

BERLINER

WIRTSCHAFT

Das Magazin der Industrie- und Handelskammer Berlin – 12 / 2017

MORGENTERMIN

Verkehrssenatorin Regine Günther erläutert bei der IHK ihr Konzept für Mobilität

INTERVIEW

Snom-Chef Gernot Sagl über IP-Telefone und seinen Mutterkonzern in China

A woman with glasses and a red jacket is smiling and holding a small, scruffy dog. The dog is wearing a red collar with a tag. The background is a blurred indoor setting.

Big Business mit kleinen Tieren

Stephanie Polo Die Unternehmerin gehört mit ihrem Geschäft für Hundezubehör zu einer boomenden Branche, die in der Hauptstadt weiter an wirtschaftlicher Relevanz gewinnt



TITELTHEMA

Bello und Mieze sind Berlinern lieb und teuer

Millionengeschäfte rund ums Tier Futter und Zubehör für Hunde, Katzen, Fische, Vögel und Kleintiere sind ein riesiger Markt. Neben Haustierbesitzern sorgen auch die Besucher in Zoo und Tierpark dafür, dass Vierbeiner & Co. ein bedeutender Wirtschaftsfaktor in der Hauptstadt sind » Von Almut Friederike Kaspar

Rund um Hund

Stephanie Polo, Inhaberin, mit Mia

Angefangen hat alles damit, dass die ehemalige Kostümbildnerin für ihren früheren Hund einen Mantel nähte – sie fand Gefallen daran und eröffnete einen Laden in der Wilmersdorfer Hundekehlestraße

Inzwischen näht sie nicht nur Mäntel, sondern auch Betten, Decken und Taschen. Ebenfalls zum Portfolio gehören Geschirre und Halsbänder aus Fetteleder sowie Fressnapfe, Spielzeug und Pflegeutensilien

FOTO: CHRISTIAN KIELMANN





Barfer's Wellfood

Norman Vogel,
Geschäftsführer,
mit Nero

Das Berliner Unternehmen setzt auf naturnahe Nahrung. Es hat eine eigene Fleischerei und betreibt vier Läden sowie einen Online-shop

2016 betrug der Umsatz 3,4 Mio. Euro, für das laufende Jahr werden 4,5 Mio. Euro Umsatz erwartet

Das Gehege für Meng Meng und Jiao Qing ist das aufwendigste Tierhaus, das im Berliner Zoo jemals gebaut wurde. Der „Panda Garden“ misst 5.000 Quadratmeter und wird rund um die Uhr mikrofon- und videoüberwacht. Die Anlage, die knapp zehn Mio. Euro gekostet hat, verfügt über ein eigenes Lüftungssystem, spezielle Quarantänebereiche und eine voll ausgestattete Tierarztpraxis, für die Tag und Nacht ein Veterinärmediziner in Bereitschaft steht. Im Kühlraum des Geheges wird der Bambus, von dem Meng Meng und Jiao Qing täglich jeweils 40 Kilogramm fressen, gelagert und befeuchtet – das Futter wird Woche für Woche aus den Niederlanden geliefert.

„Der Aufwand, den wir für die Pandas betreiben, ist einzigartig“, sagt Zoo-Direktor Dr. Andreas Knieriem, „den machen wir für kein anderes Tier.“ Denn die beiden Großen Pandabären sind seit Juli die Attraktion des ältesten Zoos Deutschlands und

des artenreichsten der Welt. Weibchen Meng Meng und Männchen Jiao Qing sorgen dafür, dass noch mehr Besucher vor dem „Löwentor“ am Hardenbergplatz Schlange stehen.

