



Fressnapf-Gruppe knackt vier Milliarden Euro - v. l. n. r. Christian Kümmel (CTO), Torsten Toeller (Gründer und Inhaber), Dr. Johannes Steegmann (CEO)

19.02.2024 12:00 CET

Tierliebe kennt keine Krise: Fressnapf-Gruppe knackt vier Milliarden Euro

((English version below))

Unternehmensgruppe gewinnt Marktanteile und wächst überall in Europa. Mitarbeitende Basis des Erfolgs. Markteintritt in den Niederlanden.

Krefeld, 19.02.2024 – Die Fressnapf-Gruppe hat ihren Wachstumskurs auch 2023 fortgesetzt. Das Krefelder Unternehmen konnte auch in stagnierenden Märkten seine Umsätze über alle Bereiche hinweg steigern. Der

Gesamtumsatz von rund 4 Mrd. Euro markiert dabei eine neue Bestmarke der Unternehmensgruppe. Im Vorjahresvergleich wächst der Umsatz demnach um rund 475 Mio. Euro. Den umsatzstärksten Markt bildet weiterhin Deutschland mit einem Bruttoumsatz von 2,1 Mrd. Euro. Das internationale Geschäft wächst um rund 19 Prozent auf 1,9 Mrd. Euro. Fressnapf-Gründer und Inhaber Torsten Toeller: „Unser Geschäftsmodell hat sich auch im vergangenen Jahr als robust erwiesen. Die positive Umsatzentwicklung basiert auf der konsequenten Umsetzung unserer Strategie hin zum Omnichannel-Ökosystem. Dem Aus- und Umbau unserer Märkte, der Vergrößerung unseres paneuropäischen Footprints durch die Akquisition von Jumper in den Niederlanden, der Expansion im In- und Ausland sowie dem Ausbau unseres Serviceangebots in ganz Europa.“

Veränderungsprozess: Auf dem Weg zum Ökosystem

Die Fressnapf-Gruppe befindet sich mitten in der größten Transformation der Unternehmensgeschichte. Das Unternehmen wandelt sich vom produktfokussierten Versorger zum Umsorger, der alle Kundenwünsche entlang des "Lebenszyklus" von Haustieren erfüllt. Neben dem vielseitigen Produktangebot bietet Fressnapf darum immer mehr Services an. Vom Online-Tierarzt über den Grooming-Salon, bis hin zur Versicherung fürs Haustier. Zudem wurden 2023 insgesamt 240 Märkte im neuen Future-Store-Format eröffnet bzw. modernisiert. Die Märkte stellen die physische Schnittstelle zum Ökosystem dar und verbinden so die Fressnapf Offline- mit der Online-Welt, ohne in Konkurrenz zueinander zu stehen. Fressnapf-CEO Dr. Johannes Steegmann betont: „Wir werden das Ökosystem mit den Services schrittweise in allen Ländern, in denen wir vertreten sind, einführen und das Future-Store-Konzept ausrollen. Das erfordert auch in Zukunft hohe Investitionen, für die wir in den nächsten drei Jahren mehr als 500 Millionen Euro vorgesehen haben. Schwerpunkte der Investitionen, die wir aus eigener Kraft tätigen, liegen in den Bereichen Expansionen, Future Store, IT, Supply Chain und Personal.“

Im Mittelpunkt des Ökosystems stehen eindeutig die Kund:innen mit ihren Tieren. Mit dem eigenen Loyalty-Programm „Friends“ verbessert Fressnapf nicht nur die Kundenbeziehung, sondern lernt Tierfreund:innen noch besser kennen, um Produkte und Dienstleistungen zu personalisieren. Das Loyalty-Programm ist mittlerweile in sechs Ländern verfügbar und ein voller Erfolg: Die rund sechs Millionen teilnehmenden „Friends“ geben deutlich mehr aus und kaufen häufiger ein.

Der Online-Umsatz der Fressnapf-Gruppe stieg zudem im Vergleich zum

Vorjahr um 20 Prozent. Am stärksten war dies in Frankreich und Belgien der Fall – mit Wachstumsraten von 59 bzw. 67 Prozent. Um diesen Vertriebskanal in Zukunft weiter zu stärken, investiert Fressnapf in diesem Jahr in die Online Customer Experience und baut 2024 ein 72.000 Quadratmeter großes Logistikzentrum in Deutschland, von welchem aus künftig vor allem das stark wachsende Versandgeschäft in ganz Europa bedient werden soll. So entsteht eine automatisierte Versanddrehscheibe für das europäische E-Commerce-Geschäft, um schnell und kostengünstiger ausliefern zu können.

