

Ansicht der nun mit dem BoB-Award in Silber prämierten Mitarbeiter-App FRESSNAPP

03.11.2020 15:50 CET

## Mitarbeiter-App „FRESSNAPP“ gewinnt Award für die beste Krisenkommunikation in Zeiten der Corona-Pandemie

**Krefeld, 03.11.2020** – Auszeichnung für die Fressnapf-Mitarbeiter-App: Beim branchenübergreifenden Business-to-Business Communication Award, kurz BoB-Award, hat die FRESSNAPP den einzigen Silber-Award in der Kategorie „Beste Krisenkommunikation“ gewonnen. Damit holt sie sich dort den Sieg. Die App ging mit dem Slogan „Mit Abstand das beste Team“ in die Bewertung, bei der in diesem Jahr die Corona-Pandemie und ihre Folgen im

Vordergrund standen. Insbesondere würdigte die Jury Art und Umfang der Kommunikation von Sicherheits- und Hygienemaßnahmen an die MitarbeiterInnen über Videos, persönliche Statements von Inhaber und Geschäftsführung und weitere Informationen. Diese sei gemäß Jurybeurteilung „generalstabsmäßig“ abgelaufen und habe so auf kreative und informative Weise für Transparenz und ein besonderes Zusammengehörigkeitsgefühl gesorgt. Auch die hohe Zustimmung- und Registrierungsquote von über 90% der User beeindruckten die Jury.

Die FRESSNAPP ist bereits seit 2018 das zentrale interne und vor allem interaktive Informations- und Kommunikationsmedium der Fressnapf-Gruppe. Sie richtet sich derzeit an rund 1.500 User in der Unternehmenszentrale und den Headquartern der weiteren zehn Landesgesellschaften. Die FRESSNAPP wird sowohl auf PCs als auch auf mobilen Endgeräten wie Laptops, Tablets und Smartphones genutzt.

„Wir freuen uns über den BoB-Award und sind auf vielfältige Art und Weise dankbar“, sagt Fressnapf-Gründer und Inhaber Torsten Toeller zur Auszeichnung. „Dankbar insbesondere deshalb, weil wir als systemrelevanter Händler nicht nur die Haustiere in Europa weiter versorgen dürfen, sondern so auch unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Krisenzeiten weiter voll beschäftigen können.“ Ina Skarabis, Vice President Corporate Relations, ergänzt: „Es ist toll, dass wir mit der FRESSNAPP so viele Kolleginnen und Kollegen schnell und unkompliziert erreichen und somit quasi in Echtzeit relevante Entscheidungen und Informationen teilen können, denn höchste Priorität haben bei uns Sicherheit und Wohlergehen der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Insbesondere die hohe Interaktionsrate macht das Medium darüber hinaus nicht nur einzigartig, sondern sehr lebendig.“

Der BoB-Award des Deutschen Marketingverbandes und des diesjährigen Medienpartners BILD hat eine lange Tradition. Bereits zum 22sten Mal wurde der Award nun ausgeschrieben – seit diesem Jahr erstmalig mit der Kategorie „Beste Krisenkommunikation“. Insgesamt wurden für einen der bedeutendsten nationalen Awards der Marketing-Kommunikation in diesem Jahr 184 Arbeiten eingereicht. 30 Arbeiten in insgesamt zehn Kategorien schafften es zur Abstimmung durch eine prominent besetzte Jury auf die „Shortlist“. Für die „Beste Krisenkommunikation“ standen mit der FRESSNAPP insgesamt fünf Arbeiten zur Auswahl. Die Mitarbeiter-App erhielt mit dem BoB-Award in Silber die höchste Auszeichnung.

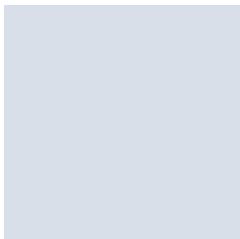
Weiterhin ist die FRESSNAPP beim diesjährigen PR-Report Award in der Kategorie „Employer Branding“ auf der Shortlist nominiert. Hier findet die digitale Preisverleihung am 19. November statt.

---

### Über die Fressnapf-Gruppe:

Die Fressnapf-Gruppe ist europäischer Marktführer für Heimtierbedarf und feiert in diesem Jahr 30-jähriges Jubiläum. Seit Eröffnung des ersten „Fressnapf“-Fachmarktes 1990 in Erkelenz (NRW) ist Gründer Torsten Toeller unverändert Unternehmensinhaber. Sitz der Unternehmenszentrale ist Krefeld. Heute gehören mehr als 1.600 Fressnapf- bzw. Maxi Zoo- Märkte in elf Ländern sowie fast 13.000 Beschäftigte aus über 50 Nationen zur Unternehmensgruppe. In Deutschland wird die überwiegende Anzahl der Märkte von selbstständigen Franchisepartnern betrieben, im europäischen Ausland als eigene Filialen. Mehr als zwei 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 und freundschaftlicher Verbündeter zwischen Mensch und Tier. Zum Sortiment gehören aktuell 16 exklusiv bei Fressnapf l Maxi Zoo erhältliche Marken aller Preiskategorien. Die Mission des Unternehmens lautet: „Wir geben alles dafür, das Zusammenleben von Mensch und Tier einfacher, besser und glücklicher zu machen.“

### **Kontaktpersonen**

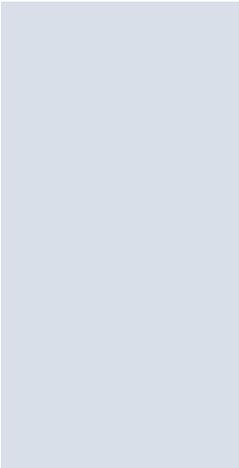


#### **Redaktionelle Anfragen**

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