Auf einer Fläche von 33 Hektar, so groß wie 46 Fußballfelder, werden hier und im angeschlossenen Aquarium rund 19.400 Tiere gehalten, die 1.400 Arten zuzuordnen sind – vom Elefanten, der das Gewicht von fünf Kleinwagen auf die Waage bringt, bis zum Zwerghamster, der gerade mal 30 Gramm wiegt. Fast 3,3 Millionen Besucher wurden im vergangenen Jahr gezählt, die knapp 22 Mio. Euro an Eintrittsgeldern zahlten. „Es gibt Wochen, in denen wir 75 Prozent Touristen haben, davon mehr als die Hälfte internationale“, sagt Direktor Knieriem, der nicht nur Vorstand der Zoologischen Garten Berlin AG ist, sondern auch Geschäftsführer der Tierpark Berlin-Friedrichsfelde GmbH, einer hundertprozentigen Tochter der Zoo-AG (siehe auch Interview auf S. 16). Im Tierpark, dem anderen und mit 160 Hektar viel weitläufigeren Zoobetrieb im Osten der Stadt, ist der Touristenanteil niedriger, 20 bis 25 Prozent, meist sind es Tagestouristen aus dem Umland. Im Tierpark ließen 2016 über 1,3 Millionen Besucher fast 8,5 Mio. Euro in den Kassen.

Mit insgesamt fast 500 Mitarbeitern gehören die Unternehmen Zoo und Tierpark zu einem wachsenden Wirtschaftszweig, der mit der Tierliebe der Bundesbürger Milliardenumsätze macht. Vor allem der Markt um Heim- und Haustiere ist zu einem bedeutenden Wirtschaftsfaktor geworden. Nach einer Ende 2014 veröffentlichten Studie der Universität Göttingen geben deutsche Tierhalter jährlich mehr als neun Mrd. Euro aus – für den reinen Heimtierbedarf wie Futtermittel und Zubehör wie Leine, Kamm, Decke, Kratzbaum, Käfig oder Aquarium, aber auch für Tierarztbesuche, Haftpflicht- und Krankenversicherungen oder für Dienstleister wie Tierfriseur, -trainer oder -betreuer. Nicht einmal mehr der Tod eines Tieres ist heute umsonst: Mit Tierbestattungen oder Einäscherungen in Tierkrematorien werden geschätzte 40 Mio. Euro erwirtschaftet.

Eine Katze kostet im Schnitt 11.450 Euro

Nach einer repräsentativen Umfrage des Marktforschungsinstituts Skopos für den Industrieverband Heimtierbedarf (IVH) und den Zentralverband Zoologischer Fachbetriebe (ZZF) leben 13,4 Mio. Katzen in 22 Prozent aller deutschen Haushalte, 8,6 Mio. Hunde in 17 Prozent der Haushalte. »

Sonnenberg. Berlin

Sascha Sonnenberg,
Inhaber

Im „Kaufhaus für Hund und Katz“ gibt es nachhaltige Waren aus kleiner Produktion

Für das Hotel Adlon hat der ehemalige Unternehmensberater mit Zusatzausbildung als Ernährungsberater eine Speisekarte für die Vierbeiner der Gäste zusammengestellt

Dazu kommen fünf Mio. Kleintiere wie Hamster oder Meerschweinchen, 4,6 Mio. Ziervögel sowie unzählige Zierfische in zwei Mio. Aquarien und 1,6 Mio. Gartenteichen.

Wie viel diese Tiere im Lauf ihres Lebens kosten, hat der Deutsche Tierschutzbund errechnet: Für Katzen, die bis zu 20 Jahre alt werden, zahlen ihre Halter jeweils rund 11.450 Euro. Wer Kleintiere hält, gibt in der Regel für jeweils ein Pärchen in sechs bis acht Jahren rund 7.000 Euro aus. Und auch für Vögel muss investiert werden – pro Tier in 15 Jahren Lebenszeit zwischen 750 bis 1.500 Euro. Am kostspieligsten sind allerdings Hunde, die im Schnitt etwa 14 Jahre auf der Welt sind: Sie schlagen inklusive Anschaffung mit jeweils 12.000 bis 17.000 Euro zu Buche.

2016 machte die Heimtierbranche in Deutschland nach Angaben der Verbände IVH und ZZF mit

Futter, Bedarfsartikeln und Zubehör einen Gesamtumsatz von 4,15 Mrd. Euro im stationären Fach- und Lebensmitteleinzelhandel und weitere 510 Mio. Euro im Online-Handel – 3,17 Mrd. Euro davon allein für Fertigfutter. Steigende Umsätze wurden vor allem beim Hundefutter mit den Segmenten Trockenfutter, Snacks und Feuchtfutter registriert: Stärkster Wachstumstreiber war dabei Feucht- und Nassfutter, mit dem 432 Mio. Euro Erlöst wurden. „Das sind Zahlen, die aufhorchen lassen“, sagt Dr. Mateusz Hartwich, Branchenkoordinator Handel bei der IHK Berlin, „kein Wunder, dass sich viele spezialisierte Firmen, auch in Berlin, um ein Stück von diesem Kuchen bemühen.“

