



Foto: Andreas Lischka, Pixabay

Wohin geht die Reise?

Fliegt ein Flugzeug auf gleichbleibender Höhe, nennt man das Reiseflug. In einem ganz ähnlichen Bild stellt sich das Ziervogelsegment in der Heimtierbranche dar.

Meinung

„Wir sind der Meinung, dass es heute aus gesellschaftlicher Sicht nicht mehr akzeptabel ist, Ziervogel, wie aber auch andere Lebewesen, im Zoofachhandel anzubieten. Es gibt sehr viele gute Zuchtvereine und auch Tierheime oder Privatpersonen, die ihre Nachzuchten gerne in gute Hände abgeben. Gerade in der Ziervogelhaltung kann dem Tier in fast allen Fällen keine artgerechte Umgebung geboten werden.“

Christian Klein, Zoo Freiburg

Bleiben wir im Terminus der Fliegerei: Nach einem langgestreckten Sinkflug der Umsätze mit Ziervogelnahrung im Zoofachhandel auf nur noch 42 Mio. Euro im Jahr 2017, was für manchen Marktteilnehmer schon wie der Beginn einer schlechten Landung aussah, wurde 2018 ein elegantes Durchstartmanöver mit Steigflug auf 66 Mio. Euro im Folgejahr absolviert. Das hatte hierzulande kaum jemand in dieser Form erwartet. Seitdem aber befindet sich das Ziervogelsegment auf annähernd gleicher Flughöhe, mit lediglich geringen Abweichungen. Diese Entwicklung geben die jährlich erhobenen Zahlen von IVH und ZZF wieder.

„Nach mehreren Jahren relativer Stagnation verzeichnen wir seit letztem Jahr wieder eine deutliche und kontinuierlich wachsende Nachfrage sowie steigende Umsätze im Ziervogelbereich“, bestätigt Dr. Martina Bergmann von Claus die Entwicklung. Sie erkennt, dass sich gerade in letzter Zeit auch vermehrt jüngere Leute sich mit Ziervogelhaltung und Zucht beschäftigen. Damit einher geht ein Trend zu zeitgemäßen Spezialprodukten, die Erfordernisse wie „zuckerfrei“, „getreidefrei“,

„vegan“ und ähnliche Kriterien erfüllen. Ein weiterer Trend ist, wie in vielen anderen Segmenten auch, der Wunsch der Kunden nach mehr Nachhaltigkeit.

Seitens Quiko sieht man einen Trend von der Einzelhaltung bzw. Hobbyzucht in Richtung professionelle Züchtung. Besonders in südeuropäischen und arabischen Ländern sei ein überproportional starkes Wachstum im Vergleich zum deutschen Markt erkennbar. Auch in Deutschland ist ein gestiegenes Interesse an der Ziervogelhaltung seitens zugezogener Menschen aus arabischen Ländern erkennbar, berichten übereinstimmend mehrere Zoofachhändler.

Anzeige

DIE DR. CLAUDER'S
SCHULUNGS-AKADEMIE
FÜR KUNDEN UND PARTNER

Der Blick in den Handel

An vier der acht Zoo & Co.-Standorten von Robert Daßler werden Ziervögel angeboten. Die gesamte Warengruppe beläuft sich auf circa drei bis vier Prozent Umsatzanteil, mit gleichbleibender Tendenz und Entwicklung. Futtermittel von Vitakraft, JR-Farm und Rosenlöcher stehen dabei im Mittelpunkt, wie auch das Angebot an Zubehörprodukten von hauptsächlich Trixie und Ollesch.

„Um Umsatz in Bereich Zubehör zu generieren, muss man schon sehr auf die Bedürfnisse der anspruchsvollen Kunden eingehen, ohne den Kunden sogenannte Standardprodukte zu vernachlässigen“, bestätigt auch Christian Klein vom Zoohaus Freiburg. Er hat gute Erfahrungen mit Nischenprodukten und Futter gemacht.

Eine besondere Stellung nimmt das Ziervogelsegment in Teilen des Landhandels ein. So berichtet Kai Middendorf von Best Partners/Deuka, dass ei-

nige der von ihm betreuten Betreiber im „Ihr Landmarkt“-Konzept vor allem Hobbyzüchter und Besitzer größerer Vogelkolonien zu ihrem Kundenkreis zählen. Sie haben sich auf diese Kundengruppe spezialisiert und ihre Sortimente entsprechend ausgebaut. „Ziervogelnahrung von unter anderem Versele-Laga wird säckeweise abgeholt, wie aber auch Pflegeprodukte und Schutz gegen Ungeziefer“, berichtet Kai Middendorf. Das Einzugsgebiet dieser Händler habe sich zuletzt erst noch vergrößert und beträgt aktuell rund 50 Kilometer.

