

Kuin OMAA LASTA

Vartalon mukaan muovautuva tyyny,
päivähoitopaikka ja fysioterapiaa.
Eläimistä on tullut perheenjäseniä.
Tämän ovat huomanneet myös
lemmikkien tarvikkeiden
ja palvelujen myyjät.

TEXTI Joanna Palmén KUVAT Antti Mannermaa





Viime vuonna Suomessa syntyi 45 597 lasta ja Suomen Kennelliitto rekisteröi 45 111 koiraa.

Suomessa on paljon enemmän lemmikkieläimiä kuin lapsia. Koiria on noin 700 000 ja kissoja ainakin 600 000. Pääille vielä kanit, jyrsijät, käärmeet ja kilpikonnat.

Alle 15-vuotiaita lapsia on noin 880 000.

Musti Groupin toimitusjohtajan David Rönnbergin mukaan lemmikkien määrän kasvuun on neljä syytä:

Lapsia tehdään entistä myöhemmin, ja sitä ennen on tilaa lemmikille.

Lapset kiusaavat vanhempiaan loputtomilla lemmikkienleluilla.

Kun lapset muuttavat pois kotoa, tarvitsevat vanhemmat jonkin, jota hoitaa.

Vanhuksket ovat usein yksinäisiä, ja lemmikki helpottaa.

"Yksi asia yhdistää näitä kaikkia", Rönnberg sanoo tiedotustilaisuudessa Helsingin pörssin kokoushuoneessa. "Rakkaus."

Rakkaus on synnyttänyt paljon liiketoimintaa. Niinpä Rönnberg onkin täällä kertomassa, että lemmikkien ruokaa ja tarvikkeita myyvä Musti Group aikoo listautua Helsingin pörssiin.

Arviot lemmikkeihin liittyvän markkinan koosta

Suomessa vaihtelevat 820 000 eurosta yli miljardiin. Lemmikkiliiketoimintaan lasketaan lemmikkieläinten ruoka, herkut, tarvikkeet ja lelut, eläinlääkäripalvelut sekä muut palvelut.

Lemmikkien määrä Pohjoismaissa kasvaa 0,7 prosenttia vuodessa, mutta lemmikkimarkkina kasvaa yli neljää prosenttia, koska lemmikinomistajissa on menellään rakennemuutos.

Yhä useampi lemmikinomistaja on lemmikkivanhempi, *pet parent*. Lemmikkivanhempi panostaa lemmikkiinsä kuin vanhempi lapseensa. Ostaa sille hyvälaatuiset varusteet, käyttää herkästi lääkärisä, viettää suuren osan vapaa-ajastaan lemmikin kanssa, pitää sitä perheenjäsenenä.

Mikä parasta, lemmikkivanhempi käyttää lemmikkilnsä kaksinkertaisen summan rahaa - Mustin mukaan 800 euroa vuodessa - verrattuna lemmikinomistajaan. Niinpä lemmikkivanhempien määrän kasvu tarkoittaa markkinan kasvua.

SUUREN OSAN KASVAVASTA MARKKINASTA ON ottanut tampereläislähtöinen Musti Group, joka toimii Suomessa brändillä Musti ja Mirri. Yritys myy noin kolmanneksen Suomen lemmikinruuista ja -tarvikkeista. Toisen kolmanneksen myyvät *Kesko* ja *S-ryhmä*, lopun pienet toimijat ja ulkomaiset verkkokaupat.

Omalla turkilla. Kissoille ei Suomessa ole juurikaan vaatteita myynnissä.

Kohti ruokapöytää. Kuppiteline (Paikka) säästää ison koiran niska.

Tyypillinen lemmikkialan firma on pieni, liikevaihdoltaan alle puolen miljoonan euron yritys, jolla on henkilöstöä keskimäärin 11. Liikevoittoprosentti on keskimäärin 3,3, ja tilikauden tuloksen mediaani 10 000 euroa. Sijoitetun pääoman tuotto on noin 8 prosenttia. Toistaiseksi ala ei siis ole mikään kultakaivos.

