



10.09.2025 15:00 CEST

Fressnapf-Gruppe zeigt sich im zweiten Quartal 2025 mit solider Performance resilient

Fortlaufende Expansion und gesteigerte Profitabilität stärken strategischen Transformationsprozess

((English version below))

Krefeld, 10. September 2025 – Die Fressnapf Gruppe, Europas führender Omnichannel-Händler für Heimtierbedarf, zeigte im zweiten Quartal 2025 eine solide Entwicklung und unterstreicht damit die Resilienz des eigenen

Geschäftsmodells in einem weiterhin herausfordernden Marktumfeld. Trotz anhaltender makroökonomischer Belastungen, darunter eine zurückhaltende Konsumstimmung, zunehmender Wettbewerb und die Normalisierung des Marktes nach der COVID-19-Pandemie, erzielte die Gruppe ein stabiles Umsatz- und EBITDA-Wachstum. Im zweiten Quartal 2025 erwirtschaftete die Gruppe auf Basis der letzten zwölf Monate (LTM) einen Umsatz von 3,6 Milliarden Euro, was einem Umsatzwachstum von 2 Prozent im LTM-Vergleich entspricht. Dank eines fokussierten und konsequent verfolgten Ansatzes zur Steigerung der operativen Effizienz stieg das bereinigte EBITDA im selben Zeitraum um 8 Prozent.

Effizienz und strategische Expansion treiben den strategischen Transformationsprozess

Trotz eines komplexen Marktumfelds setzte die Fressnapf Gruppe ihre strategischen Transformationsinitiativen mit Fokus auf Kostendisziplin, Kundenzentrierung und eine disziplinierte Expansion konsequent um. Das Unternehmen erzielte erhebliche Fortschritte bei der Effizienz, im operativen Geschäft, verbesserte die Produktverfügbarkeit und erweiterte sein Omnichannel-Angebot.

Die internationale Expansion blieb ein wesentlicher Wachstumstreiber, wobei im zweiten Quartal 35 neue Märkte eröffnet wurden. Damit erhöhte sich die Gesamtzahl der Neueröffnungen im ersten Halbjahr 2025 auf 76. Die Mehrheit dieser Eröffnungen fand in wichtigen internationalen Märkten wie Frankreich, Italien und Polen statt, was die europäische Präsenz von Fressnapf weiter stärkte.

Die Fressnapf Gruppe intensivierte auch ihre Omnichannel-Kompetenzen: Die Filialumsätze stiegen im ersten Halbjahr 2025 um 7,3 %, was auf eine erfolgreiche lokale Umsetzung und Netzwerkexpansion zurückzuführen ist. Der Online-Umsatz wuchs um 0,8 %, was den Wandel der Gruppe hin zu effizienteren Marketingstrategien widerspiegelt. Der Anteil von Click & Collect wuchs weiter, was das Kundenerlebnis verbesserte und die Gruppe im wettbewerbsintensiven Heimtierhandel weiter differenzierte.

Strategische Projekte und Ausblick auf verbleibendes Geschäftsjahr

Die Fressnapf Gruppe bleibt fest auf Kurs, ihre strategischen und finanziellen Ziele für 2025 und darüber hinaus zu erreichen. Das Unternehmen ist

entschlossen, sein Expansionstempo beizubehalten und plant, jährlich dreistellige neue Märkte zu eröffnen. Die Filialen werden zunehmend als „Erfüllungs-Hubs“ für Online-Bestellungen dienen, was eine schnellere Lieferung, lokalere Sortimente und eine größere Reichweite bei den Kunden ermöglicht. Der fortlaufende Fokus der Gruppe auf die Entwicklung des Omnichannel-Modells, Investitionen in die Logistik-Infrastruktur sowie eine verfeinerte Sortimentsstrategie werden ihre Wettbewerbsposition weiter stärken. Besonders die Erweiterung des Portfolios exklusiver Eigenmarken – das mittlerweile fast 50 % des Gesamtumsatzes ausmacht – bleibt ein wesentlicher Wachstumstreiber und ein erheblicher Wettbewerbsvorteil im Heimtiermarkt.

