheda-Wie-

denbrück. Das Produktportfolio von Petcura erstreckt sich von Nassnahrung in der Dose für Hunde und Katzen über Snacks bis hin zu Naturkauartikeln wie Rinderohren oder getrocknete Sprotte. Das Futter wird in einem Werk in Meppen produziert. Um den Produktionsstandort konkurrenzfähig zu machen, habe die Unternehmensgruppe einen mittleren Millionen-Betrag investiert, beispielsweise für den Ausbau der Infrastruktur. Laut Dr. André Vielstädte, Leiter der Tönnies-Unternehmenskommunikation, sinke der Markt für Aquaristik und Kleintiere, während das Segment für Tier- und Katzenfutter wachse. Obwohl der Tiermarkt „hart umkämpft“ sei, sehen die Tönnies-Verantwortlichen speziell im Premium-Segment großes Potenzial. Denn Tierbesitzer seien anspruchsvoll. Neben den Rezepturen legen die Kunden zum Beispiel großen Wert „auf einen hohen Fleischanteil“. Das Rohfutter erhalte das Unternehmen unter anderem aus der Schweine- und Rinderschlachtung des Tönnies-Betriebes in Rheda-Wiedenbrück. „Wir verarbeiten hier frische Ware“, sagt Vertriebsleiter Wolfgang Meissner. Hin und wieder werde auch exotisches Fleisch vom Wasserbüffel von dem einen oder anderen Tierbesitzer nachgefragt. Das Hundefutter „Caneo“ enthalte auf Wunsch Pute oder Lamm, für die Katzenfuttermarke „Calimba“ dürften es schon mal Rinderherzen oder Lachs sein. Für die Produktentwicklung sei eigens ein Spezialist in Meppen zuständig. Beim Premiumfutter würden die Rohstoffe immer wichtiger, für besondere Rezepturen würden auch hochwertige Zusatzprodukte beigemischt – die Palette reiche vom Granatapfel bis zur Preiselbeere. Langfristig wolle das Unternehmen, trotz der vielen großen Mitbewerber, nicht nur mit Dosenfutter, 85 bis 800 Gramm, sondern auch mit Kauartikeln und Snacks Nischen im Tiernahrungsmarkt besetzen.

#### **AUSWAHL UND QUALITÄT**

Die HUNTER International GmbH aus Bielefeld bietet als Zubehörhersteller neben Tierfuttermitteln und Snacks vornehmlich Halsbänder, Geschirre und Leinen aus un-





terschiedlichsten Materialien an. Über funktionale und modische Bekleidung und Schlafplätze bis hin zu Pflege- und Hygieneartikeln und Spielzeug – das Gesamtsortiment umfasst aktuell 5.500 verschiedene Artikel. „Junge Marken, die sich im Markt zu etablieren versuchen, fangen erfahrungsgemäß mit einer Sparte an, zum Beispiel Hundebekleidung und versuchen dann, das eigene Sortiment zu erweitern. Aber wirklich ein Vollsortiment in aller Breite und Tiefe anbieten, das können die wenigsten. Denn das ist schon ein enormer Aufwand und erfordert in vielen Bereichen Erfahrung, Wissen und Fingerspitzengefühl“, erklärt Geschäftsführerin Nadine Trautwein. Alle zwei Jahre ziehe HUNTER Resümee, bereinige das Sortiment und nehme neue und innovative Produkte auf. „Unser Bestseller und zugleich der Artikel mit dem höchsten Wiedererkennungswert, national wie international, ist die Serie SWISS. Ein rotes Rindsleder-Halsband mit eingelassenen Schweizer Kreuzen, das es mittlerweile auch in anderen Farben und Variationen gibt. Damit verbindet man, fast schon ironischerweise, weltweit HUNTER als deutsches Familienunternehmen“, sagt Trautwein. Zudem seien Hunde- und Katzenbesitzer kritischer geworden, wünschen sich größtmögliche Transparenz und Kommunikation auf Augenhöhe und würden vor dem Kauf viele detaillierte Fragen zur Herkunft und Verarbeitung der Produkte stellen. „Wir freuen uns ehrlich gesagt darüber und geben jederzeit gern Auskunft“, versichert die Unternehmerin. Neben dem gesteigerten Bewusstsein der Tierhalter und einer erhöhten Nachfrage nach Qualität „Made in Germany“, ist Trautwein zufrieden mit der Marktentwicklung.