Tendenz zu Rohfutter nimmt zu

Auf naturnahe Nahrung – nämlich Fleisch für die biologisch artgerechte Rohfütterung (BARF) – setzt die Berliner Barfer's Wellfood GmbH mit eigener Fleischerei, vier Läden und Onlineshop. „Die wichtigsten Bestandteile unserer Futterprodukte sind Rohfleisch, Knochen und Innereien“, sagt Geschäftsführer Norman Vogel, „hinzu kommen geringe Mengen Obst und Gemüse, die den Mageninhalt kleinerer Beutetiere nachbilden sollen.“ Das Frischfleisch verschiedener Tierarten, das hauptsächlich aus EU-zertifizierten Schlachthöfen kommt, wird in Berlin-Marienfelde unter strengen hygienischen Bedingungen zerlegt, gemischt, verpackt und eingefroren. Aktuell hat Barfer's 125 selbst produzierte Artikel vor allem für Hunde, aber auch für Katzen im Sortiment. Im vergangenen Jahr kam das Unternehmen auf einen Umsatz von 3,4 Mio. Euro, für dieses Jahr wird eine Steigerung auf 4,5 Mio. Euro erwartet. 65 Prozent des Umsatzes macht Barfer's über den Online-Handel. Für den Versand wird das tiefgefrorene Futterfleisch in Styropor-Kühlboxen verpackt.

Seit einigen Wochen hat Norman Vogel, der in seiner Firma 30 Mitarbeiter beschäftigt, auch einen Investor an Bord, um seinen Maschinenpark verdreifachen zu können: „Unsere Produktionskapazitäten müssen der stark steigenden Nachfrage angepasst werden.“ Am meisten bestellt werden die Fertig-Mixe aus der Produktlinie „Barfer's Complete“, die von der Deutschen Landwirtschafts-Gesellschaft mit dem DLG-Siegel zertifiziert sind. „Mit diesen Produkten haben wir den Anwendungskomfort für Tierhalter auf das Niveau von Dosen- oder Trockenfutter bringen können“, sagt Vogel. In diesem Jahr wurden immerhin schon 1.500 Tonnen Frischfleisch ver-



FOTO: SONNENBERG BERLIN



”
Die Berliner Märkte sind filialisiert und werden von unserer Zentrale in Krefeld gesteuert.
“

Fressnapf Spandau XXL

Mike Thürk,
Bezirksleiter

In Berlin betreibt das Unternehmen 32 Fachmärkte und hat nach eigenen Angaben einen Marktanteil von etwa 60 Prozent. Im Gegensatz zu den Klassik-Märkten führen die XXL-Märkte auch Lebewesen wie Vögel, Fische und Kleinsäuger.

arbeitet – Tendenz: steigend. Der Unternehmer schätzt, dass heute bereits 15 Prozent aller Hundehalter ihre Tiere roh füttern, weil die Fleischfresser dadurch agiler, fitter und gesünder bleiben – rund vier Prozent waren es noch vor sechs Jahren, als er Barfer's Wellfood gründete.

Mit Tierfutter und -bedarf zum Milliardär

Mit Tierfutter und -bedarf hat es der Gründer des europäischen Marktführers Fressnapf sogar zum Milliardär gebracht. Im Alter von 24 Jahren eröffnete Torsten Toeller 1990 seinen ersten Fressnapf-Markt im rheinländischen Erkelenz, heute ist die Fressnapf-Gruppe in elf europäischen Ländern mit mehr als 1.400 Fachmärkten vertreten – 32 davon allein in Berlin. „In der Hauptstadt sind wir mit einem Marktanteil von etwa 60 Prozent der größte Anbieter von Heimtierbedarf“, sagt Bezirksleiter Mike Thürk. Den Großteil ihrer Märkte in Deutschland betreibt die Fressnapf-Gruppe

im Franchise-System. „Wir haben einen Mix aus Franchisepartner- und filialisierten Standorten“, so Thürk, „die Berliner Märkte sind allesamt filialisiert und werden von unserer Zentrale in Krefeld gesteuert.“ Die Klassik-Märkte haben ausschließlich Produkte für den täglichen Bedarf und Zubehör im Angebot, die XXL-Märkte führen auch Lebewesen wie Vögel, Fische oder Kleinsäuger.

