

Die Gefahr ist sein Geschäft

Ein Rotfeuerfisch brachte ihn beinahe ums Leben, eine Bank trieb ihn fast in den Ruin. Wie ein Zoofachhändler mit riskantem Geschäft solide wirtschaftet.



Die Boa constrictor, ein Dreihornchamäleon und mittendrin: Geschäftsführer **Norbert Zajac**.

Von Kinza Khan

EIN KURIOSITÄTENKABINETT auf über 12.000 Quadratmetern: Im Innenbereich bahnt man sich seinen Weg durch lebensgefährliche Feuerfische, Faultiere, die von der Decke hängen und schreiende Affen. Draußen stolzieren die Pfaue umher, Tauben gurren wild durcheinander und Erdmännchen warten darauf, gefüttert zu werden. Inmitten dieses Spektakels fährt Geschäftsführer Norbert Zajac mit seinem Elektroroller durch den Laden. Laut Guinness-Buch der Rekorde ist dies die größte Tierhandlung der Welt – mitten im Ruhrpott. Mit Groß-, Einzel- und Versandhandel von zoologischen Artikeln und Tieren erwirtschaftet er seinen Umsatz. Ein riskantes Geschäft, mit dem er bereits in jungen Jahren begann.

Als Kind kauft Zajac für je vier D-Mark mehrere Wellensittiche, durch den Entzug des Nistkastens gelingt es ihm, das Brüten hinaus zu zögern. So kann er die Jungtiere zeitverzögert im Winter verkaufen, wenn die Nachfrage besonders hoch ist. Sein Plan geht auf: Er verkauft sie für je zehn D-Mark weiter. Es ist sein erster Erfolg, doch ihm ist auch klar, dass der Handel mit Tieren ein sehr volatiles Geschäft ist. Also entscheidet er sich für eine ordentliche Lehre. Stahl-

bauschlosser soll es sein, doch nicht weil es ihn thematisch besonders interessiert, sondern weil man als Schlosser so früh Feierabend hat, so dass man sich auch noch um das Geschäft mit den Tieren kümmern kann. Und wie es der Zufall will, entdeckt er die Anzeige einer Zoohandlung, die zum Verkauf steht. Die führt ihn auf seinen Pfad als Zoofachhändler, der ihn schwer an seine Grenzen bringen wird – körperlich wie finanziell.

Null Eigenkapital // Es ist das Jahr 1975, als Zajac 20 Jahre alt ist und über keinerlei Eigenkapital verfügt. Glücklicherweise ist der Vater Beamter. Er bürgt bei der Bank und Zajac kann mit einem Kredit von 100.000 D-Mark die 65 Quadratmeter Ladenfläche übernehmen. Peu à peu erweitert er durch die Übernahme benachbarter Räume und Gebäude die Fläche auf zuletzt 500 qm. Er verkauft Vögel, Fische, Nagetiere, aber auch Hunde und Katzen samt Futter und Zubehör. Es sind jene Zeiten, wie er sie schildert, in denen man zu seiner Hausbank geht, ein solides Geschäft nachweist, per Handschlag das Geld zugesichert bekommt, und kurz danach ist das Geld auf dem Konto. Zeiten, die sich schon bald verändern werden. Er nutzt die Zeit, veranstaltet Messen, verkauft im

Einzelhandel und über Kataloge, erreicht einen gewissen Bekanntheitsgrad. Nun will der risikofreudige Geschäftsmann weiter expandieren. Eine zum Verkauf stehende Halle von 13.500 Quadratmeter hat er ins Auge gefasst, 6.000 davon seien kurzfristig kündbar und damit verfügbar.

Alles auf eine Karte // Er geht in alter Manier den Gang zur Hausbank und fragt nach einem Kredit. Die Rede ist von 13 Millionen D-Mark. Die Bank lehnt diese hohe Summe ab, verspricht aber eine Prüfung, zehn Millionen könne man sich eventuell vorstellen, erinnert sich Zajac an das Gespräch. Ein halbes Jahr wartet er auf die Nachricht der Bank: Es sind jetzt nur noch acht Millionen, und über die müsse man neu verhandeln. Es folgen weitere Verhandlungsrunden. Am Ende ist die Rede von vier Millionen Euro. Auf die verlässt sich Zajac – so wie es in alten Zeiten eben gängige Praxis war. Er beginnt zusammen mit 12 Handwerkern die Arbeit in und an der Fertigungshalle. Er investiert sein gesamtes Eigenkapital; als das ausgeht, wendet er sich an die Bank. Doch die hat nochmal alles durchgerechnet und mit anderen Geschäften in der Branche verglichen. Man diagnostiziert ihm Gigantomanie, von der Bank gibt es deswegen kein Geld mehr. Zajac



steht nun inmitten einer unbrauchbaren Bruchbude und vor dem finanziellen Ruin. Es scheint das Ende eines riskanten Geschäfts. Aber was tun mit den Tieren – verkaufen, teilweise einschläfern? Er hat nicht mehr viel zu verlieren, aber immerhin eine gute Idee. Also begibt er sich in eine rechtliche Grauzone.