Fressnapf Group Shows Resilience with Solid Q2 2025 Performance

Ongoing expansion and increased profitability strengthen strategic transformation process

Krefeld, September 10, 2025 – Fressnapf Group, Europe’s leading omnichannel pet retailer, demonstrated solid performance in the second quarter of 2025, underscoring the strength and resilience of its business model in a persistently challenging market environment. Despite ongoing macroeconomic pressures, including cautious consumer sentiment, intensified competition, and post-COVID market normalization, the Group delivered stable revenue and EBITDA growth. In Q2 2025, the Group generated €3.6 billion in revenue on a last-twelve-month (LTM) basis, reflecting a 2% LTM sales increase. Because of a focused and consistent approach to operational efficiency the adjusted EBITDA increased by 8% LTM.

Operational efficiency and strategic expansion drive strategic transformation process

In the face of a complex market landscape, Fressnapf Group continued to execute its strategic transformation initiatives with a focus on cost discipline, customer-centricity, and disciplined expansion. The company achieved significant progress in operational efficiency, improving product availability and enhancing its omnichannel offering. The Group’s international expansion

also remained a key growth lever, with 35 new stores opening in Q2, bringing the total number of new openings for the first half of 2025 to 76. The majority of these were in key international markets, including France, Italy, and Poland, further solidifying Fressnapf's European footprint.

Fressnapf Group also strengthened its omnichannel capabilities, with store sales growing by 7.3% in the first half of 2025, driven by effective local execution and network expansion. Online sales rose by 0.8%, a reflection of the Group's shift towards more efficient marketing strategies focused. The share of Click & Collect continued to grow, enhancing the customer experience and further differentiating the Group in the competitive pet retail landscape.

Strategic priorities and outlook for the remainder of 2025

Looking ahead, Fressnapf Group remains firmly on track to achieve its strategic and financial objectives for 2025 and beyond. The company is committed to maintaining its pace of expansion, with plans to open a triple-digit number of new stores annually. Physical locations will increasingly serve as fulfillment hubs for online orders, enabling faster delivery, more localized assortments, and broader customer reach. The Group's continued focus on omnichannel development, investments in logistics infrastructure, and a refined assortment strategy will further enhance its competitive positioning. In particular, the expansion of its exclusive label portfolio—which now represents nearly 50% of total sales—remains a key growth driver and a significant competitive advantage in the pet retail space.

[Über Fressnapf | Maxi Zoo:](#)

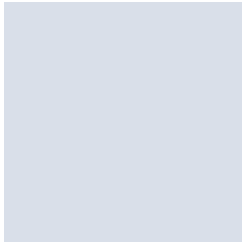
Fressnapf | Maxi Zoo ist der europäische Marktführer für Heimtierbedarf. Seit der Eröffnung des ersten „Freßnapf“-Fachmarktes 1990 in Erkelenz (NRW) ist Gründer Torsten Toeller Firmeninhaber und Mehrheitsgesellschafter. Der Hauptsitz des Unternehmens befindet sich in Krefeld mit weiteren Niederlassungen in zahlreichen europäischen Ländern. Heute gehören rund 2.785 Fressnapf- und Maxi Zoo-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.“

[About Fressnapf | Maxi Zoo:](#)

Fressnapf | Maxi Zoo is the European market leader in pet food and supplies. Since the opening of the first "Fressnapf" retail store in 1990 in Erkelenz (NRW), founder Torsten Toeller has been the company owner and majority shareholder. The company's headquarters are located in Krefeld, with additional branches in numerous European countries. Today, around 2,785 Fressnapf and Maxi Zoo stores, employing more than 20,000 people (incl. Franchise) from over 50 nations, are part of the group. In Germany, the majority of the stores are operated by independent franchise partners, while in other European countries, the stores are owned directly. Furthermore, Fressnapf | Maxi Zoo is committed as a sponsor of various charitable animal welfare projects and continues to expand its social engagement through the "together for pets" initiative. With the vision "Happier Pets. Happier People.", Fressnapf | Maxi Zoo positions itself as a customer-oriented omnichannel retailer. The product range includes various brands from all price categories, as well as products exclusively available at Fressnapf | Maxi Zoo. The company's mission is: We do everything we can to make the lives of pets and pet parents easier, better and happier.

Kontaktpersonen

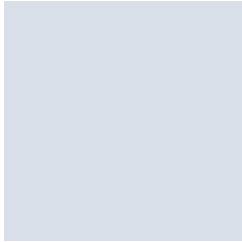


Redaktionelle Anfragen

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