Während Fressnapf oder Mitbewerber wie die Baumärkte Hellweg oder Hornbach den Massenmarkt bedienen, haben sich kleinere Firmen in Berlin auf bestimmte Kundenschaften und Tiere spezialisiert. Der frühere Unternehmensberater Sascha Sonnenberg zum Beispiel gründete vor drei Jahren ein „Kaufhaus für Hund und Katz“ an der Lietzenburger Straße. Das „Sonnenberg.Berlin“ mit seinen Holzdielen und handgezimmerter Regale ist wie ein altmodischer Krämerladen gestaltet, damit sich Mensch und Tier wohlfühlen. „Wir wollen durch schöne und nachhaltig »

FOTO: FRESSNAPF

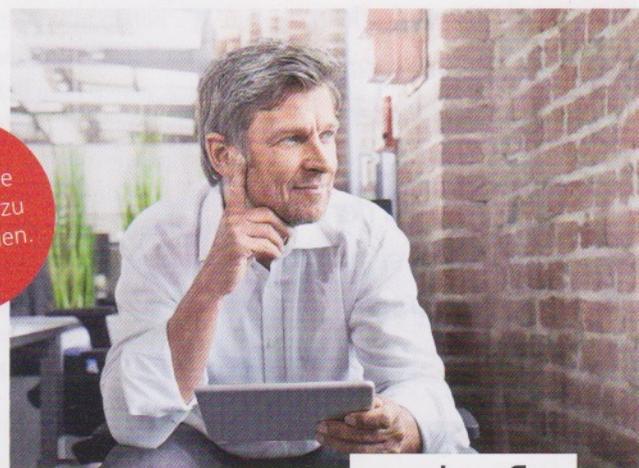
Erleben Sie die Digitalisierung der Wirtschaftsauskunft.

Die SCHUFA-B2B-Expertise

Die digitale Revolution hat die Art, wie wir Geschäfte machen, grundlegend verändert. Genau hier setzen wir an. Mit unseren volldigitalen Prozessen der Informationsbeschaffung, -verarbeitung und -bereitstellung bieten wir Ihnen einzigartige Schnelligkeit, Objektivität und exzellente Datenqualität. Für passgenaue Prognosen und kalkulierbare Geschäftsrisiken. Die Zeit ist reif für Risikomanagement einer neuen Generation.

Mehr erfahren auf www.schufa.de/b2bexpertise

Erhalten Sie Auskünfte zu Unternehmen.



schufa

„Wenn es unseren Tieren gut gehen soll, kostet das“

Zoo-Direktor Dr. Andreas Knieriem attestiert den Tierhaltern von heute, dass sie besseres Futter verwenden als früher und insgesamt kritischer geworden seien, wenn es um den Umgang mit Tieren geht



Dr. Andreas Knieriem

Der Direktor des Zoologischen Gartens und des Tierparks will beide Standorte der Berliner Zoobetriebe attraktiver machen. Dafür gibt es Masterpläne, die zwei Kernthemen formulieren: Im Zoo atme man Geschichte, im Tierpark Natur

„
Ich habe nichts gegen Pullover und Regenjacken, wenn man den Tieren nicht schadet und der Hund sich wohlfühlt.
“

Berliner Wirtschaft: Im Sommer dieses Jahres haben Sie aus China das Panda-Pärchen Meng Meng und Jiao Qing als Leihgabe bekommen. Dafür musste ein 5.000 Quadratmeter großes Gehege für insgesamt zehn Mio. Euro angelegt werden. Wird sich diese Investition rentieren?