Musti Groupin liikevaihto viimeksi päättyneellä tilikaudella oli 247 miljoonaa euroa, jossa oli kasvua 14 prosenttia. Liiketulosta yhtiö teki 12,5 miljoonaa. Runas puolet liikevaihdosta tulee Suomesta.

Mustin ja *Mirrin* kasvu kansainväliseksi lemmikkien ruoka- ja muotikonserniksi alkoi vuonna 2010, kun pääomasijoitusyhtiö *Pohjola Capital Partners* (myöhemmin *Vaaka Partners*) osti sen. Toimitusjohtajana ja osamistajana aloitti jo aiemmin yhtiössä mukana ollut *Mika Sutinen*. Vuonna 2014 ruotsalainen pääomasijoittaja *EQT* osti yhtiön koko osakekannan. Musti laajeni yritysostoin Ruotsiin vuonna 2012 ja avasi ensimmäisen Norjan-myyvälän 2017.

"Olen ylpeä siitä, että suomalainen retail-yritys on mennyt Ruotsiin ja Norjaan, eikä toisin päin", sanoo *EQT*:n maajohtaja, osakas ja Musti Groupin hallituksen jäsen *Vesa Koskinen*.

EQT pysyy merkittävänä omistajana listautumisen jälkeenkin. Miksi lemmikkiala kiinnostaa pääomasijoitusyhtiötä?

"Tämä on ollut kasvumarkkina pitkään, ja uskomme, että se on myös tulevaisuudessa kasvumarkkina. Ihmiset panostavat enemmän ja enemmän lemmikkiensä hyvinvointiin. Se on ainutlaatuinen kombinaatio kasvua ja ei-syklisyyttä", *Koskinen* sanoo.

Lemmikkibiisnes ei siis heilahtele talouden suhdanteiden mukaan. Mustilaiset kertovat mielellään Britanniassa vuonna 2012 tehdystä tutkimuksesta, jonka mukaan lemmikinomistajat tinkivät ennen lämmityksestä, lomabudjetista tai polttoaineista kuin lemmikkinsä ruuasta tai tarvikkeista.

"Mustin arvonluontitarina tästä eteenpäin on selkeä: paranna peliä Suomessa, tuo Ruotsia enemmän Suomen tasolle ja kiihdytä kasvua Ruotsissa ja Norjassa. Jokaisessa on tehtävää, mutta käytettävä pelikirja on sama ja tuttu", *Koskinen* markkinoi yhtiötä sijoittajille.

Osakcannissa yhtiö hakee 45 miljoonan euron varoja, ja sen yhteydessä *EQT* myy omia osakkeitaan noin 106 miljoonalla eurolla. Annin tuotoista suuri osa menee velkojen ja korkojen takaisinmaksuun, ja listautumisen jälkeenkin yhtiölle jää reilut sata miljoonaa euroa pankkilainaa ja vuokraveloja.

Musti Groupilla on Suomessa, Ruotsissa ja Norjassa jo 277 myymälää. Kun kivijalkaliikkeet ja ostoskeskukset kituvat verkkokaupan paineessa, Musti perustaa uusia myymälöitä. Oma verkkokauppa tuo vain viidenneksen liikevaihdosta.

Musti ja Mirri onkin "omnikanavainen", eli yhteistyö verkkokaupan ja kivijalan välillä pela. Asiakas voi valita, tuleeko tuote kotiin vai noutaako hän sen myymälästä - jos vaikka samalla pitää kysyä neuvoa. Musti panostaa asiakaspalveluun. Henkilökunta neuvoa, jos koiran turkki on eloton tai kanin kakka vääränlaista.

Eniten uusia asiakkaita Musti ja Mirri uskoo saavansa päivittäistavarakaupasta, sanoo yhtiön Suomen maajohtaja *Juhana Lamberg*.