Der Mensch macht den Unterschied: Fressnapf auch 2024 Best-in-Class-Arbeitgeber

Die Anzahl der Mitarbeiter:innen bei Fressnapf ist mit dem Umsatz gestiegen. Das Unternehmen beschäftigt europaweit rund 18.000 Mitarbeiter:innen, davon über 1.300 in der Unternehmenszentrale in Krefeld. Begleitet werden sie regelmäßig von rund 200 Bürohunden, denn wissenschaftliche Studien belegen, dass Tiere am Arbeitsplatz das Arbeitsklima positiv beeinflussen. Ein gutes Arbeitsumfeld ist entscheidend für die Zufriedenheit und Leistungsfähigkeit der Mitarbeiter:innen. „Bei Fressnapf haben wir frühzeitig in neue und offene Arbeitskonzepte investiert, damit unsere Mitarbeiter:innen die bestmöglichen Bedingungen haben, um ihr volles Potenzial auszuschöpfen“, sagt Christian Kümmel, CTO der Fressnapf-Gruppe. „Das ist aber nur ein Baustein, um unsere Leistungsfähigkeit kontinuierlich zu steigern. Wir machen gute Fortschritte in der Modernisierung unserer Technologie- und Datenplattformen sowie in der Digitalisierung unserer Prozesse. Hierbei wird in diesem Jahr die Integration von KI-Lösungen eine wesentliche Rolle spielen“, betont Kümmel.

Ein attraktives Arbeitsumfeld spielt nicht nur in der Zentrale eine wichtige Rolle, sondern auch für die Mitarbeiter:innen in den Märkten – sie bilden die Schnittstellen zu den Kund:innen. Die konsequente Modernisierung der Märkte und die damit einhergehende Digitalisierung der Kassensysteme und der Mitarbeiterkommunikation wirken sich spürbar positiv aus.

Fressnapf wächst weiter. Daher sucht das Unternehmen auch im laufenden Jahr viele Verkaufstalente, die das Zusammenleben von Mensch und Tier einfacher, besser und glücklicher machen wollen: Im Jahr 2024 sollen rund 850 weitere Markt-Mitarbeiter:innen eingestellt werden. Zusätzlich werden im neuen Logistikzentrum rund 800 Arbeitsplätze geschaffen. Fressnapf ist somit weiterhin ein bedeutender Arbeitgeber.

Den Unterschied macht Fressnapf auch mit der Initiative „tierisch engagiert“. Damit bündelt das Unternehmen europaweit das Engagement von Mitarbeiter:innen, Kund:innen und Unternehmen für den Tierschutz. Im vergangenen Jahr konnte die Fressnapf-Gruppe gemeinsam mit ihren Kund:innen europaweit über 1,6 Millionen Euro spenden. Darüber hinaus wurden mehr als 2.750 Paletten mit Tierfutter kostenlos an insgesamt knapp 2.000 Tierschutzvereine in ganz Europa verteilt, um Tieren in Not zu helfen.

Pet love knows no crisis: Fressnapf Group surpasses four billion euros

Group gains market share and grows throughout Europe. Employees are the basis of success. Market entry in the Netherlands.

Krefeld, 19.02.2024 – The Fressnapf Group continued its growth course in 2023. Even in stagnating markets, the Germany-based company was able to increase its sales across all areas. The total turnover of around 4 billion euros marks a new record for the Group. Compared to the previous year, sales grew by around EUR 475 million. Germany continues to be the market with the highest turnover with gross sales of EUR 2.1 billion. The international business grew by 19 percent to 1.9 billion euros. Fressnapf | Maxi Zoo founder and owner Torsten Toeller: "Our business model has proven to be resilient. The positive sales development is based on the consistent implementation of our strategy towards the omnichannel ecosystem. This was driven by the expansion and transformation of our stores, the wider pan-European footprint through the acquisition of Jumper in the Netherlands and the extension and internationalization of our service offering."

