



In Mosbach wurde zuletzt der 900. Fressnapf-Markt in Deutschland eröffnet. (Symbolfoto)

08.05.2018 09:00 CEST

900 Mal in Deutschland! Die Fressnapf-Gruppe wächst und sucht zur „Interzoo“ Innovationen für die Heimtierbranche

Die Fressnapf-Gruppe setzt ihren Expansionskurs national wie international konsequent fort. Durch zwei neue Franchisepartner in Dresden und Kaiserslautern ist Fressnapf zuletzt bereits um neun nationale Standorte gewachsen. Mit Eröffnung des Marktes in Mosbach wurde nun sogar die Marke von 900 Märkten in Deutschland erreicht. Im Spätsommer steht dann mit der Eröffnung des insgesamt 1.500 Marktes der gesamten Fressnapf-Gruppe der nächste bedeutende Meilenstein an. Diese Zahl wird auch zur heute beginnenden Fachmesse Interzoo (08.-11. Mai 2018) besonders

interessant.

Auf der weltgrößten Zoofach-Messe wird die Fressnapf-Gruppe mit eigenen Scouts aktiv nach neuen Funktionalitäten, nachhaltigen Produktionsweisen und innovativen Designs Ausschau halten. Die Produkte, die unter dem Siegel „Innovation Selection“ gesucht werden, können außerdem bis zum 18. Mai 2018 über die Website www.fressnapf.com vorgestellt werden. Ziel ist es, ausgewählte Produkte schließlich europaweit im Marktnetz der Fressnapf-Gruppe zu vertreiben.

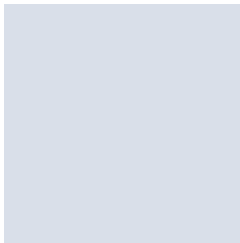
Innovation hat bei der Fressnapf-Gruppe vielfältige Facetten. Nicht nur die Neuartigkeit des Produkts entscheidet über seine Eignung zum europaweiten Vertrieb. Auch ein Zusatznutzen für Mensch und Tier oder eine ressourceneffiziente und damit umweltschonende Herstellung sind Kriterien für die Innovation Selection. Im Einzelnen bewertet Fressnapf mögliche Innovationen auf Basis unterschiedlicher Kriterien:

- **Neues Produkt (-segment):** Bei dem eingereichten Produkt der „Innovation Selection“ handelt es sich um ein Novum für die Branche bzw. für das Sortiment der Fressnapf-Gruppe.
- **Neuer Problemlösungsansatz:** Das Produkt ist in seiner Art entweder gänzlich neu oder eine Weiterentwicklung, die eine Vereinfachung oder Verbesserung für Tier und/oder Halter darstellt.
- **Zusatznutzen:** Das Produkt ist eine Weiterentwicklung eines bestehenden Produktes, das einen zusätzlichen Nutzen mit sich bringt.
- **Neuartiges Design:** Das Produkt zeichnet sich durch ein innovatives Design aus. Dies kann einhergehen mit einer neuartigen Funktionalität oder ausschließlich Designaspekte betreffen.
- **Nachhaltigkeit:** Das Produkt ist besonders ressourcenschonend hergestellt oder zeichnet sich durch andere Nachhaltigkeitsaspekte aus, z.B. geringer Energieverbrauch, weniger Abfall, nachhaltige Herstellung.

Vorschläge für die „Innovation Selection“ können ab sofort und bis zum 18. Mai 2018 über www.fressnapf.com eingereicht werden.

Die Fressnapf- Gruppe ist Marktführer im Heimtierbedarf in Europa. Das Unternehmen wurde 1990 von Inhaber Torsten Toeller in Erkelenz (NRW) gegründet. Zur Unternehmensgruppe gehören heute rund 1.500 Fachmärkte in elf europäischen Ländern (dort meist unter dem Namen Maxi Zoo) und mehr als 11.000 Beschäftigte. Moderne Märkte, kompetente Beratung, attraktive Preise, vielfältige Serviceangebote und ein Online-Shop machen die Fressnapf-Gruppe mehr und mehr zum Cross-Channel-Händler. Heute setzt die Unternehmensgruppe jährlich fast zwei Milliarden Euro um. Die Fressnapf-Gruppe ist Förderer verschiedener, gemeinnütziger Tierschutzprojekte und baut ihr soziales Engagement für die Beziehung zwischen Mensch und Tier stetig aus. Die Mission lautet: Wir geben alles dafür, das Zusammenleben von Mensch und Tier einfacher, besser und glücklicher zu machen.

Kontaktpersonen

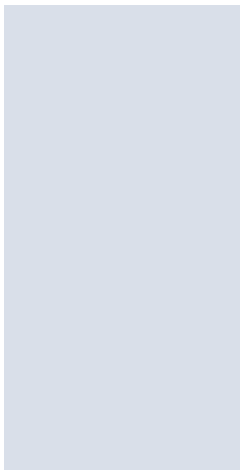


Redaktionelle Anfragen

Pressekontakt

Die Pressekontakte sind ausschließlich für die Beantwortung von Fragen von Medienvertreter:innen und Journalist:innen vorgesehen.

presse@fressnapf.com



Sebastian Boms

Pressekontakt

Corporate Communications

Sebastian.Boms@fressnapf.com

Julia Stüeken

Pressekontakt

Brand PR

julia.stueeken@fressnapf.com