"Ihmisten ajatus on, että 'en tiedä mitä ruokaa valita, se lemmikki on mulle kaikki kaikessa, haluan tietää miten se voi'. Päivittäistavarakauppa ei vastaa tuon neuvonnan kysyntään."

LEMMIKKI-STARTUP PAIKAN KOIRANPETI ON tehty infrapunakankaasta, joka heijastaa eläimen lämpöä takaisin kehoon ja nopeuttaa palautumista. Täytteenä on "memory foam", joka muotoutuu nukkujan kehon mukaan. Eräänlainen koirien Tempur-tyyny siis. Hinta on satasten luokkaa.

Yritys sai alkunsa itsestään viileneivistä kulhoista. Kun kulhon laittaa hetkeksi juoksevan veden alle, se pitää ruuan tai veden raikkaana ja bakteerit vähissä useita tunteja. Suomalainen designyritys *Magisso* käytti materiaalia ensin salaattikulhoissa, viinicoole-reissa ja muissa ihmisten astioissa. Koirankulhoista tuli sellainen menestys, että yhtiön omistajat päättivät perustaa spinoff-yrityksen kehittämään koiran-

tarvikkeita uusista teknisistä materiaaleista. Paikka syntyi viime elokuussa.

Paikka haluaa tuotteensa myyntiin muuallekin kuin lemmikkikauppoihin. Se on tutkinut, että ihmiset ostavat mielellään tuotteita lemmikilleen samasta paikasta kuin itselleen.

"Kun menet ostamaan sänkyä itsellesi, mahdollisesti haluaisit ostaa pedin myös koirallesi samasta paikasta", sanoo Tea Kainu, Paikan toimitusjohtaja. "Tai kun menet Stadiumista hakemaan ulkoilutakkia itsellesi, olisikin aika kiva, kun saisit sieltä lemmikin takin."

Suomessa Paikan tuotteita on toistaiseksi myynneissä *Verkkokauppa.comissa* ja lemmikkiliike *Faunataressa*, mutta Yhdysvalloissa niitä saa muun muassa *Bloomingdale's*-tavaratalosta ja *Crate & Barrel* -kodintavaraketjusta.

Myös tuotteiden valmistajat ovat niin sanotusti ihmispuolelta. Esimerkiksi *Lindexin* vaatteita on tehty Kainun mukaan samoissa tehtaissa kuin Paikan vaatteita.

"Ihmispuolella on täysin erilaiset resurssit löytää laadukkaita materiaaleja ja toiminnallisia kankaita."

Kainulla on hyvät suhteet ihmispuolen valmistajiin. Hän on työskennellyt pitkään muotialalla *Sokoksessa*, *Seppälässä* ja *H&M:ssä*. Koiranäytteilyitä hän on kiertänyt teinistä alkaen. Hän ompeli 1990-luvulla koiralleen itse kurahaalarit, sillä niitä ei ollut missään saatavilla.

Neljä vuotta sitten Kainu meni Mustille ja Mirrille tuoteriippäpäälliköksi. Tutkiessaan markkinoilla olevia lemmikkituotteita hän hämmästytti, miten vähän ne olivat kehittyneet sitten 90-luvun.

"Ihmistuotteiden kehityskaari on ollut valtava, kun taas lemmikkituotteet ovat aivan samoja. Joo, nahkatuolit oli vaihtunut nyloniin, mutta kulhojen muodot olivat samat, materiaalit olivat samat, pedit olivat aivan samannäköisiä kuin ennen, näytelyhäkit myös." Silloin Kainu tajusi bisnespotentiaalin.

Magisson väkeen hän tutustui Mustissa ja Mirrissä, jossa oli myynnissä Magisson koirakulhoja.