#### TRENDS IM BLICK

Für die Branche hat Trautwein einen Trend klar vor Augen: „Wir beobachten, dass die Digitalisierung beziehungsweise insbesondere Wearables auch beim Haustier nicht Halt machen. Ohne zu viel verraten zu wollen, aber es wird sich noch einiges tun hinsichtlich der Erfassung von detaillierten Daten zu Bewegung, Gesundheitszu-

stand und Bedürfnissen von Hund und Katze, individualisierten Produktempfehlungen und so weiter. Da sind wir wirklich erst am Anfang und es bleibt spannend“, verspricht die Expertin.

#### HUNDEMARKT DIGITALISIEREN

„Wir wollen Hunden durch Daten eine Stimme geben“, sagt Lukas Tenge. Der 27-Jährige hat gemeinsam mit seinen Geschäftspartnern Martin Fenkl, Ursula Moos und Mike Langendorf das Bielefelder Start-up CollarCare gegründet. Die Idee dahinter: Der Hundehalter kann den Gesundheitszustand seines Hundes per GPS-Halsband und der CollarCare-App überwachen. „Unsere Intention ist es, die ewige Frage eines jeden Hundehalters zu beantworten: Wie geht es meinem Hund wirklich?“, sagt Tenge. Das digitale Halsband ermittle den Standort und den Bewegungsradius des Hundes. Zusätzlich könne über einen Beschleunigungssensor Aussage über die Ruhe- und Aktivitätszeiten des Hundes getroffen werden. In der App können zudem individuelle Daten wie Rasse, Größe, Gewicht, Alter und Vorerkrankungen eingetragen werden. Basierend auf einer intelligenten Datenbank, die gemeinsam mit Tierärzten entwickelt wird, werden zukünftig die eingegebenen Daten ausgewertet und daraus Ratschläge zur artgerechten Auslastung des Tieres erstellt. „Als digitales Start-up in der Heimtierbranche haben wir eine Pionierstellung auf dem Markt. Bisher wurde gerade im Bereich Tiergesundheit wenig datenbasiert gearbeitet. Das eigene Haustier ist ein sehr emotionales Thema und Hundehalter suchen pro aktiv nach solchen Informationen“, sagt Tenge. Dabei setzen die Entwickler auch auf das Prinzip Gamification: „Mit der App wollen wir die Routine des Gassi-Gehens spielerisch belohnen. Auf einer kleinen ‚Abenteuerreise‘ können zum Beispiel Herausforderungen gelöst und gemeinsam mit dem Hund Punkte erspielt werden“, erläutert Tenge, der sich um Marketing und Sales beim Start-up kümmert. „Hundebesitzer sollen die App in ihren Alltag integrieren und spielerisch etwas Gutes für ihren

**98**  
Milliarden  
Euro  
wurden 2017  
weltweit für  
Heimtierbedarf  
ausgegeben





Hund tun. Damit belohnen wir Fürsorge und eine artgerechte Haltung“, ergänzt Geschäftsführer Fenkl.

