



10.12.2025 15:00 CET

Fressnapf-Gruppe: Resilienz und strategischer Fortschritt in Q3 2025

Europas führender Heimtierspezialist liefert solide Finanzperformance ab, treibt die Transformation voran und baut seine internationale Präsenz konsequent aus.

((English version below))

Krefeld, 10. Dezember 2025 – Die Fressnapf-Gruppe hat ihre robuste Entwicklung im dritten Quartal 2025 fortgesetzt und trotz eines herausfordernden europäischen Marktumfelds solide finanzielle Ergebnisse erzielt. Gleichzeitig trieb das Unternehmen seine langfristige Transformation

weiter voran. Zentrale Leistungskennzahlen blieben stabil und wurden durch anhaltende Dynamik im Omnichannel-Geschäft gestützt. Mit disziplinierter Umsetzung, gezielten Investitionen und klarer operativer Fokussierung stärkte die Gruppe ihre geschäftlichen Grundlagen und baute ihre internationale Reichweite weiter aus.

Über die letzten zwölf Monate hinweg erzielte das Unternehmen einen Umsatz von 3,6 Milliarden Euro und somit ein Plus von zwei Prozent im Jahresvergleich, obwohl das Marktwachstum insgesamt verhalten blieb. Das bereinigte EBITDA stieg derweil um 11 Prozent auf 361 Millionen Euro (LTM). Möglich wurde dies vor allem durch konsequente Kostendisziplin, eine höhere Marketingeffizienz und fortlaufende operative Optimierungen. Die Ergebnisse belegen den Erfolg des Transformationsprogramms und zeigen, dass die Gruppe auch in einem volatilen Marktumfeld profitabel bleibt. Die internationale Expansion bleibt ein zentraler Wachstumstreiber. Im dritten Quartal eröffnete Fressnapf | Maxi Zoo 35 weitere Märkte – insgesamt 111 seit Jahresbeginn – und ist damit auf Kurs, bis Jahresende über 180 neue Standorte zu realisieren. Gleichzeitig wurde das neue Urban-Store-Konzept eingeführt: ein kompaktes, kuratiertes Format, speziell auf die Bedürfnisse urbaner Tierhalter:innen in Metropolregionen zugeschnitten. Auch das Omnichannel-Angebot gewinnt weiter an Bedeutung: Die Einführung von Click & Collect in Deutschland wurde erfolgreich abgeschlossen, und Pick-from-Store wird kontinuierlich ausgebaut. Beides steigert nicht nur die Kundenzufriedenheit, sondern erhöht auch die operative Flexibilität des Unternehmens. Diese Entwicklungen fügen sich nahtlos in das übergeordnete Transformationsprogramm ein, das auf drei Kernprioritäten fußt: besseren Kundenzugang, konsequente Kundenorientierung in allen Märkten sowie eine kontinuierliche Steuerung von Cashflow und Kosten. Ergänzend stärkt das kürzlich eröffnete Asia Office die globalen Sourcing-Fähigkeiten, ermöglicht eine frühere Identifikation von Trends, engere Zusammenarbeit mit Lieferanten und gebündelte Einkaufsvolumina direkt an der Quelle.

Trotz fortbestehender makroökonomischer Unsicherheiten erwartet die Fressnapf-Gruppe eine weiterhin solide Entwicklung für das vierte Quartal. Das Unternehmen bleibt fest auf seinen strategischen Kurs ausgerichtet: mit Fokus auf internationale Expansion, den Ausbau der Omnichannel-Kompetenzen, effizientere Logistikstrukturen und eine optimierte Sortimentsgestaltung.

Fressnapf Group: Resilience and Strategic Progress in Q3 2025

Europe's leading pet specialist delivers solid financial performance, accelerates transformation, and consistently expands international footprint.

Krefeld, December 10th, 2025 – The Fressnapf Group maintained its resilient development in the third quarter of 2025, delivering solid financial results and advancing its long-term transformation despite a challenging European market environment. Core performance indicators remained stable, supported by continued momentum in the company's omnichannel program. With disciplined execution, targeted investments, and a clear operational focus, the group strengthened the foundations of its business and continued to expand its international footprint.

On a last-twelve-month basis, revenue reached €3.6 billion, representing year-on-year growth of 2 percent despite a slow market development. Adjusted EBITDA increased by 11 percent to €361 million (LTM), reflecting effective cost control, improved marketing efficiency and ongoing operational streamlining. These developments underline the impact of the transformation program and the Group's ability to navigate volatile market conditions while improving profitability.

International expansion remained a central driver of growth. During the third quarter, Fressnapf | Maxi Zoo opened 35 additional stores, bringing the year-to-date total to 111 and keeping the company on track to exceed 180 new openings by year-end. At the same time, the group introduced its Urban Store concept, a compact, curated format designed specifically for metropolitan areas and tailored to the needs of urban pet owners. The company's omnichannel proposition continued to gain relevance, supported by the completed rollout of Click & Collect in Germany and the further scaling of Pick-from-Store capabilities. These developments enhance convenience for customers and contribute to higher operational agility. The transformation program remains anchored in three priorities: improved customer accessibility, a customer-centric approach across all markets and continuous cash and cost control. Additionally, the recent opening of the Asia Office in Hong Kong strengthens global sourcing capabilities and enables earlier trend

identification, closer collaboration with suppliers and bundled purchasing volumes directly at the source. Despite ongoing macroeconomic challenges, the Fressnapf Group expects a further solid development for the fourth quarter. The company remains firmly aligned with its strategic roadmap, focusing on continued international expansion, enhanced omnichannel capabilities, improved logistics efficiency, and optimized assortment management.

Über die Fressnapf-Gruppe:

Fressnapf | Maxi Zoo ist der europäische Marktführer für Heimtierbedarf. Seit der Eröffnung des ersten „Freßnapf“-Fachmarktes 1990 in Erkelenz (NRW) ist Gründer Torsten Toeller Firmeninhaber und Mehrheitsgesellschafter. Der Hauptsitz des Unternehmens befindet sich in Krefeld mit weiteren Niederlassungen in zahlreichen europäischen Ländern. Heute gehören rund 2.800 Fressnapf | Maxi Zoo und Arcaplanet-Märkte mit über 20.000 Mitarbeitern (inkl. Franchise) aus über 50 Nationen zur Unternehmensgruppe. In Deutschland wird der überwiegende Teil der Märkte von selbständigen Franchisepartnern betrieben, in anderen europäischen Ländern als eigene Märkte. Darüber hinaus engagiert sich Fressnapf | Maxi Zoo als Sponsor verschiedener gemeinnütziger Tierschutzprojekte und baut ihr soziales Engagement im Rahmen der Initiative „tierisch engagiert“ stetig aus. Mit der Vision „Happier Pets. Happier People.“ versteht sich die Fressnapf-Gruppe als kundenorientiertes Omnichannel-Handelsunternehmen. Das Sortiment umfasst diverse Marken aus allen Preiskategorien, die exklusiv bei Fressnapf | Maxi Zoo erhältlich sind. Die Mission des Unternehmens lautet: „Wir tun alles, was wir können, um das Leben von Haustieren und Tierhaltern einfacher, besser und glücklicher zu machen.“

Kontaktpersonen



Sebastian Boms

Pressekontakt

Corporate Communications

Sebastian.Boms@fressnapf.com



Redaktionelle Anfragen

Pressekontakt

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

presse@fressnapf.com