Herkkuja hurtalle

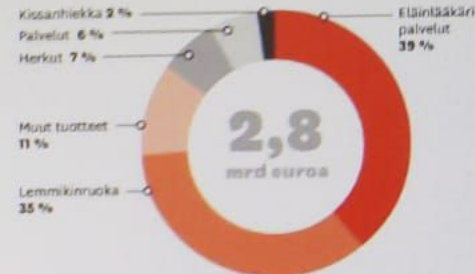
Kotitalouksien kulutusmenot lemmikkeihin, euroa keskimäärin vuodesta 1985¹⁾



¹⁾ Luvut ovat keskimääräisiä kaikilla kotitalouksilla. Mukana on siis myös kotitaloukset, joilla ei ole lemmikkiä. Tästä syystä numerot eivät kerro totuutta kotitalouksien määrän suhteen. ²⁾ Käypä hintaindeksi. Lähde: Tilastokeskus

Pysy terveenä kisu

Pohjoismaiden lemmikkieläinmarkkina



Lähde: Mott Group / Statista.com

"Kyllä lasten ja lemmikkien tuotteissa on paljon yhtäläisyyksiä."

kannalta, ja mun mielestäni taas vaaleanpunainen on tosi kaunis. Näen, että käytännöllinen ja tekninen tuote voi olla myös tyylikäs ja kaunis."

Showroomin pöydällä lepää vaaleanpunainen koiran ulkoiluasu. Se on kauttaaltaan heijastavaa kangasta. Siinä on lämmitettävä villasekoitevuori, ja se on samalla sadetakki.

"Kaikki saumat on teipattu", Kainu mainostaa.

Kuulostaa aivan lasten välikausimalliston myyntiesittelyltä.

"Kyllä lasten ja lemmikkien tuotteissa on paljon yhtäläisyyksiä. Pyrimme esimerkiksi noudattamaan mahdollisimman paljon lasten turvallisuusmääräyksiä. Ja toisaalta meillä on paljon materiaaleja, joita voisi hyödyntää lasten tuotteissa. Nyt meillä on myynnissä aikuisten heijastava anorakki. Ei varmasti mene kauan, että siitä täytyy saada lasten versio."

Onko tämä eläinten inhimillistämistä?

"Ei missään tapauksessa. Se on sitä, että koirasta tulee perheenjäsen. Meille on äärimmäisen tärkeää, että koiraa saa olla koirana ja käyttäytyä lajityypillisellä tavalla. Emme tule koskaan tarjoamaan koiralle naamiaisasuja tai syöttötuolia ruokapöydään", Kainu lupaa.

ETEISESSÄ ON RIVI LOKEROJA, JOIDEN PÄÄLLÄ on hoidokin nimi. Naulakossa roikkuu kuravaatteita. Oviaukot on suljettu turvaporiteilla.

Haju ja ääni kuitenkin paljastavat, että täällä ei hoideta lapsia. 200-neliöisessä kivijalkaliiketilassa Helsingin ydinkeskustassa, Kalevankadulla, on koirapäiväkoti nimeltä *Koiraparikki*. Siellä on päivähoitossa parikymmentä erikokoista koiraa. Vähän väliä joku haukkuu.



Palautumispeti. Capon pedissä on infrapuna- ja ultraviolettivalon avulla parantava verenkierto ja suonitukosten palautuminen.

"Taaha, quiet!" Raisa Kouhia kommentaa. Myös kansainvälisiä lemmikkejä!

57-vuotias Kouhia ajautui veljensä Terbo Kouhian kanssa koirapäiväkotiyrittäjäksi puolivahingossa, kun he ostivat yrityksen valkeuksiin ajatuneelta ystävältään vuonna 2015.

"Mä tulin mukaan sen takia, että musta tää oli pirun hyvä idea", Raisa Kouhia sanoo.

Espanjan Marbellassa lomaillessaan hän oli pannut merkkille ylellisen koirapäiväkodin, jonne olisi halunnut omatkin koiransa viedä. "Kuvittele iso valkoinen miljoonan marmoripalatsi uima-altainen, joka on vain koirille."