### HEIMTIERMARKT IM UMBRUCH

Die jungen Gründer sind selbst Tier-Fans. Fenkl ist mit Hunden aufgewachsen und Moos, die sich um das Produktdesign kümmert, hat sogar schon nebenberuflich in einer Hundeschule als Hundebetreuerin gearbeitet. Als sich Moos und Tenge in der achtwöchigen „Founders Foundation Academy“ der Bertelsmann Stiftung kennenlernten, war die Idee zu einem gemeinsamen Unternehmen mit dem Fokus „Hund“ geboren. Später kamen der 28-jährige Fenkl als Geschäftsführer und Langendorf als Software-Entwickler hinzu. Seit sechs Monaten arbeiten die vier Jungunternehmer im Accelerator-Programm „Founders Camp“ für die Produktentwicklung. Seit November ist die CollarCare-App kostenlos herunterladbar, das Halsband wird im Frühjahr 2019 verkaufsfertig. „Wir wollten gerne unsere Leidenschaft für Technologie und Software mit unserer Liebe für Hunde kombinieren. Die Digitalisierung hat im Heimtiermarkt noch ein großes Potenzial, denn die Branche ist bisher weniger innovativ als wir es aus anderen Zweigen kennen“, sagt Tenge. Dennoch befinde sich der sonst sehr krisensichere Heimtiermarkt im Umbruch. Das habe viel mit dem veränderten Stellenwert von Haustieren zu tun. „Früher hatten insbesondere Hunde eine ganz konkrete Aufgabe – zum Beispiel als Hütehund. Das hat sich inzwischen stark gewandelt – sie sind Familienmitglieder. Gleichzeitig wird das eigene Haustier humanisiert“, sagt Tenge. „Den Humanisierungsprozess merkt man im

Kaufverhalten. Was für den Menschen passt, passt – im übertragenen Sinn – auch für den Hund.“ Die neue Einstellung zum Tier wandle auch das „Geschäft mit dem Tier“ im Allgemeinen. Dadurch würden in Deutschland alle Geschäftsbereiche weiter wachsen und viel Neues hervorbringen. Tier-Zubehör und –accessoires würden individueller, ausgefallener und vielfältiger und sogar manche Lifestyle-Trends der Menschen wie vegane Ernährung würden auf Hunde übertragen. Neue Geschäftsmodelle entstehen, beispielsweise das „Dog-Sitting“, ein großer Trend aus den USA. Auch in Deutschland sei die Tendenz solcher Angebote wachsend. Rund 85 Millionen Hunde leben in Europa, sagt Tenge. Und die Bereitschaft ihrer Besitzer, Geld für ihre Tiere auszugeben, steigt. „Das ist sicherlich auch dem Wohlstand geschuldet. Aber tendenziell geben Hundehalter lieber mehr Geld für ihre Tiere aus als für sich“, sagt Tenge.

### ZUKUNFTSVISIONEN

Für die Zukunft haben die CollarCare-Gründer einige Pläne. Nach dem Verkaufsstart des Halsbandes soll die App-Funktionen weiter ausgebaut werden. „Wir planen alle Lebensbereiche des Hundes abzudecken vom Training über Versicherung bis zur Beratung beim Tierarzt per Chat. Außerdem wollen wir Hundehalter untereinander vernetzen“, blickt Tenge in die Zukunft. Dass sie in der Branche bleiben wollen, steht für die Vier fest: „Unsere Erfahrungen in der Heimtierbranche sind bisher sehr positiv. Der Umgang ist locker und immer auf Augenhöhe. Es macht wirklich Spaß“, freut sich Fenkl. [UW](#) Elena Ahler, Simon Neutze, Franziska Stäcker, IHK



**Das Rudel** Wollen Hunden eine Stimme geben: Martin Fenkl, Lukas Tenge, Ursula Moos und Mike Langendorf vom Start-up CollarCare (von links).

# End of Support

für Windows 7, Windows Server 2008R2  
und Windows Small Business Server 2011

## Kein Grund zur Panik.

Doch am Besten beginnen Sie **JETZT** damit, sich mit der Modernisierung Ihrer IT-Infrastruktur zu beschäftigen. Nicht nur im Hinblick auf Datenschutz, sondern auch, um die Produktivität Ihrer Mitarbeiter zu steigern und um ein attraktives Arbeitsumfeld zu schaffen. Wir beraten Sie kompetent und neutral, wie **IHRE IT** künftig aussehen könnte und unterstützen bei der Umsetzung.

