



DOGSTYLER

Neue Impulse für den Markt

Während sich das Verhältnis von Mensch und Tier enorm gewandelt hat, tritt der Heimtiermarkt mit immer gleichen Verkaufskonzepten auf der Stelle. Das meinen Vera Gerwe, Michael Gierschewski und Dirk Vogelsang von Dogst Tyler, die mit ihrem Konzept aufzeigen, wie moderne Verkaufsformate aussehen können.

„Die Menschen investieren sechsstelligen Summen in ihre SUVs und sollen sich dann mit einer mittelmäßigen Hundebox zufrieden geben, der man ihre Discounter-Herkunft schon von

weitem ansieht!“, Vera Gerwe, Marketingfrau von Dogst Tyler, erkennt ein krasses Missverhältnis zwischen den Angeboten im Heimtiermarkt und den Kundenwünschen. Zu viel austausch-

bare Billigware, gesichtslose Märkte, zu wenig Qualität, Lifestyle und Storytelling, meint man bei Dogst Tyler. Die Annahme, dass die Kunden bei den Ausgaben für ihr Haustier knausern, ist lange zutreffend gewesen und hat zu den engmaschigen Netzen der einschlägigen Filialisten im Zoofach geführt, die die Einzelhandelslandschaft immer noch kennzeichnen. Seit einigen Jahren jedoch bricht sich der gesellschaftliche Wandel auch hier Bahn. „Der Hund ist - wie andere Tiere auch - längst zum Freund, Partner und wichtigen Familienmitglied geworden. Man will ihm wie auch sich selber Gutes tun. Hochwertiges Futter - wie der Barf-Boom beweist, cooles Geschirr und ge-



Der neue Flagshipstore von Dogst Tyler in Saalfelden am steinernen Meer in Österreich zeigt eine angenehme Shopping-Atmosphäre.

mütliche Liegemöbel, die in einer Wohnung auch als stylische Accessoires fungieren, gehören heute zum Lifestyle von Tierhaltern“, betont Gerwe.

Produkt im Fokus

„Mit Blick in die Zukunft diskutiert die Branche crossmediale Strategien und Omnichannel-Lösungen, Warenwirtschaft, Logistik und digitale PoS-Anwendungen. Das mag alles richtig und notwendig sein, aber ich habe den Eindruck, dass durch diese Themen die Produktentwicklung oftmals etwas zu kurz und stattdessen die immer gleiche 08/15-Ware auf die Fläche kommt“, meint Produktmanager



Das Verhältnis zwischen Hund und Mensch hat sich enorm gewandelt: Das Tier ist oft Freund, Partner und Familienmitglied.

lassen werden, meint auch Franchise-Experte Dirk Vogelsang: „Denn es kann ganz neue Impulse für stationäre Heimtiermärkte liefern.“ Was da heute alles geht, macht Dogstyler vor: Die Dogstyler-Stores - neben dem in Eigenregie geführten Flagshipstore am Firmensitz in Soest fünf weitere Filialen, die von vier Franchisenehmern betrieben werden - sind wie Concept Stores aufgebaut, die man sonst eher in der Mode oder bei Wohnaccessoires gewohnt ist. Der Kunde kommt und schlendert durch die angenehme Atmosphäre im Store. Er stöbert sich durch den individuell zusammengestellten Sortimentsmix aus den Dogstyler-Kollektionen und Produkten



Zubehör soll heute zum Lifestyle des Halters passen.

DOGSTYLER - STECKBRIEF

- gegründet 2012
- Motto: „Gesundes Wachstum mit Qualität“
- Portfolio: Zubehör für den Hund, besonders Hundetransportsysteme für den Pkw und Liegemöbel
- Omnichannel-Vertrieb:
 - Webshop
 - sechs Flagshipstores
- geplant: Franchise-Stores in Hamburg, Berlin, München und weiteren Oberzentren

Michael Gierschewski. „Der anspruchsvolle Hundehalter sucht für seinen Hund genau dasselbe wie für sich: Stil, schöne Materialien und Farben, gepaart mit Funktionalität. Mit an die 100.000 Followern auf Facebook stehen wir mit unseren Kunden und Freunden in direktem Austausch und stellen immer wieder fest, dass die extravaganteren Styles und die exklusiveren Modelle immer größeren Anklang finden.“

Mehr Lifestyle am PoS

Das Uptrading im Heimtierbereich sollte nicht dem Online-Handel über-

anderer hochwertiger Marken, entdeckt dabei nichtalltägliche Produkte, lässt sich von Neuheiten inspirieren und von guten Stylings. An der Bar ‚dog&coffee‘ trinkt er einen leckeren Kaffee, blättert in Hundemagazinen oder kommt mit anderen Hundehaltern ins Gespräch. „So wandelt sich der Einkauf von der Pflichtübung zum Erlebnis“, erläutert Vogelsang, „und die früher gestressten Kunden werden zu Fans. Unterm Strich kommt das nicht nur dem Menschen, sondern auch seinem Tier zugute.“