Aivan sellaista Kalevankadulla ei ole, mutta nyt Kouhian sisaruksilla on toinenkin koirapäiväkoti Espoossa, jossa heillä on vierekkäiset omakotitalot. Siellä toimii myös koirahotelli eli ympärivuorokautinen hoitopalvelu.

Pääkaupunkiseudulle on avattu viime aikoina useita koirapäiväkoteja. Yhteensä niitä ei Suomessa kuitenkaan ole kuin joitakin kymmeniä. Ruotsissa taas on noin 1 500 koirapäiväkotiä.

Kun päivähoito tulee puheeksi, melkein jokainen koira-alan toimija kertoo, että Ruotsissa laki kieltää jättämästä koira yksin yli kuudeksi tunniksi. Todelisuudessa tuntimääriä ei mainita laissa, vaan Ruotsin maatalousviraston ohjeistuksessa. Joka tapauksessa ero päivähoiton suosioon Suomessa on valtava.

Oliisiko tämä houkutteleva ala meillä? Näemmekö pian nopeasti kasvavan lemmikkien hoivaketjun - vaikka Musti Caren?

Musti Groupin toimitusjohtaja David Rönnerberg sanoo, että yrityksen tavoite on olla lemmikinomistajan kumppani kaikessa muussa paitsi sairaalahoidossa. Hän väläyttää "digitaalista päiväkotia". Mustilla onkin jo Kaverivahti-mobiilisovellus, jolla hoitajat ja lemmikit voivat löytää toisensa, ilmaiseksi.

Musti haluaa myydä palveluja, mutta toistaiseksi se myy lähinnä tavaraa. Tarjolla olevat palvelut ovat turkinhoitoa, kymmenleikkua, fysioterapiaa, koulutusta. Suomen maajohtaja Jubana Lambert suhtautuu varovaisesti päiväkotiajatukseseen.

"En tiedä, onko suomalainen asiakas vielä valmis maksamaan siitä. Hyvä koiranhoitopalvelu on sellainen, jossa on aktiiviteetteja koiralle, mikä sitoo työntekijöitä eli maksaa."

LEMMIKKIHOIVAN ONGELMA ON SIIS SAMAN KUN ihmishoivan: työvoimakustannukset. Lisäksi harvaan asutussa maassa sopivia päiväkotisijaintoja on vähän. Koiraparkin liikevaihto on noin 200 000 euroa ja liikevoittoprosentti Kouhian mukaan 5-10.

Toiminnan henkilöstökulut ovat korkeat. Yritystyöllistää kokopäiväisesti kuusi eläintenhoitajaa. Kouhia korostaa, että monissa päiväkodeissa koiria pide-

tään ainakin osan aikaa häkeissä tai kopeissa, sillä se vaatii vähemmän työvoimaa. Koiraparkissa koirat ovat koko ajan vapaina, keskenään kinaavat koirat erotetaan porteilla eri huoneisiin.

Espoon toimitilat ovat edulliset, koska ne ovat Kouhian sisarusten kodeissa. Mutta lattiat on remontoitava ja uusi pesukone ostettava miltei vuosittain. Ja koiranruokaa, tarvikkeita, leluja, huonekaluja menee.

Raisa Kouhia sanoo, että heillä on jatkuvasti täyttyä, eikä hoitola ole markkinoitu koskaan.

Koiraparkki haluaisi kasvaa. Se suunnittelee uuden päiväkodin avaamista Itä-Helsinkiin, mutta sopivan toimitilan löytäminen on vaikeaa. Kouhian mukaan kiinteistönvälittäjät eivät edes vastaa hänelle, kun kuulevat, että vuokralle tulisi koiria.

Koiraparkin hoidon hinta on 37 euroa päivästä ja 55-75 euroa vuorokausi. Täysihoidolla.