Office 2007 ist  
bereits seit einem  
Jahr ohne Support,  
**jetzt umsteigen!**



**Wir unterstützen Sie gerne. Ein Bechtle Systemhaus ist auch in Ihrer Nähe.**

Mit rund 70 IT-Systemhäusern in Deutschland, Österreich und der Schweiz vor Ort. Von der IT-Strategieberatung bis zum Komplettbetrieb durch Managed Services bieten wir Ihnen alle IT-Leistungen aus einer Hand. Wir beraten Sie umfassend und verfügen für alle Themen über eigene zertifizierte Spezialisten.

# Tierische Weihnachten

Passend zum Fest gibt es eine kleine Geschenk-Auswahl mit ungewöhnlichen und nützlichen Ideen für Hund, Katze und Co.



Jeden Tag ein Türchen: Auch die Vorweihnachtszeit kann tierisch werden, denn mittlerweile gibt es Adventskalender für Hund, Katze, Nagetiere und sogar für Pferde. Besitzer bereiten so ihren Tieren jeden Tag eine kleine Freude. Wichtig ist, dass auf möglichst gesunde zucker- und getreidefreie Leckerlis geachtet wird. Damit steht der gemeinsamen Vorfreude auf das Fest nichts mehr im Weg.



**S**piel und Spaß per App: Das Wollknäuel hat ausgedient – per Tablet und Smartphone kann die Katze ihren Jagdtrieb virtuell ausleben. Gleich mehrere Apps bieten Spiele an, in denen die Katze über den Bildschirm huschende Mäuse, Vögel oder Marienkäfer jagen kann. Aber Achtung! Kratzer auf dem Bildschirm sind möglich. Für Hundebesitzer bietet sich eher das Dog Clicker Training an. In dieser App werden Kommandos per Clicker und Pfeife trainiert. Anleitungen und Clicker- und Pfeifen-Sounds bietet die App ebenfalls. Auch für Aquaristik-Fans gibt es passende Apps, die beispielsweise die Beleuchtung im Aquarium steuern, um möglichst natürliche Tag- und Nachtzeiten nachzustellen.



**S**piele-Gadgets für Hund und Katze: Wer auf der Suche nach Hunde- und Katzen-spielzeug ist, findet inzwischen eine große Auswahl. Dabei gibt es neben den Klassikern wie Bällen und Spielmäusen auch technische Gadgets, die das Spielen fast automatisieren. Da wäre zum einen eine Apportier-Maschine für Hunde. Damit werden Bälle in unterschiedlich einstellbaren Wurf-Weiten abgeschossen. Für Katzenfreunde gibt es beispielsweise einen interaktiven Laserpointer, der selbstständig seine Richtung wechselt.

**K**omm rein: Die Zeiten, in denen durch die Katzenklappe fremde Freigänger in die Wohnung kamen, sind vorbei. Die sensorgesteuerte Katzenklappe lässt nur die eigene Katze herein. Die Klappe gibt es in verschiedenen Modellen, bei den meisten wird jedoch ein Mikrochip im Halsband der Katze integriert. Ist diese nah genug an der Tür, öffnet sich die Klappe automatisch. Für andere Katzen bleibt der Weg verschlossen.



**W**ohlig warm: Katzen mögen es gemütlich – vor allem an kalten Wintertagen. Besonders kleine, ältere und kränkliche Katzen bevorzugen dafür ein warmes Plätzchen. Mit einem Wärmekissen ist das überall in der Wohnung möglich. Verschieden gefüllt und gestaltet, kann das Kissen einfach in der Mikrowelle aufgewärmt werden.

**W**o ist mein Hund? Der Horror für jeden Hundebesitzer: Beim Waldspaziergang ist der Hund verschwunden und außer Rufweite. Mit einem GPS-Tracker am Hundehalsband lässt sich der Hund jederzeit und überall orten. Der Standort des Hundes kann dann beispielsweise über eine Smartphone-App abgerufen werden und weist mit Meter-Angabe den Weg zum vierbeinigen Liebling.



# Tierisch außergewöhnlich

Es muss nicht immer das Geschäft für Leine, Futter und Co. sein. Auch andere Geschäftskonzepte rund ums Tier funktionieren, vom Katzencafé über Hundesalon bis zur Hundekeksbäckerei



**Katze auf dem Tisch** Anja Krückemeier leitet in Bielefeld das „Miezhaus“. In dem Café leben fünf Katzen, eine davon ist Kalina.



