



Komm, wir machen Zukunft.



28.06.2022 14:30 CEST

„Characters wanted“: Fressnapf-Gruppe startet neuen Arbeitgeberauftritt

Krefeld, 28.06.2022 – Schon vor der weltweiten Covid-Pandemie hat sich die Fressnapf-Gruppe als starker und wachsendes Unternehmen auf dem Arbeitsmarkt präsentiert. Dabei sind sowohl das emotionale Arbeitsumfeld im Heimtierbereich ebenso starke Argumente für eine Mitarbeit beim europäischen Marktführer, als auch die weitestgehende Krisenresistenz und -resilienz der Branche. Auch in herausfordernden Zeiten handelt die Fressnapf-Gruppe verantwortungsbewusst und aus wirtschaftlicher Stärke. Im Zuge der unternehmensweiten Transformation vom Versorger zum Umsorger und der Schaffung eines Ökosystems für alle Tierfreund:innen in Europa werden außerdem viele neue spannende Kompetenzen gesucht. Dazu hat die Fressnapf-Gruppe nun gemeinsam mit der Agentur BUTTER.People eine breit

angelegte, aufmerksamkeitsstarke Arbeitgeberkampagne unter den Säulen der Arbeitgebermarke – Tierliebe und Entwicklungschancen – aufgesetzt. Im Mittelpunkt der Motive stehen dabei Mitarbeiter:innen der Fressnapf-Gruppe.

Die neue Kampagne „Characters wanted“ steht im Zentrum des Arbeitgeberauftritts. Mit 30 Motiven, Videos, Social Content oder Messeauftritten präsentiert sich die Fressnapf-Gruppe für unterschiedlichste Zielgruppen. „Denn obwohl wir Europas Nr.1 im Heimtierbedarf ist, verbinden viele Kandidat:innen Fressnapf vor allem mit Märkten und Logistik. Doch auch und gerade für Data Experts, Business Developer oder Tierärzt:innen ist die Fressnapf-Gruppe mit ihrer Transformation zum Ökosystem eine sehr spannende Adresse.“, sagt Jens Berger, Senior Vice President People bei Fressnapf. Jochen Huppertz, geschäftsführender Gesellschafter von BUTTER.People ergänzt: „Wichtig dabei: Es müssen anpackende, unkonventionell denkende Charakterköpfe, keine Bewahrer und Bedenkenträger sein – also Menschen, die der Fressnapf-Claim „Komm, wir machen Zukunft“ motiviert.“

„Das neue Employer Branding für die Fressnapf-Gruppe umfasst weit mehr als die Kampagne: Wir realisieren gemeinsam einen mehrstufigen Relaunch der Karriereseite und interne Events, optimieren fast 200 Jobprofile bezüglich Suche und Tonalität und haben unser Employer Branding selbst in die Textvorlagen unseres Bewerber:innenmanagementsystems gebracht“, macht Projektleiterin Simone Simons den ganzheitlichen Ansatz des Relaunches deutlich. „Der neue Auftritt ist für uns der nächste Schritt zu unserer HR-Vision People for Success. Wir glauben nämlich felsenfest daran, dass die Unternehmen, die in Zukunft erfolgreich sein wollen, den Menschen in den Mittelpunkt stellen. Und darum tun wir alles dafür, ein Weltklasse-Arbeitgeber zu werden.“

Über BUTTER.People:

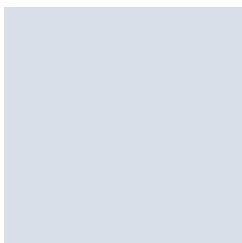
BUTTER.People wurde im Mai 2021 als Spezialagentur für Employer Branding und markenbasiertes HR Consulting gegründet. Die Tochter der Düsseldorfer Kreativagentur BUTTER. wird von Jochen Huppertz geführt und betreut neben Fressnapf u.a. Kunden wie Stadtwerke Düsseldorf, Accentro AG und Salzgitter. BUTTER.People macht das Gute von Arbeitgebern sichtbar und hilft Unternehmen so dabei, sich zu profilieren und die heutigen Herausforderungen des Personalmarketings zwischen Fachkräftemangel und

Transformationsdruck zu lösen.

Über die Fressnapf-Gruppe:

Die Fressnapf-Gruppe ist europäischer Marktführer für Heimtierbedarf. Seit Eröffnung des ersten „Freßnapf“ Fachmarktes 1990 in Erkelenz (NRW) ist Gründer Torsten Toeller unverändert Unternehmensinhaber. Sitz der Unternehmenszentrale ist Krefeld, weitere Büros gibt es in Düsseldorf, Venlo (NL) sowie den zehn Landesgesellschaften. Heute gehören mehr als 1.800 Fressnapf- bzw. Maxi Zoo-Märkte in elf Ländern sowie knapp 16.000 Beschäftigte aus über 50 Nationen zur Unternehmensgruppe. In Deutschland wird die überwiegende Anzahl der Märkte von selbstständigen Franchisepartner:innen betrieben, im europäischen Ausland als eigene Filialen. Mehr als 3,1 Milliarden Euro Jahresumsatz erzielt die Unternehmensgruppe jährlich. Darüber hinaus ist die Fressnapf-Gruppe Förderer verschiedener, gemeinnütziger Tierschutzprojekte und baut ihr soziales Engagement unter der Initiative „Tierisch engagiert“ stetig aus. Mit der Vision „Happier Pets. Happier People.“ versteht sich die Fressnapf-Gruppe kanalunabhängig als kundenzentriertes Handelsunternehmen, welches ein Ökosystem rund um das Haustier erschafft. Zum Sortiment gehören aktuell 16 exklusiv bei Fressnapf l Maxi Zoo erhältliche Marken aller Preiskategorien. Die Mission des Unternehmens lautet: "Wir verbinden auf einzigartige Weise, rund um die Uhr und überall Produkte, Services, Dienstleistungen sowie Tierliebhaber und ihre Tiere und machen so das Zusammenleben von Mensch und Tier einfacher, besser und glücklicher!"

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