"Fakta: me ollaan kallis. Meidän asiakaskunta edustaa määrätynlaista tyyppiä. Ne ovat aika kiireisiä, menestyjiä, koska jos on varaa maksaa neljä tonnia vuodessa päiväkodista koiralle, et ole ihan tyhjätasku. Ne ovat pirun vaativia. Tiesin, että tuollaisille ihmisille ei riitä aamuseitsemstä iltakuuteen. Vaaditaan joustavuutta. Pitää tarjota myös 24/7."

Eli koirahotelli. "Minulle saattaa aamulla soittaa joku, että hei mä joudun lähtemään Saksaan enkä voi tulla hakemaan koira kuuteen mennessä. Sanon että selvä, otan koiran Espooseen mukaan", Kouhia kuvailee.

"Ja tiedätkö, mikä on hauskinta? Ne eivät kysy hintaa." Kuka nyt hintaa kyselisi, kun perheenjäsenellä on häitä.

Hevosienkin pitää mahtua leikkaussaliin

ELÄINLÄÄKÄRIPALVELUJEN MARKKINA muistuttaa eläintarvikkeiden markkinaa. On yksi iso toimija (Evidensia), yksi keskikokoinen (Omaeläinlinnikka) ja paljon pieniä.

Pitkään alalla toimi lähinnä yksittäisiä eläinlääkäreitä. 2010-luvun vaihteessa alkoi konsolidoituminen, jota käy seikka-peräisesti läpi toimittajayrityksen kirjottama teos *Kaikenkarvainen kansa. Miten koirista tuli*

miljoonabiznes (WSOY 2017). Monet eläinlääkärit myivät lääkäriasemansa ketjuuntuville toimijoille, koska halusivat keskittyä lääkärintyöhön.

Kilpakosijoina toimivat aluksi ruotsalaislähtöinen Evidensia sekä *Intera Partnersin* rahoittama *Animagi*. Vuonna 2014 Evidensia osti myös Animagin.

Omaeläinlinnikka syntyi vuonna 2017 pienempien ketjujen fuusiossa. Sen pääomistaja on pääomasijoittaja *Korona Invest*.

Euroopan suurimmaksi eläinlääkäriketjäksi kasvaneen IVC Evidensian omistaa *EQT*, joka omistaa myös nyt listautuvan *Mustin Groupin* enemmistön.

Yritys	Mitä tekee	Liikevaihto 2018, milj. euroa	Liikevaihdon kasvu (%)	Lähetulos 2018, milj. euroa	Huom./ tilikausi	Omistus
Musti Group	Tuottaa ja myy lemmikkien ruokaa ja tarvikkeita	246,7	14	16,27	tk 9/2019	Listautui juuri Helsingin pörssiin. Suurin osakkeenomistaja pääomasijoittaja EQT.
Evidensia	Eläinlääkäripalvelut	36,4	4	-4,31	tk 9/2018, 9 kk	Suurin omistaja EQT
Best Friend Group	Lemmikki tuotteiden kehittäjä, maahantuojia ja markkinoija. Tuottaa mm. Hurttakoiran tarvikkeita.	18,7	7	0,52	tk 12/2018	Kuuluisa Nordic Pet Care -konserniin, jonka suurin omistaja on tanskalainen sijoitusyhtiö MS2 Invest.
Omaeläinlinnikka	Eläinlääkäripalvelut	14,8	39	-2,11	tk 12/2018	Suurin omistaja pääomasijoittaja Korona Invest
MUSH	Valmistaa kissan ja koiran raakaruokaa ja herkkuja	8,9	10	0,52	tk 12/2018	Snellman Oy / Snellmanin suku
Eläinruokatehdas Lemmikki	Valmistaa ruokaa ja herkkuja koirille, kissoille ja linnuille	6,9	2	1,99	tk 12/2018	Ruotsalainen sijoitusyhtiö Serendipity
Oskutuote	Lemmikki tuotteiden maahantuonti- ja tukkuyritys, tuottaa jyrjäheiniä	6,2	16	0,40	tk 6/2019	Jukka Puustinen
Best-in	Valmistaa koiran ruokia ja herkkuja	5,1	4	0,36	tk 12/2018	Abria / HKScan yhteisyritys
Pekan Akvaario	Eläinruokien tukku kauppa	3,1	0	0,36	tk 3/2019	Peikka Urtamo ja perhe
Faunatar	Noin 25 franchise-myyälän akvaario- ja eläintarvikeyritys	2,3	-2	0,10	tk 2/2018	Johanna Valon perhe
Dagmark Petfood	Valmistaa koirien kuiva ruokaa	1,7	437	-0,35	tk 12/2018	Pauligin suvun sijoitusyhtiö English Tea Room, perustajat Laura ja Robert Strömberg, Pekka Siivonen-Uotila, Topi Jurvaan, Börje Norgård ja Jukka Kaitaranta