Dr. Andreas Knieriem: Wir suchen unsere Tierarten grundsätzlich nicht nach Rentabilität aus. Die Pandas gehören nach Berlin, weil sie wichtig für das Renommee des Zoos sind und damit als Besuchermagnet wirken. Seien wir ehrlich: Die meisten Besucher kommen wegen der Pandas und nicht wegen des Vogelhauses, das im Unterhalt viel teurer ist und viel mehr Pflegekapazität braucht. Es gibt 15 Tierarten, die in der Gunst der Besucher ganz oben stehen, und dazu zählen auch die Pandas. Diese 15 finanzieren die 2.000 weiteren Tierarten, und wir sind davon überzeugt, dass es gut so ist.

Sie wollen die Berliner Zoobetriebe für Besucher noch attraktiver machen. Wie gehen Sie dabei vor?

Attraktiv heißt letztendlich, dass das, was wir tun, auch ankommt. Man atmet Geschichte hier im Zoo, und man atmet Natur im Tierpark. Das sind die beiden Kernthemen. Wir haben erst einmal zwei Masterpläne für den Zoo und den Tierpark aufgestellt, die miteinander kommunizieren sollen. Wir haben in beiden Betrieben bereits sehr viel saniert und viele Dinge attraktiver für die Besucher gestaltet. Zum Beispiel im Tierpark Spielplätze gebaut und im Zoo die Eingangssituation neu gestaltet, damit wir überhaupt in der Lage sind, über drei Millionen Besucher jährlich als Gäste zu empfangen. Zusätzlich haben wir im Zoo das Vogelhaus saniert und Pläne für den dringend notwendigen Umbau des Raubtierhauses erstellt. Und wir haben das neue Gehege für die Pandas gebaut und Meng Meng und Jiao Qing nach Ber-

lin geholt. Jetzt arbeiten wir unsere Pläne Stück für Stück weiter ab.

Welche Erfahrungen aus der Zootierhaltung lassen sich aus Ihrer Sicht auch auf die Haltung von Haus- und Heimtieren übertragen?

Was sich grundsätzlich übertragen lässt: Wir schaffen unseren Zoo-Tieren Lebenswelten, die optimale Ersatzlebensräume für die Naturlebensräume sind – denn wir wollen, dass es den Tieren gut geht. Und das sollten auch Menschen beachten, die Heimtiere haben. Es ist unverzichtbar, dass Heim- und Haustier nach bestem Wissen und Gewissen gehalten werden.

Der Heimtiermarkt wächst, obwohl die Zahl der Haustiere im Verhältnis zur Zahl der Einwohner so gut wie konstant bleibt. Worauf führen Sie das zurück?

Das ist erst mal ein gutes Zeichen, weil mehr Geld für die Tiere ausgegeben wird. Wenn wir wollen, dass es unseren Tieren gut geht, kostet das natürlich. Wir füttern sie nicht mehr nur mit Abfällen, sondern artspezifisch. Die Qualität des Futters ist viel besser als noch vor 30 Jahren. Der Kunde ist heute insgesamt kritischer und macht sich mehr Gedanken, wie man Tiere beschäftigen kann. Einschürende Halsbänder haben früher oftmals zu chronischem Husten bei Hunden geführt, heute verwenden viele Halter die viel besser geeigneten Geschirre zum Anleinen. Außerdem nimmt man heute mehr professionelle Hilfe an, zum Beispiel beim Hundetraining. Man bezahlt Tierärzte, damit die Tiere gesund bleiben, beobachtet werden und einen ausreichenden Impfschutz bekommen.

Gibt es beim Heimtierbedarf auch Angebote, die Sie zumindest schmunzeln lassen?

Da gibt es sehr viele Anlässe zum Schmunzeln – aber das ist eben ein Markt, was ich in Ordnung finde. Ich habe auch nichts gegen Pullover oder Regenjacken, wenn man damit den Tieren

nicht schadet und der Hund sich wohlfühlt. Wer sich ein Tier anschafft, muss sich damit beschäftigen, darf es aber auch nicht als Menschenersatz ansehen.

Nach einer Marktforschungserhebung haben rund 25 Prozent der Befragten in den vergangenen zwei Jahren mehr als 1.000 Euro für ihre Hunde und Katzen ausgegeben. Überrascht Sie das?

Eher nicht. Die Gesellschaft geht heute mit Haustieren anders um. Sie leben bei uns und partizipieren davon, dass es uns gut geht – das reflektiert sich in diesen Ausgaben. Was nicht bedeutet, dass es den Tieren mit viel Geld automatisch besser geht. Man kann es ihnen auch mit wenig Geld gut gehen lassen.