Dr. Martina Bergmann bestätigt die Positivtrends der exemplarisch befragten Zoofachhandelsexperten. Sie berichtet ergänzend, dass hochwertige Aufzuchtfutter und naturbelassene Hauptfuttermittel nachgefragt werden, wie aber auch gesunde Snacks. Auch im Bereich Zubehör sind naturnahe Produkte gefragt, wie zum Beispiel eine natürliche, komplett kompostierbare Vogelerde. „Wir arbeiten eng mit wichti-

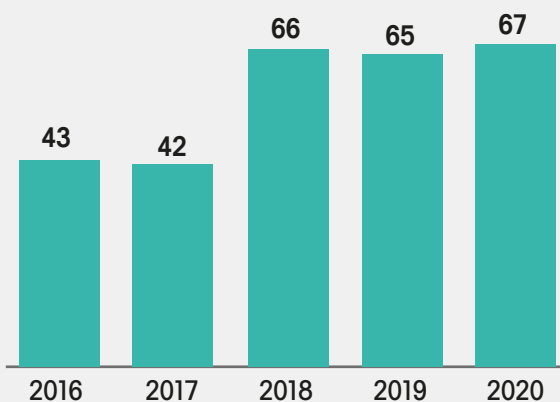


Große Ziervogelabteilungen, hier bei Kölle Zoo in Ulm, werden weniger, doch das Interesse der Kunden wächst langsam.

gen Züchtern, Ornithologen, Tierärzten und erfahrenen Haltern zusammen, die als Meinungsführer auch in Fachzeitschriften und in Social-Media auftreten“, berichtet Dr. Martina Bergmann und unterstreicht: „Empfehlungen von dieser Seite generieren auch wiederum vermehrte Nachfrage im Zoofachhandel.“ Sie ist sich sicher, dass Fachhändler ihrerseits

Umsätze mit Ziervogelnahrung

(Stationärer Handel; in Mio. Euro)

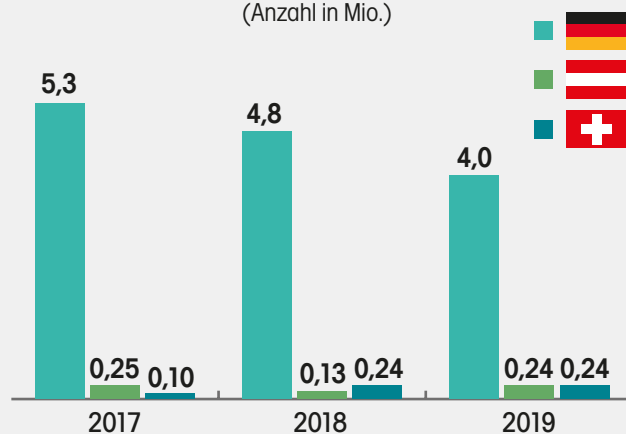


Quelle: IVH/ZZF

© Dähne Verlag

Ziervogelpopulation in der D-A-CH-Region

(Anzahl in Mio.)



Quelle: IVH/ZZF

© Dähne Verlag



Das Sortiment an natürlichen und nachhaltigen Futter- und Zubehörprodukten erfreut sich zunehmender Beliebtheit.

auch in den sozialen Netzwerken mit Fütterungstipps, Produktvorstellungen, Bewertungen etc. noch stärker die Kundenkreise erreichen und ausbauen können. Sie wünscht sich eine noch stärkere Vernetzung von Herstellern und Händlern auch in diesem Bereich.

Das Tier im Fokus

Kommt der Kunde in den Zoofachhandel mit Ziervögeln, fällt sein Blick schnell auch auf die Unterbringung der Tiere. „Grundsätzlich raten wir unseren Kunden die Anforderungen der tierärztlichen Vereinigung für Tiererschutz nicht nur zu erfüllen. Wir beispielsweise bieten Anlagen an, die um mindestens 20 Prozent größer als gefordert sind“, berichtet Frank Müller vom Ladenbauunternehmen Casco Pet Deutschland. Auch gehören ihm zufolge eine ausschließlich quer laufende Vergitterung und die Ausstattung mit Bademöglichkeiten und Sitzstangen in verschiedenen Durchmessern dazu.

Im Vergleich mit den Zahlen der Umsätze mit Ziervogelnahrung er-

scheinen die von der Fediaf erhobenen Populationszahlen geradezu dramatisch. Während sich die Population in der Schweiz seit 2017 verdreifacht hat, 0,1 auf 0,3 Mio. Tiere, hat sich die Zahl der Ziervogel in deutschen Haushalten von 5,3 Mio. im Jahr 2017 auf erschreckende 3,5 Mio. im Jahr 2020 reduziert. Für Österreich belegen die Zahlen einen Wellenflug von 0,25 auf 0,13 Mio. Tiere.

Aus dem Hause Quiko wird berichtet, dass sich bei Händlern, die noch Lebewesen anbieten, das Sortiment von Futter- und Vitaminartikeln sowie Zubehör weiterhin hoher Beliebtheit erfreut. „Um die Umsätze im Bereich dieser Warengruppen hochzuhalten bzw. zu steigern, ist für den Fachhandel zu überlegen, das Angebot an Lebewesen wieder auszubauen“, betont eine Unternehmenssprecherin. Zoo & Co.-Experte Robert Daßler bestätigt sie: „Das Interesse an Wellensittichen, Zebrafinken und Kanarien nimmt wieder zu, die Umsätze steigen parallel zum Gesamtwachstum unserer Standorte.“



Artgerecht genießen

„Vita Nature Nature Melange“ ist ein gesunder Saaten-Mix aus 100 Prozent Natur. Der Natursnack besteht aus wertvollen Leinsamen, verschiedenen Hirsen und leckeren Grassamen. Es ist ein Leckerbissen für alle Saatenfresser, betont Vitakraft.

Für Abwechslung im Speiseplan können 20 Prozent der täglichen Futterration durch diesen Natursnack ersetzt werden. Er wird ohne Zusatz von Zucker sowie Farb- und Konservierungsstoffen hergestellt.

www.vitakraft.de