Urvater des Crowdfunding // 400.000 Adressen sind es mittlerweile, an die der unternehmenseigene Katalog verschickt wird. Über diesen Weg wendet er sich direkt an seine Kunden: Er legt einen handgeschriebenen Zettel in den Katalog, erklärt seine dramatische Lage und richtet einen sehr persönlichen Appell an sie: „Ich brauche dringend Geld, hafte dafür mit meinem Privatvermögen.“ Für das entgegengebrachte Vertrauen würde er sich mit sieben Prozent Zinsen bedanken. Eine Vorgehensweise, die heute in Zeiten des Crowdfunding niemanden verwundert, ist 2004 noch völlig unbekannt. Mit diesem unorthodoxen Vorgehen ruft er diverse Behörden auf den Plan. Doch er ist verhandlungsbereit und einsichtig, kooperiert mit den Behörden, und diese zeigen sich versöhnlich. Sein Plan geht erneut auf: Er sammelt rund 1,5 Millionen Euro. Damit hat er zwar einen gewissen Puffer, aber auch einen neuen Schuldenberg. Zur Eröffnung

ist bei Weitem nicht alles fertig gestellt, dafür schießt der Stapel Mahnungen in die Höhe. Mit den ersten Umsätzen will er sie begleichen, dennoch ist er sich bewusst: Sollte das Geschäft nicht ab der ersten Woche tragen, steht er vor dem Aus. Doch sein Konzept zündet und so kommt es nicht soweit: Die Investoren, Kunden und eine außergewöhnliche Neustrukturierung des Geschäftsmodells haben ihn über den Berg getragen.

Es ist das Erlebnis // Heute sind es nicht die Tiere, die ihm den Umsatz bescheren, sondern eine Mischung aus Expertise, Erlebnis und Service. Anstatt des Geschäfts tritt bei Zajac der Eventcharakter in den Vordergrund: Am Eingang stehen die vollen Eistruhen, die Kunden sollen mit einem Eis in der Hand durch die Halle flanieren. Die ist aufgebaut wie eine Messe. Der Kunde ist Besucher: Überall gibt es Tiere zu sehen, rund 200 artenspezialisierte Mitarbeiter beantworten Fragen, drei Tierärzte und Tierpfleger sind rund um die Uhr im Einsatz, gegen geringes Geld überprüfen sogar Diplombiologen das Teichwasser der Kunden. „Denn was viele nicht wissen: Nicht die erkrankten Tiere sind das Problem im Teich, sondern das Teichwasser“, so Zajac. Kunden, die die Tiere erwerben wollen, werden auf Herz und Nieren geprüft, viele gar abgelehnt. Wer etwa ein Liszt-Äffchen kaufen möchte, hat einen langen Weg vor sich – über einen mehrwöchigen Einsatz im Zoo bis hin zu Prüfungen, die er ablegen muss. Es ist nicht das Geschäft mit den Tieren, sondern das Geschäft mit dem Interesse der Menschen an den Tieren und deren Haltung. So wird der Gewinn vor allem durch das immense Sortiment an Zubehör erzeugt, das besonders verständlich, nützlich und natürlich greifbar dargeboten wird. Jeder Hobbybastler soll sich, ausgestattet mit Fachexpertise aus der Bibliothek und durch die Gespräche mit Mitarbeitern, mit Teilen für sein besonderes Terrarium oder seinen Traumteich eindecken können – YouTube-Clips helfen bei jedem Schritt.

Mit diesem Konzept macht Zajac heute 15 Millionen Euro Umsatz im Jahr und zählt eine Million Besucher. Klingt

erstmal groß, doch die neue Gefahr sind nicht mehr die fehlenden Kredite, sondern der wachsende Internethandel. Auch in dieser Branche lassen sich Kunden bei ihm beraten, um ihr Futter und Zubehör dann günstiger bei der Konkurrenz online zu kaufen. Zajacs Weg ist also noch lange nicht vorbei und er bleibt weiterhin auf der Suche nach neuen Geschäftsmodellen, nach neuen Tieren und Tierarten.

Zoofachhandel ist ein riskantes Geschäft. Nicht nur weil es immer wieder Tierschützer auf den Plan ruft, sondern weil er ein besonders gefährliches Sortiment hat. Zweimal wurde er von einer Giftschlange gebissen, was verhältnismäßig glimpflich ausging. Doch dann kam der giftige Stich des kleinen Rotfeuerfisches. Danach musste er dreimal wiederbelebt werden. <<

kinza.khan@marktundmittelstand.de

ANZEIGE

**MITARBEITERMOTIVATION?
HIER KOMMT IHR TRUMPF:**



Fördern Sie die Motivation und Leistungsbereitschaft Ihrer Mitarbeiter und sparen Sie gleichzeitig bares Geld. Denn Tankgutscheine für Mitarbeiter sind bis zu 44 Euro pro Monat steuer- und sozialabgabenfrei.*

Mehr Informationen:
www.shellprepaidcard.de/HR

powered by **SPS**
Shell Prepaid Card

* Bitte fragen Sie zur steuerlichen Umsetzung in Ihrem Unternehmen stets Ihren Steuerberater.