Change Process: On the Way to the Ecosystem

The Fressnapf Group is in the midst of the biggest transformation in the company's history and is currently transforming itself from a product-focused provider to a caring partner that fulfills all customer wishes along the "life cycle" of the pet. In addition to the wide range of products, Fressnapf | Maxi Zoo now also offers a wide range of services. From the online veterinarian to the grooming salon to pet insurance. In addition a total of 240 stores had been opened or modernized in the new Future Store format, last year. The stores are the physical interface to the ecosystem, seamlessly connecting the offline and online worlds of Fressnapf | Maxi Zoo without any competition between the channels. Fressnapf-Group CEO Dr. Johannes Steegmann

emphasizes: "We will gradually transfer the ecosystem with all services and roll-out the Future Store concept to the countries in which we are represented. This requires also in the future high investments, for which we have budgeted more than 500 million euros over the next three years. The investments, which are made from own resources, focus on the areas of expansion, future store, IT, supply chain and human resources." At the heart of the ecosystem is the relationship with the customers. With its own loyalty program "Friends", Fressnapf l Maxi Zoo not only improves the relationship with its customers and their pets, but also gets to know them even better in order to personalize products and services. Friends is now available in six countries. The approximately six million Friends customers spend significantly more and shop much more frequently. The online sales also increased by over 20 percent compared to the previous year. This was most pronounced in France and Belgium – with growth rates of 59 and 67 percent respectively. In order to further strengthen this sales channel in the future, Fressnapf l Maxi Zoo is investing in the online customer experience this year and is building a 72,000 square meter logistics center in Germany, from which the fast-growing e-commerce business throughout Europe will be serviced in the future. This will create an automated shipping hub for the European e-commerce business in order to be able to deliver quickly and cost-effectively.

People make the difference: Fressnapf will continue to be a best-in-class employer in 2024

The number of employees at Fressnapf l Maxi Zoo increased with turnover. The company employs around 18,000 people across Europe, more than 1,300 of whom work at its headquarters in Germany. They are regularly accompanied by around 200 office dogs, as scientific studies have shown that animals in the workplace have a positive influence on the working atmosphere. A good working environment is crucial for employee satisfaction and performance. "At Fressnapf l Maxi Zoo, we invested early in new and open working concepts to ensure that our employees have the best possible conditions to reach their full potential," says Christian Kümmel, CTO of the Fressnapf Group. "However, this is only one component in continuously increasing our performance. We are making good progress in modernizing our technology and data platforms and digitizing our processes. The integration of AI solutions will play a key role this year," emphasizes Kümmel.

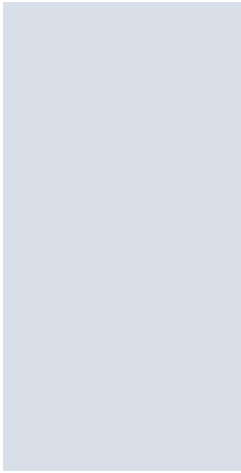
However, an attractive working environment does not only play an important role at headquarters. This also applies to the employees in the stores, the interfaces to the customers. The consistent modernization of the stores and

the associated digitalization of POS systems and employee communication are having a noticeably positive effect. Fressnapf | Maxi Zoo is growing, which is why the company is also looking for new employees in 2024: Around 850 new store employees are to be hired and in addition, around 800 new jobs will be created in the new logistics center. Fressnapf | Maxi Zoo thus continues to be a major employer in the region and beyond. Fressnapf | Maxi Zoo also makes a difference with the "together for pets" initiative. Here, the company bundles the commitment of employees, customers and companies to animal welfare throughout Europe. Last year, the Fressnapf Group, together with its customers, was able to donate over 1.6 million euros across Europe. In addition, more than 2,750 pallets of animal feed were distributed free of charge to a total of almost 2,000 animal welfare associations throughout Europe.

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 in den Landesgesellschaften. Die Fressnapf-Gruppe ist aktuell in 14 Ländern aktiv. Heute gehören über 2.100 Fressnapf- bzw. Maxi Zoo Märkte sowie über 18.000 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 4 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 | 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



Sebastian Boms

Pressekontakt

Corporate Communications

Sebastian.Boms@fressnapf.com

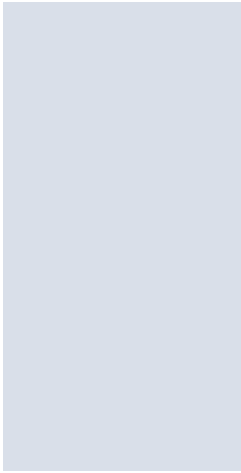
Simon Langenbach

Pressekontakt

Product Communications

presse@fressnapf.com

00 49 - (0)2151 - 51912923



Redaktionelle Anfragen

Pressekontakt

presse@fressnapf.com

00 49 - (0)2151 - 51912923

Kooperationsanfragen

Pressekontakt

creators.team@fressnapf.com