Haben Sie selbst Haustiere?

Ja, einen Golden Retriever und eine Katze. Ich bin leidenschaftlicher Aquarianer und hatte früher auch Fische. Die brauche ich heute aber nicht mehr, weil ich mit meiner Familie in unmittelbarer Nachbarschaft über dem Aquarium des Zoos wohne. < ALMUT F. KASPAR

9 Mrd.

Euro geben Tierhalter in Deutschland jährlich für den reinen Heimtierbedarf aus. Dazu gehören Futtermittel und Zubehör wie Leine, Kamm, Decke, Kratzbaum, Käfig oder Aquarium

hergestellte Dinge aus kleiner Produktion den Geist der guten Ware an unsere Kunden weitergeben“, sagt Sascha Sonnenberg. Bei ihm gibt es Hundeleinen von der Manufaktur Molly & Stitch, Futternäpfe und Betten von Cloud7 oder Decken aus Tweed. Geschirre oder Halsbänder können von der eigenen Sattlerei auch maßgeschneidert werden. Unter der Hausmarke „Edelbeiss“ bietet das Kaufhaus auch Snacks aus Rinderlunge oder Hähnchenhälsen an, die exklusiv von einem bayrischen Dörrbetrieb produziert werden.

„Unsere Kunden“, sagt Sonnenberg, „sind nicht nur Promis, sondern vor allem Hunde- und Katzenhalter aus ganz Berlin, die Erschwingliches in guter Qualität haben wollen.“ Und das Hotel Adlon, für das der Unternehmer mit Zusatzausbildung als Ernährungsberater für Hunde eine Speisekarte für die Vierbeiner von Gästen entwickelt hat. Dafür liefert er nicht nur das Futter, sondern auch Näpfe und Decken. Er ist sich sicher, dass in Berlin der Markt rund ums Tier noch weiter boomen wird: „Denn hier leben doppelt so viele Hunde und Katzen wie zum Beispiel in Hamburg.“ Die »

„Potenziale ausschöpfen.“

Unsere flexiblen
Lösungen für Sie.

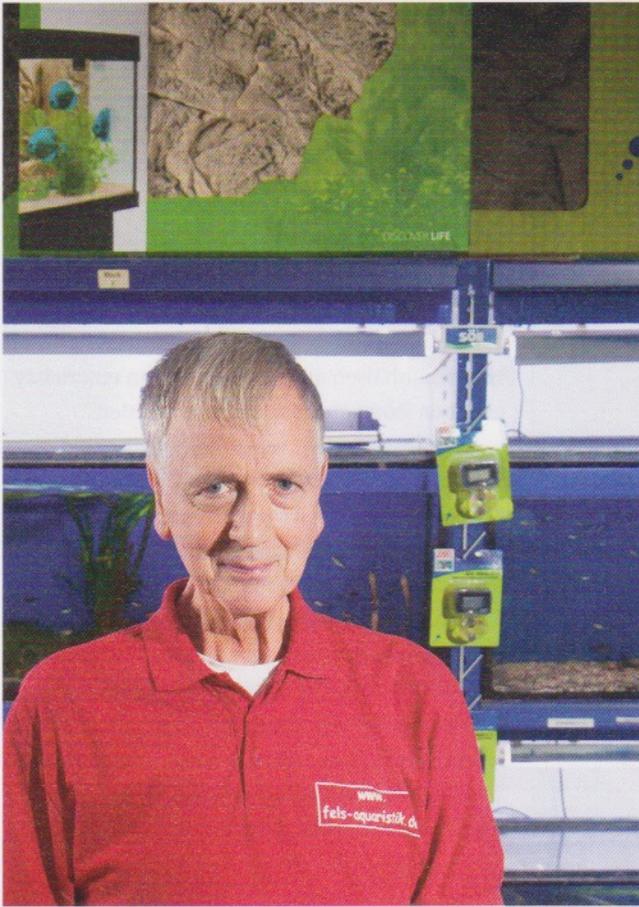
Jeder Mensch hat etwas, das ihn antreibt.

Wir machen den Weg frei.

