

Wenn Trends arbeiten

Von der Integration von KI bis hin zur Erlebnispräsentation: Wer Trends erkennt und aufgreift, kann sich als Fachhändler vom Wettbewerb abheben und Kunden binden. Wie dieser Spürsinn in der Tat gelingt, erklärt Hans Günter Lemke.

Der Zoofachhandel befindet sich in einem stetigen Wandel. Neue Produkte, veränderte Konsumgewohnheiten der Kundschaft und innovative Marketingstrategien bestimmen zunehmend den Erfolg von Fachgeschäften. Wer in diesem dynamischen Markt langfristig bestehen möchte, muss Trends frühzeitig erkennen und geschickt nutzen. Das bedeutet nicht nur, aktuelle Entwicklungen im Heimtiersegment zu beobachten, sondern diese auch in konkrete Geschäftsstrategien umzusetzen.

Ein zentraler Aspekt beim Trendmanagement im Zoofachhandel ist die genaue Marktbeobachtung. Hierzu gehört die Analyse von Verbraucherverhalten, Produktentwicklungen und allgemeinen gesellschaftlichen Strömungen. Zoofachhändler, die Trends frühzeitig aufgreifen und Raum geben, können sich vom Wettbewerb abheben und eine loyale Kundschaft aufbauen.

Crossmediale Unterstützung

Der Einsatz von **Künstlicher Intelligenz** (KI) kann hilfreich sein. Kundinnen und Kunden erwarten individuelle Angebote, flexible Einkaufsmöglichkeiten und schnelle Lieferungen. Gleichzei-

tig steigen die Betriebskosten und der Wettbewerb nimmt zu. KI bietet Lösungen, um Prozesse effizienter zu gestalten und der Kundschaft ein besseres Erlebnis zu bieten.

Künstliche Intelligenz kann im Zoofachhandel in vielerlei Hinsicht hilfreich sein. Sie unterstützt bei der Kundenberatung, indem sie auf Basis von Tierart, Alter oder Gesundheitszustand passende Produkte wie Futter oder Pflegeartikel empfiehlt. Auch die Lagerhaltung profitiert, da KI Verkaufsdaten analysiert und Bedarfe präzise prognostiziert, wodurch Engpässe oder Überbestände vermieden werden. Zudem lassen sich Marketingmaßnahmen gezielter gestalten, indem Angebote individuell auf Tierhalter zugeschnitten werden. Ergänzend können Mitarbeiter durch KI-gestützte Wissenssysteme schneller Antworten auf Fachfragen finden. Insgesamt trägt der Einsatz von KI dazu bei, Abläufe effizienter zu gestalten, Kundenbindung zu stärken und das Wohlbefinden der Tiere zu fördern. Auch eine virtuelle Beratung mit KI-gestützten Chatbots oder Apps können passende Produkte für das jeweilige Tier empfehlen.

Ein weiterer wichtiger Punkt ist die Identifikation von sogenann-

ten „**Mikrotrends**“. Während große Trends oft breit diskutiert werden, bieten kleinere, spezialisierte Entwicklungen besondere Chancen für Zoofachgeschäfte. Dazu zählen etwa Premiumfuttermittel für bestimmte Tierarten, innovative Spielzeuge oder smarte Produkte wie GPS-Tracker für Haustiere. Diese Nischenprodukte sprechen gezielt eine bestimmte Kundengruppe an und ermöglichen es Fachhändlern, Expertise zu demonstrieren und sich als kompetenter Ansprechpartner zu positionieren. Dabei ist es entscheidend, solche Trends nicht nur zu erkennen, sondern auch die Umsetzung am POS zu planen. Dazu gehört die Auswahl geeigneter Produkte, die Schulung des Verkaufspersonals und eine ansprechende Präsentation.