Löytyisikö näistä synergiahyötyjä?

Ei, sanoo EQT:n maajohtaja **Vesa Koskinen**. "Musti ja IVC Evidensia ovat kahden eri rahaston erillisiä sijoituksia. Mustin fokus on yhtiön itsetuottamisella palveluilla."

OMAEINLINNIKAN ENTINEN TOIMITUSJOHTAJA ja nykyinen hallituksen jäsen **Kustaa Piha** on ihmislääkäri. Hän on ollut perustamassa myös isoksi hoiva-alan toimijaksi kasvanutta *Med Groupia*. Muistuttaako eläinten hoivabiznes ihmisten vastaavaa?

"On ollut hauskaa ja mielenkiintoista, osin yllättäväänkin,

nähdä, miten paljon samankaltaisuuksia löytyy eri eläinlajien välillä." Piha kertoo. "On samanlaisia tauteja ja hoitomenetelmiä."

Liiketoiminnassa suuri ero on hänen mukaansa se, että eläinhoivan palveluissa on 24 prosentin arvonnävero, eikä yhteiskunta juuri subventoi toimintaa. Raha tulee kuluttajalta tai kiertää vakuutusyhtiön kautta.

"Ehkä eläinpuoli vaatii toimintoihin pikkuisen enemmän, esimerkiksi leikkaussaleissa pitää mahtua käsittelemään isojakin eläimiä. Ja se on avustuksen vähemmän henkilökustannuspainotteista kuin ihmispuolella", Piha vertaa.

Hän kiistää, että ketjuuntuuminen olisi nostanut palvelujen kuluttajahintoja.

"Kyllä yleinen hintatason nousu kuvaa eläinlääketieteen kehittymistä. Nyt osataan ja voidaan antaa parempaa hoitoa, ja toisaalta kuluttajien halu huolehtia omasta lemmikistä ja satsata siihen on kasvanut."

Piha uskoo, että konsolidoituminen eläinlääkärialalla jatkuu. Entä voisiko lemmikkitarvike- ja eläinlääkänpuoli yhdyttyä? Haluaisiko Omaeläinlinnikka laajentaa ruokaan ja tarvikkeisiin?

"Kyllä se on kiinnostavaa", Piha sanoo. "Meillä on jo pet wellness -konsepti, johon sisältyy

pieni myymälä klinikan yhteydessä. Sieltä voi ostaa eläinlääkärin suosittamia erikoisruokavaliota ja tarvikkeita."

Hän epäilee, että toisin päin laajentuminen tarvikkeista eläinlääkäripalveluihin voi olla hankalaa. "Eläinlääkärit ovat korkeasti koulutettuja, he arvostavat lääkäriyhteyttä ja sitä, että voivat hoitaa myös vaativia potilastapauksia. Eläinlääkärin näkökulmasta työ tarvikkeissa tai muussa, missä annetaan rajoitettua hoitoa, ei välttämättä ole niin kiinnostavaa. Mutta kuluttajan näkökulmasta kyse on myös siitä, miten helpoksi asiominen tehdään." ■