Wir sind Partner des Mittelstandes und stehen Ihnen mit Investitionskrediten, Leasing, Krediten für Energiesparmaßnahmen und unserem Know-how zur Seite. Als Mitglied genießen Sie zusätzlich exklusive Vorteile und profitieren von unserer starken Gemeinschaft. Wir beraten Sie gern. Mehr Informationen unter Telefon 030 3063 - 3355 oder unter berliner-volksbank.de



**Berliner
Volksbank**



Fels Aquaristik

**Christian Fels,
Inhaber**

Seit 25 Jahren betreibt der Unternehmer in Lichtenberg sein Fachgeschäft für Fische, Aquarien und Zubehör

Ein besonderes Anliegen sind dem Geschäftsmann Service und Beratung. Auch bei Umzügen und Urlaubsbetreuung bekommen Kunden Unterstützung

Anzahl der Katzen schätzt Sonnenberg auf 200.000. Ende 2016 waren 104.757 Hunde steuerlich erfasst, 2.160 mehr als im Jahr zuvor. Dazu kommen noch viele „schwarz“ gehaltene Hunde, über deren Anzahl verlässliche Schätzungen nicht möglich sind.

Von der Hunde-Hauptstadt Berlin spricht auch die ehemalige Kostümbildnerin Stephanie Polo, die in ihrem Schmargendorfer Laden-Atelier „Rund um Hund“ Mäntel, Betten, Decken und Taschen schneidert. „Als mein früherer Dackel sehr alt und sein Fell sehr dünn wurde, hat mir die Tierärztin zu einem Mantel geraten.“ Den hat Stephanie Polo dann gleich selbst genäht – und fand Spaß daran. Sie nähte weiter und verkaufte die Hundeklamotten auf Märkten, bis sie vor drei Jahren ihr Geschäft an der Hundekehlestraße aufmachte. Dort misst sie die Tiere ihrer Kunden aus und fertigt individuelle und passgenaue Regen- oder Wintermäntel, die je nach Größe und Stoff zwischen 95 und 130 Euro kosten. Auch ihre Dackeldame Mia geht wegen ihres kranken Rückens nur noch mit Mantel auf die Straße. Wenn Hunde sich damit unwohl fühlten, weiß „Rund um Hund“-Inhaberin Polo, würden sie sich die Stücke gar nicht erst anziehen lassen oder sich damit nicht vom Fleck bewegen. „Inzwischen habe ich auch Geschirre und

Halsbänder aus Fettleder im Angebot – außerdem Fressnäpfe, Spielzeug und Pflegeutensilien.“

Da Stephanie Polo das Maßband lieber selbst anlegt, verzichtet sie bisher auf Online-Handel. Andere lokale Mitbewerber wie Society Dog, die extravagante Hundemode in verschiedenen Größen „von der Stange“ anbieten, machen dagegen einen Großteil ihres Geschäfts übers Netz. Mit von der Partie ist auch die Kielerin Koko von Knebel, die als Jurorin der Casting-Show „Top Dog – Deutschland sucht den Superhund“ bekannt wurde und zehn Couture-Boutiquen unterhält, zwei davon in Berlin, eine im KaDeWe und eine, Koko von Knebel by Udo Walz, in der Uhlandstraße.

Vielfalt ist Stärke der Berliner Wirtschaft

„Auch wenn wir mengenmäßig von einer relativ kleinen Zahl von Unternehmen sprechen – darunter etwa 90 Großhändler und über 550 Einzelhändler –, spiegelt der Bereich Tierbedarf sehr gut eine der Stärken der Berliner Wirtschaft wider: die Vielfalt.“ Für IHK-Branchenkoordinator Hartwich liegt der Vorteil vieler Fachhändler in der Spezialisierung, in exzellenter Beratung und im Service. Darauf legt auch Christian Fels, der seit über 25