**D**er Weg ins „Miezhaus“ in Bielefeld führt durch eine Schleuse. Nach der Eingangstür steht man in einem kleinen Vorraum, wo hinter einer zweiten Tür bereits eine Handvoll Katzen mauzend und schnurrend den neuen Gast erwarten. „Das ist eine Sicherheitsmaßnahme, damit die Katzen nicht auf die Straße laufen. Wir sind hier schließlich mitten in der Stadt“, sagt Anja Krückemeier, die Inhaberin des Cafés „Miezhaus“, das gleichzeitig das Zuhause für fünf Katzen ist: Felix, Kalina, Lea, Professor und Waiki. Das Ambiente ist ganz auf Katzen-Fans eingestellt: Bilder der Stubentiger hängen an den Wänden, Katzen-Fotos finden sich als Kissenmotive auf gemütlichen Retro-Sesseln oder als Sofa- und Stuhl-Bezüge. Kratzbäume, Klettermöglichkeiten und Spielzeuge freuen besonders die Katzen. In tierischer Gesellschaft können Gäste Kaffee und Tee trinken oder sich selbstgemachte Cupcakes, Kuchen und Torten schmecken lassen. Obwohl – oder gerade weil das der Reiz dabei ist – das ein oder andere Mal eine Katze direkt neben der Tasse auf den Tisch springt. „Ich war überrascht, wie gut das Konzept von den Bielefeldern angenommen wurde“, sagt die 36-jährige Inhaberin. „Alle gehen sehr respektvoll mit den Katzen um, achten auf ihre Bedürfnisse. Zu mir kommen Katzenliebhaber, die kennen es vielleicht von Zuhause, wenn da mal eine Katze auf den Tisch springt, ist das auch nicht schlimm.“ Manchmal komme ein Gast allein ins Café. Doch das bliebe nicht lange so, schnell setzt sich eine Katze mit auf das Sofa, möchte gestreichelt werden, erzählt Krückemeier. „Die Katzen sind ein wahrer Eisbrecher. Alle Gäste haben ein gemeinsames Thema. Da wird über die Katzen gesprochen, über Sofas und Tische hinweg über die eigenen Haustiere geplaudert und gemütlich mit den Katzen gespielt“, beschreibt Krückemeier zufrieden die Atmosphäre im Laden.

### SPAREN FÜR DIE KATZENRENTE

Krückemeier leitet das Katzencafé seit September 2017. „Der eigentliche Gründer, ein Bekannter von mir, hatte die Idee zum Café. Er konnte es aber nicht weiterführen“, sagt die gebürtige Mindenerin, die einen gewerblichen Katzenhalterschein besitzt. Krückemeier war zu der Zeit im Miezhaus angestellt und erklärte sich bereit, das Café samt Katzen zu übernehmen. „Meine Leidenschaft galt schon lange dem Backen, was ich mir selbst beigebracht habe, und ich wollte ohnehin ein Café eröffnen. Außerdem bin ich bereits seit Jahren als Tierrechtlerin aktiv, da war die Gelegenheit ideal“, begründet sie ihre Entscheidung. Dennoch musste sich die studierte Sozialpädagogin erst einmal in die Leitung eines Cafés einarbeiten. „Normalerweise hat ein Gründer eine Vorlaufzeit, um sich ausführlich vorzubereiten – ich bin einfach ins kalte Wasser gesprungen“, erzählt Krückemeier lachend. Neben ihren Backwerken

