

Bosch Tiernahrung unterstützt Tierschutz

Bosch Tiernahrung unterstützt die acht Tierschutzvereine der Spendenaktion „Hilfe für Galgos in Not“ von Initiator Veto (Vereinigung europäischer Tierschutzorganisationen) mit insgesamt

16.000 Euro. Mit dieser finanziellen Hilfe wollen die Tierschutzvereine die aussortierten und teilweise schwer verletzten spanischen Jagdhunde medizinisch versorgen.



16.000 Euro hat Bosch Tiernahrung für die Rettung spanischer Jagdhunde gespendet.

PAW Europe bietet Set für den Fachhandel

PAW Europe („alcott“) sieht Urlaub in Deutschland in diesem Jahr als wichtigstes Thema im Heimtierzubehörsegment. Das Unternehmen bietet dem Zoofachhandel hierzu als Einstieg in die Saison ein limitiertes An-

gebot mit zehn „alcott“-Teilen zu einem besonderen Set-Preis. Das Sortiment umfasst neben Hundeschlafsäcken und Outdoor-Zelten auch praktisches Zubehör wie etwa ein Erste-Hilfe-Set oder ein ergonomisch geformter Reisenapf.

Rekordumsatz bei Kräuter Mix

Kräuter Mix erzielte 2020 mit 132 Mio. Euro einen neuen Rekordumsatz in der 102-jährigen Firmengeschichte. Der international agierende Industrielieferer beschäftigt 475 MitarbeiterInnen und zählt damit nach eigenen Angaben zu den führenden Her-

stellungs- und Handelsunternehmen für luftgetrocknete pflanzliche Rohstoffe. Tätig ist das Unternehmen für die Warengruppen Lebensmittel, Phytopharmaka, Tee, Extrakte, Spirituosen und Tiernahrung.

Heimtierprodukte treiben das Wachstum

Im Geschäftsjahr 2020 haben die Purina-Heimtiernahrungsprodukte wesentlich zum organischen Wachstum von Nestlé in Höhe von 3,6 Prozent beigetragen. Dies gab der Schweizer Konzern bekannt. Vor allem die Premiemarken „Purina Pro Plan“, „Purina ONE“ und „Felix“ sind nach Angaben des Unternehmens stark gewachsen. Auch beim E-Commerce, der 2020 einen Anteil von 12,8 Prozent am Gesamtumsatz erreicht hat, haben Heimtierprodukte zu den wichtigsten Wachstumstreibern gezählt.

In den Auslandsmärkten hob Nestlé hervor, dass in Nordamerika die Purina-Heimtierprodukte den höchsten Wachstumsbeitrag aller Produktkategorien erzielt haben. Die Premiemarken „Purina Pro Plan“, „Purina ONE“ und „Fancy Feast“ verzeichneten sogar ein zweistelliges Umsatzplus.

Auch in Lateinamerika legten die Purina-Heimtierprodukte nach Nestlé-Angaben zweistellig zu. In Europa, dem Mittleren Osten und Nordafrika (EMENA) gehörten die Heimtierprodukte ebenfalls zu den dynamischsten Umsatzrennern: Die Marken „Felix“, „Purina Pro Plan“, „Lily's Kitchen“ und das auf individuelles Hundefutter spezialisierte Unternehmen Tails.com seien jeweils zweistellig gewachsen.

Beim Umsatz mit Purina-Produkten für Heimtiere erzielte der Konzern in China ebenfalls ein starkes zweistelliges Wachstum, das von der Marke „Purina Pro Plan“ und der Einführung von Veterinärprodukten getragen wurde. In Ozeanien verbuchte der Konzern „ein robustes, breit abgestütztes Wachstum“, das von Purina-Produkten für Heimtiere angetrieben worden sei.



Die Heimtierprodukte von Nestlé Purina sind in der ganzen Welt sehr begehrt.