Jahren in Lichtenberg sein Fachgeschäft Fels Aquaristik führt, größten Wert. Er verkauft Aquarien mit Technik, Einrichtung und Wasserpflanzen, Futter, Zubehör, Bücher und natürlich Fische – vor allem aus den afrikanischen Malawi- und Tanganjika-Seen, aber auch gesunde Nachzuchten von kleinen und großen Fischen aus aller Welt oder besondere Regenbogenfische. „Unsere Kunden sind intensiv interessiert an einer guten Beratung und wollen gut bedient werden“, sagt Christian Fels. Sein fachlicher Beistand ist ebenso gefragt, wenn es um die regelmäßige Pflege von kleinen und großen Aquariensystemen und Tieren geht, um Umzüge oder Urlaubsbetreuung. „Dieser Service und die Fachkompetenz unterscheiden uns wesentlich von den Ketten und Baumärkten, die ebenfalls Aquaristik-Abteilungen unterhalten.“

Vor 1989 war es ruhig und überschaubar

Auf Ross und Reiter hat sich das Reitsport-Center Hoffschild in Wilmersdorf spezialisiert. Das älteste und größte Pferdesport-Geschäft der Stadt gibt es seit 1972, Inhaber sind die Eheleute Karin und Hans-Joachim Hoffschild. Auf 500 Quadratmetern findet sich so gut wie alles, was Hobbyreiter oder Turniersportler brauchen – von der Bekleidung über Helme, Stiefel, Gerten und Sporen, Sättel und Zaumzeug bis zu Pferdedecken, Pflege- und Futtermittel oder Longierbedarf. Als 1989 die Mauer fiel, weitete sich der Markt für Pferdesportartikel aus. „Vor der Wende war es ruhig und überschaubar“, sagt Karin Hoffschild, „und danach waren Tür und Tor ins Umland offen, kamen viel mehr Reiter und Ställe dazu.“ Heute sind im Landesverband Pferdesport Berlin-Brandenburg über 460 Vereine mit 16.000 Mitgliedern und rund 190 Pferde-Betriebe organisiert. „Weil die Nachfrage wuchs, sind wir mit der Wende dann von unserem kleineren Geschäft am Amtsgericht Charlottenburg an den Hohenzollerndamm gezogen.“ Hier sind zurzeit zehn Mitarbeiter beschäftigt, „alle vom Fach, ehemalige Reitlehrer, Pferdefachwirte oder aktive Reiter mit viel Erfahrung“. Für Pferde-Liebhaber wartet Berlin sogar mit einer eigenen Messe auf: Vom 25. bis 28. Januar findet die Pferdesportmesse Hippologica statt.

Einige Wochen später wird dann im Berliner Zoo alle Aufmerksamkeit auf die Pandabären gerichtet sein – dann beginnt die Paarungszeit. Und sollten Meng Meng und Jiao Qing tatsächlich den ersehnten Nachwuchs bekommen, werden die Schlangen vor den Kassen sicher noch länger. ■

”
Nach der Wende waren Tür und Tor ins Umland offen, kamen viel mehr Reiter und Ställe dazu.

“

Reitsport-Center Hoffschild

Karin Hoffschild,
Mitinhaberin

Das älteste Berliner Geschäft für Pferdesport wurde 1972 gegründet und bietet von Futtermittel bis Sättel alles rund um den Reitsport

Nach dem Mauerfall zog das Unternehmen wegen der größeren Nachfrage in neue Räume an den Hohenzollerndamm

WWW.BARTRAM-BAUSYSTEM.DE

Von der Vision zum Projekt.

2800
Referenzen
im Industrie- und Gewerbebau



BARTRAM 
BAU-SYSTEM

Das individuelle Bau-System

- ✓ Entwurf und Planung
- ✓ Festpreis
- ✓ Fixtermin
- ✓ 40 Jahre Erfahrung
- ✓ Alles aus einer Hand

Wir beraten Sie gern persönlich.

Dipl.-Ing. Fr. Bartram GmbH & Co. KG
Ziegeleistraße · 24594 Hohenwestedt

Tel. +49 (0) 4871 778-0
Fax +49 (0) 4871 778-105
info@bartram-bausystem.de



MITGLIED GÜTEGEMEINSCHAFT BETON

BERLINER WIRTSCHAFT

- das reichweitenstarke
Wirtschaftsmagazin für Berlin.

Der schnelle Weg zu Ihrer Anzeige:

Telefon: 030/25 91 74 590

E-Mail: philipp.berens@axelspringer.de

Der direkte Draht:
www.ihk-berlin.de

**Jetzt
buchen!**