für das Café, baut sich die Unternehmerin einen Hochzeitstorten-Service auf. „Viele meiner Kunden kommen wegen meiner Torten und Cupcakes in den Laden. Natürlich kommen einige auch, weil sie neugierig auf die Katzen sind, aber das wird weniger“, sagt Krückemeier. An oberster Stelle stehe für sie dennoch, neben der Qualität ihrer Torten, dass es den Katzen gut geht. Dafür verwende sie einen großen Teil des Gewinns. „Man darf die Kosten pro Katze nicht unterschätzen. Neben Futter und Ausstattung gehören natürlich auch Tierarztbesuche dazu. Und ich spare schon jetzt für ihre ‚Rente‘, wenn sie nicht mehr im Café leben können. Die Katzen kommen dann zu mir nach Hause“, sagt Krückemeier, die noch zusätzlich drei Katzen privat hält. Die fünf aus dem Café sind Geschwister und stammen aus dem Tierschutzverein Fellnasen e.V. in Langenhagen. Langfristig möchte die Tierliebhaberin gerne mit Café und Katzen umziehen. Raus aus der Innenstadt, ins Grüne mit Freilauf für die Tiere.

### DIE HUNDEFRISEURIN

Das lockige Fell ist säuberlich kurz geschnitten, nur am Kopf und Beinen ist es etwas fülliger. Ein paar Kilometer von der Innenstadt entfernt wird im Canis Beauty Hundesalon in Bielefeld-Schildesche Pudeln Oskar gekämmt und frisiert. „Oskar ist einer meiner Lieblingskunden“, sagt Inhaberin Tanja Doer. Die 39-Jährige betreibt ihren Hundefriseursaloon seit 2010. „Ich hatte selbst einen Pudeln und war auf der Suche nach einem Friseur. Schließlich habe ich selbst damit angefangen. Zuerst habe ich das Geschäft neben meinem Sekretärinnen-Job betrieben. Nach drei Jahren wechselte ich dann komplett in Vollzeit“, sagt Doer. Inzwischen beschäftigt sie vier Angestellte als Wasch- und Schneidhilfen sowie immer wieder Lehrgangsteilnehmer zum Hundefriseur – eine Ausnahme in der Branche. Das Schneiden, Föhnen, Baden und Trimmen von Hunden ist das Alltagsgeschäft der Unternehmerin, die Mitglied im Bundesverband der Groomer e.V. ist. „Groomer“ ist der englische Begriff für Hundefriseur und werde mittlerweile auch im deutschsprachigen Raum aktiv genutzt. Gemeinsam mit den Verbandsmitgliedern kämpft Doer dafür, dass Hundefriseur ein anerkannter Beruf wird. „In Deutschland ist das noch ein weiter Weg, aber sicherlich ein wichtiger Schritt. Denn jeder kann sich als Hundefriseur selbstständig machen. Manche handeln jedoch nicht zum Wohle des Hundes und schaden ihm im schlimmsten Fall gesundheitlich.“ Doer selbst hat mehrere „Groomer“-Prüfungen beim Bundesverband abgelegt und somit das Gold-Siegel erhalten, außerdem besucht sie regelmäßig Fortbildungen. „Wir haben uns selbst professionelle Standards auferlegt“, sagt die Hunde-Spezialistin, die ihr Wissen gerne weitergeben möchte und nebenher Praxis-Tage für Kollegen anbietet.





**Pflege für den Hund**  
Tanja Doer mit einem ihrer Lieblingskunden, dem Pudel Oskar. Sie hat 2010 ihren Canis-Beauty-Hundesalon in Bielefeld eröffnet.

### STEIGENDE NACHFRAGE

Die Nachfrage nach professionellen Hundefriseuren ist in Bielefeld groß. Circa zehn weitere Hundesalons gibt es in der Stadt, schätzt Doer. Seit einigen Jahren herrscht allerdings im Canis Hundesalon und auch in vielen weiteren Salons ein Aufnahmestopp. „Es gibt zu wenig Hundefriseure für den steigenden Bedarf“, stellt Doer fest. „Denn die Anzahl von Hunderassen, die regelmäßig zum Friseur müssen, wächst seit einigen Jahren stetig.“ Besonders bei Familien beliebte Rassen wie Malteser, Havaneser oder Doodles brauchen circa alle acht Wochen einen „Haar“-Schnitt, sagt die Expertin. Die Groomer-Branche boomt und neue Trends erobern das Hundefell. Wo früher alles kurz und praktisch sein sollte, sind heutige trendige Farben, ausgefallene Schnitte oder Accessoires wie Spangen und Schleifen

