



Edeka und Rewe treffen derzeit auf einen besonders schweren Gegner: Mars aus der aufstrebenden Fußballnation USA. Im aktuellen **Preiskampf könnten die beiden Händler in die Defensive geraten** – vor allem mit Blick auf den Lieferstopp von bekannten Tiernahrungsmarken. "Oftmals wird alternatives Futter von den Vierbeinern verschmäht und zwingt die Konsumenten, den Händler anzusteuern, der das benötigte Produkt vorrätig hat", sagt **Sven Reuter** (Foto). Folglich sei es in dieser Kategorie auch nicht leicht, die Kunden von den Eigenmarken zu überzeugen: "Das haben die Produktentscheider des Handels offensichtlich nicht so ganz bedacht", so der Gründer und CEO des Unternehmens My-Valueshopping, das die Preisvergleichs-App Smhaggle vertreibt. Fazit: **Tiernahrungskäufer** wollen in der Regel "das Beste" für ihre Vierbeiner, sind daher markentreu und **generieren überdurchschnittliche Umsätze**. Solche Kunden möchte eigentlich kein Händler verlieren.

[Jetzt im E-Paper lesen »](#)

