



28.02.2018 14:41 CET

Die Fressnapf-Gruppe wächst weiter: Neuer Rekordumsatz 2017

Krefeld, 28.02.2018 – In einem wettbewerbsintensiven Jahr hat die Fressnapf-Gruppe ihr profitables Wachstum konsequent fortgesetzt. Der Gesamtumsatz von 1,98 Mrd. Euro markiert eine neue Rekordmarke der Unternehmensgruppe. Im Vorjahresvergleich wächst der Umsatz um rund sechseinhalb Prozent, flächenbereinigt legt die Fressnapf-Gruppe um rund dreieinhalb Prozent zu. Den umsatzstärksten Markt bildet weiterhin Deutschland ab: 1,25 Mrd. Euro entsprechen einem Plus von rund sechs Prozent, auf bestehender Fläche ist ein Wachstum von knapp fünf Prozent zu verzeichnen. In den weiteren zehn Ländern der Fressnapf-Gruppe entspricht der Jahresumsatz von 727 Millionen Euro einem Plus von knapp acht Prozent im Vorjahresvergleich. Besonders bemerkenswert sind die

Umsatzentwicklungen in Polen (+55,6 %), Italien (+16,9 %), Frankreich (13,3 %) und Ungarn (13,2 %). Auch der Online-Umsatz in Deutschland ist im vergangenen Jahr deutlich gewachsen und verzeichnet mit 73 Millionen Euro einen Zuwachs von über 22 Prozent im Vorjahresvergleich.

„Der Wettbewerb in der Pet-Branche hat sich kanalübergreifend verändert. Die Verteilungskämpfe werden intensiver und erfordern neben einer gesunden Wirtschaftlichkeit und einer tragfähigen Unternehmensstrategie besondere Wachsamkeit, Flexibilität und die unbedingte Fokussierung auf die Bedürfnisse unserer Kunden“, betont Torsten Toeller, Unternehmensgründer und Inhaber sowie Vorsitzender des Verwaltungsrates der Fressnapf-Gruppe. „Durch Investitionen in die Zukunft und visionäres Handeln mit Blick auf unsere Cross-Channel-Strategie konnten wir auch 2017 weiter profitabel wachsen. Unsere Ziele für das laufende Jahr bleiben ambitioniert. Wir werden unsere Kunden noch stärker in den Mittelpunkt stellen, sie vom Fachhandel überzeugen und so erstmals die Umsatzmarke von zwei Milliarden Euro durchbrechen.“

Fressnapf-Gruppe eröffnet 2018 den 1.500 Markt-Rollout des Online-Shops im Fokus

Ein Meilenstein der stationären Expansion steht im Spätsommer diesen Jahres auf der Agenda: die Eröffnung des 1.500 Marktes der Fressnapf-Gruppe. „Bei unserem unverändert hohen Expansionstempo wird dieser besondere Standort in einem der Kern-Expansionsländer an den Start gehen“, prognostiziert Fressnapf-CEO Alfred Glander. Dazu zählen Frankreich, Italien und Polen.

In Summe zählt die Fressnapf-Gruppe im vergangenen Jahr 104 Neueröffnungen in ganz Europa. Im laufenden Jahr wird diese Marke mit mehr als 150 geplanten neuen Märkten deutlich übertroffen. Die Fressnapf-Gruppe wächst im laufenden Jahr in Deutschland und Österreich auch über Opportunitäten. „Wir sind stolz, dass wir immer öfter Franchisepartner aus anderen Systemen von der Trag- und Zukunftsfähigkeit Fressnapfs überzeugen und für uns gewinnen“, unterstreicht Alfred Glander die Bedeutung des nationalen Franchisemodells.

Neben der stationären Expansion wird im Sinne der kanalübergreifenden Cross-Channel-Strategie auch der internationale Rollout des Online-Shops weiter vorangetrieben. Im Frühjahr ist der 'Go-live' des Online-Shops in

Österreich geplant. Dies bildet den Startschuss für ein international angelegtes Rollout-Konzept. „Als kundenorientiertes Unternehmen richten wir unser Handeln konsequent an den Bedürfnissen unserer Kunden aus, um sie auf allen Kanälen zu begeistern. Die Basis hierfür bildet ein intelligentes Kundenmanagement, das uns ermöglicht, Kundenwünsche nicht nur zu identifizieren, sondern auch zu erfüllen“, bringt Glander die Kundenfokussierung der Unternehmensgruppe auf den Punkt.

Anteil der Fressnapf-Marken wächst weiter

Auch die Sortimentstiefe hat durch die konsequente Weiterentwicklung der exklusiven Fressnapf-Marken zugenommen. Die neuen Nonfood-Marken „Dogs Creek“ und „TAKE CARE“ sind 2017 erfolgreich gestartet und haben unter anderem den Sortimentsanteil der Fressnapf-Marken erstmals auf knapp über 50 Prozent ausgebaut. Im laufenden Jahr wird neben der Weiterentwicklung des eigenen Portfolios ein Jubiläum gefeiert: „MultiFit“ feiert 20jähriges Bestehen. MultiFit“ war 1998 die erste eigene von Fressnapf auf den Markt gebrachte Marke und hat sich seitdem zu einer umsatzstarken und breit gefächerten Marke entwickelt. So finden sich heute im Fressnapf-Sortiment über 500 „MultiFit“-Artikel im Food- und Nonfood-Bereich. Insbesondere die Snacks begeistern Hunde- und Katzenbesitzer gleichermaßen und werden daher ein Schwerpunkt des MultiFit-Jubiläumjahres sein.

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 10.000 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 sein 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

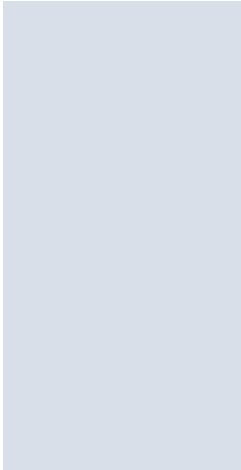


Redaktionelle Anfragen

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