angesagt. Manch einer nutzt inzwischen auch für seinen Hund ein eigenes Parfüm. „Im Aussehen der Hunde spiegeln sich Modetrends der Menschen. Momentan beliebt ist beispielsweise der ‚Asia-Style‘, bei dem die Hunde an Puppen erinnern sollen“, erläutert Doer. „In großen Städten wie Düsseldorf sieht man solche Hunde sicherlich häufiger, die Ostwestfalen sind da typischerweise doch eher noch zurückhaltend“, gibt die Hundefriseurin zu. Sie selbst sieht im Umstyling keine Probleme, solange der Hund gesund ist und artgerecht gehalten wird: „Hunde haben sich schließlich schon immer an uns angepasst.“ Für Doer ist ihre Arbeit Berufung, wie sie sagt: „Ich möchte nichts anderes mehr machen. Reich wird man sicherlich nicht, aber es funktioniert und macht großen Spaß.“

## KEKSE FÜR DEN HUND

Eine ungewöhnliche Geschäftsidee hatte Evelyn Süß. Sie backt gesunde Leckerlis für Hunde und verkauft sie in ihrem Geschäft „Keksdose“ in Höxter. Die „Hundekekse“ hätten Lebensmittelqualität und ähneln im Aussehen auch sonst sehr ihren Gegenstücken für Menschen. Auch bei der Unternehmerin war der eigene Hund der Impuls- und Ideengeber. „Mein damaliger Hund hat keine handelsüblichen Leckerlis vertragen. Also habe ich gegoogelt und erste Rezepte für allergiegeeignete Alternativen ausprobiert.“ Nachdem die ersten Versuche noch im Müll landeten, hatte Süß bald eine geeignete Mischung entdeckt. Auf der Hundewiese wurden dann auch andere Hundehalter auf die Leckereien aufmerksam. „Schnell kamen die ersten Aufträge rein“, sagt die Höxteranerin. Nachdem sie auch vom Veterinäramt das „Okay“ bekam, baute sie sich vor drei Jahren einen eigenen kleinen Laden auf. „Ich darf kein frisches Fleisch verwenden, sondern nutze qualitativ hochwertiges Dosenfutter. Jetzt zur Weihnachtszeit kommen dabei auch mal ungewöhnliche Sorten wie Elch oder Rentier dazu“, sagt Süß. Neben den fleischlichen Komponenten arbeitet die Keksbäckerin auch Zu-

taten wie Käse oder Äpfel ein. Online-Vertrieb sei allerdings nichts für die gelernte Kosmetikerin. Sie schätzt den direkten Kontakt zum Kunden, die sich gerne beraten ließen. Hunde dürfen bei ihr selbstverständlich die Produkte probieren. „Der Trend geht in der Tierbranche stark in Richtung Qualität. Hundehalter möchten hochwertige Produkte für ihren Liebling“, sagt Süß. Das Bäckerei-Konzept gehe auf. Seit Anfang Dezember ist Süß mit ihrem Laden in die Corbiestraße in Höxter gezogen und konnte das Geschäft auf 130 Quadratmeter vergrößern. Dazu gehören nun ebenfalls eine kleine Café-Ecke und ein eigener Bereich für Hundezubehör wie Leinen, Halsbänder oder Hundebetten. „Am Anfang waren die Höxteraner, ich würde sagen, ‚vorsichtig interessiert‘. Jetzt besuchen mich viele Kunden regelmäßig. Und auch manche, die keine Hunde haben, kommen zu mir. Sie suchen ein besonderes Geschenk für ihre Freunde, die wiederum einen Hund halten.“ Allzu riesig solle die Hundekeksebackerei allerdings nicht werden: „Ich möchte, dass es ein feiner und gemütlicher Laden bleibt“, sagt Süß zufrieden. [OWi](#)  
Elena Ahler, IHK



**Puppenhaft** Aktuell Trend in der Hundewelt: Der „Asia-Style“, bei denen Hunde ähnlich wie Puppen frisiert werden.