Die Nutzung **digitaler Kanäle** spielt ebenfalls eine zentrale Rolle bei der Trendbeobachtung und -umsetzung. Social-Media-Plattformen wie Instagram, TikTok oder Pinterest sind für den Zoofachhandel wertvolle Werkzeuge, um neue Produkte und Trends zu entdecken. Hier tauschen sich Tierliebhaber aus, teilen Erfahrungen mit Produkten und inspirieren so andere Kunden. Fachhändler können



Foto: Hans Günter Lemke

Hans-Günter Lemke

Trainer für Führung und Verkauf, Buchautor und Handelsberater
www.lemke-training.de



Wer Trends erkennt und aufgreift, kann sich als Fachhändler vom Wettbewerb abheben und Kunden binden.

Foto: Pixabay/Fathomi Ramdon

diese Plattformen nicht nur zur Beobachtung nutzen, sondern auch selbst aktiv Trends setzen, etwa durch Influencer-Kooperationen, Produktvorstellungen oder kreative Marketingkampagnen. Eine starke Online-Präsenz kann darüber hinaus den stationären Handel unterstützen, indem sie Kunden ins Geschäft oder auf die eigene Website führt.

Darüber hinaus gewinnt das Thema **Individualisierung und Personalisierung** zunehmend an Bedeutung. Verbraucher erwarten heute Angebote, die auf die spezifischen Bedürfnisse ihrer Tiere zugeschnitten sind. Dies reicht von maßgeschneiderten Futtermischungen über personalisierte Zubehörartikel bis hin zu speziellen Pflegeprodukten. Zoofachhändler, die solche individuellen Lösungen anbieten, können nicht nur die Kundenzufriedenheit steigern, sondern auch höhere Margen erzielen. Gleichzeitig lässt sich die Beratungskompetenz des Fachpersonals hervorheben, was wiederum die Kundenbindung deutlich stärkt. Haustiere gelten immer mehr als Familienmitglieder.

Ein weiterer Trend, der im Zoofachhandel immer wichtiger wird,

ist das **Erlebnis- und Serviceangebot**. Die Menschen suchen heute nicht nur Produkte, sondern ein Gesamterlebnis. Veranstaltungen wie Workshops zur artgerechten Haltung, Informationsabende zu speziellen Tierarten oder kleine Erlebniswelten im Laden können die Kundenbindung erhöhen und gleichzeitig die Kompetenz des Fachgeschäfts unterstreichen. Auch das Einbeziehen von Tierärzten oder Experten für Training und Ernährung kann das Vertrauen der Kunden stärken.

Nicht zuletzt ist die kontinuierliche Analyse von Verkaufszahlen und Kundenfeedback ein entscheidender Faktor, um Trends erfolgreich zu nutzen.

Moderne Kassensysteme und digitale Tools ermöglichen eine detaillierte Auswertung der Nachfrage, sodass Fachhändler erkennen können, welche Produkte sich bewähren und wo Anpassungen notwendig sind. Kundenfeedback, etwa über Bewertungen, Umfragen oder Social-Media-Interaktionen, liefert wertvolle Hinweise auf Wünsche und Bedürfnisse der Zielgruppe.

Nachhaltigkeit und ökologische Verantwortung spielen im Zoofachhandel eine immer größere

Rolle. Kunden achten verstärkt auf umweltfreundliche Produkte, die nicht nur den Bedürfnissen ihrer Tiere, sondern auch ökologischen Standards gerecht werden. Dazu gehören biologisch abbaubare Materialien, wiederverwendbare oder recycelte Verpackungen sowie ressourcenschonende Produktionsweisen. Besonders gefragt sind innovative Lösungen wie Futter auf Basis von Insektenprotein, das eine nachhaltige Alternative zu herkömmlichen tierischen Eiweißquellen darstellt. Marken mit transparenten Lieferketten und zertifizierten Umweltstandards genießen dabei das Vertrauen der Verbraucher.

Nachhaltige Trendpflege

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass das Erkennen und Nutzen von Trends im Zoofachhandel eine Kombination aus Beobachtungsgabe, Kreativität und strategischem Handeln erfordert. Trends sind mehr als nur Modeerscheinungen: Sie bieten die Chance, das eigene Geschäft nachhaltig zu positionieren, die Kundenbindung zu stärken und neue Umsatzpotenziale zu erschließen.

www.lemke-training.de



www.petonline.de/
2025-11-trends

MEHR ONLINE