



Trotz globaler Krise: Fressnapf-Gruppe setzt starkes Wachstum in 2022 fort

Trading Statement der Fressnapf-Gruppe

FRESSNAPF | MAXI ZOO

09.02.2023 12:00 CET

Trotz globaler Krise: Fressnapf-Gruppe setzt starkes Wachstum in 2022 fort

Krefeld, 09.02.2023 – Chancen in der Krise genutzt: Die Fressnapf-Gruppe hat sich in Zeiten dynamischen Wettbewerbs und globaler Verwerfungen positiv entwickelt. Mit einem Gesamtumsatz von über 3,5 Milliarden Euro erreichte sie 2022 einen Zuwachs von mehr als elf Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Flächenbereinigt verzeichnet die Fressnapf-Gruppe ein Wachstum von knapp acht Prozent im Vorjahresvergleich.

Wachstum in allen Ländern und auf allen Kanälen

In allen dreizehn Ländern verbucht die Fressnapf-Gruppe ein nachhaltiges

Plus. Im vergangenen Jahr stechen insbesondere Polen (+53 %) und Frankreich (+25 %) durch enormes Umsatzwachstum und starke Expansion hervor. In Irland sind die Umsatzerlöse durch die Übernahme eines Wettbewerbers um rund 43 Prozent gestiegen.

International wird das Unternehmen zukünftig verstärkt über Beteiligungen, Joint Ventures und Kooperationen wachsen. So hat die Fressnapf-Gruppe im vergangenen Jahr den Zusammenschluss der marktführenden Arcaplanet-Gruppe mit Maxi Zoo Italien vollzogen und hält damit 33 Prozent als Gesellschafter und Lieferant. Außerdem ist die Fressnapf-Gruppe an der kroatischen Unconditional-Gruppe beteiligt. Diese betreibt in Kroatien derzeit 35 Märkte und wird perspektivisch weitere südosteuropäische Länder erschließen. Auch der Markteintritt in Rumänien, wo 2022 vierzehn Märkte eröffnet wurden, zeigt das Potenzial des osteuropäischen Marktes.

Insgesamt hat der europäische Marktführer 2022 sein Standortnetzwerk um rund 130 Standorte erweitert. Der Online-Umsatz lag 2022 bei insgesamt 329 Millionen Euro, weist ein Plus von 34 Prozent zum Vorjahr aus und wird diese positive Entwicklung weiter fortsetzen.

Krisensicheres Geschäftsmodell

„Die beiden ersten Jahre der Pandemie waren zweifellos Treiber unseres Geschäfts: Seit 2019 konnten wir dank unserer leidenschaftlichen Mitarbeitenden über 1,2 Milliarden Euro an Umsatz hinzugewinnen“, sagt Fressnapf-Gründer und -inhaber Torsten Toeller. Gleichzeitig ordnet er ein: „Eine Krise jagt die nächste. Ganz gleich ob Handelskonflikte, Pandemie, Probleme in der Lieferkette oder Rohstoffknappheit: Das einzig Beständige ist der Wandel und das verlangt uns im Management alles ab. Hierfür haben wir uns richtig aufgestellt und profitieren als wirtschaftlich stabiles Unternehmen von unserem resilienten Geschäftsmodell und unserer Strategie eines Omnichannel-Ökosystems.“

Kundenbindungsprogramm „Friends“ und Services erfolgreich

„Wir wachsen nachhaltig in allen Ländern und auf allen Kanälen“, unterstreicht Dr. Johannes Steegmann, CEO der Fressnapf-Gruppe. „Dennoch ist auch unsere Kundschaft durch die Inflation sowie steigende Energie- und Lebenshaltungskosten wesentlich preissensibler geworden. Mit unserem Kundenbindungsprogramm 'Fressnapf Friends' ist es uns gelungen, neue und

bestehende Kunden von uns zu überzeugen.“ In Deutschland, Frankreich, Österreich und Polen hat „Fressnapf Friends“ sechs Monate nach Programm-Start bereits bis zu 50 % Umsatzdurchdringung erreicht. Steegmann ergänzt: „Parallel erleben wir, dass nicht nur der tägliche Bedarf bei uns gedeckt wird, sondern neue und innovative Zusatzservices unseres Ökosystems an Bedeutung gewinnen.“ Dazu zählen die telemedizinische Beratung durch Dr. Fressnapf, Tierversicherungen, GPS-Tracker, Fellpflege-Salons, Meat Corner und Überraschungs-Abo-Boxen für Hunde und Katzen.

Das digitale Fundament von Expansion, Services und Dienstleistungen bildet eine moderne IT-Plattform: „Auf ihr werden wir Produkte, Services und Dienstleistungen entlang individueller Bedürfnisse 24 Stunden und sieben Tage die Woche anbieten, um das Ökosystem für Tierfreunde erlebbar zu machen. Sie profitieren beispielsweise von einem zentralen Kundenkonto als einzigem Zugang für viele verschiedene Omnichannel-Services. Auf diesem Weg erfüllen wir unsere Mission, das Zusammenleben von Mensch und Tier einfacher, besser und glücklicher zu machen“, so Steegmann.

Weitere Investitionen in das Fressnapf-Ökosystem

Entlang der konsequenten Transformation vom Versorger zum Umsorger wird die Fressnapf-Gruppe auch in diesem Jahr aus eigener Kraft mehr als 100 Millionen Euro in ihr Omnichannel-Ökosystem investieren – die höchste Summe in der Unternehmensgeschichte. „Wir gehen konsequent unseren Weg und investieren aus eigener Kraft in den Ausbau und die Modernisierung unseres Filialnetzwerks mit mehr als 100 neuen Standorten pro Jahr, in die Digitalisierung unseres Geschäftsmodells sowie die Erweiterung unseres Logistiknetzwerks“, unterstreicht Fressnapf-Geschäftsführer Christian Kümmel den Anspruch des Marktführers. „Zudem werden wir als attraktiver Arbeitgeber wahrgenommen. Das unterstreicht die Auszeichnung als ‚besten Arbeitgeber im Bereich Einzelhandel‘, ermittelt aus Umfragen der Zeitschrift Stern und des Daten-Dienstleisters Statista. Unsere Mitarbeitenden machen seit jeher den Unterschied und wir suchen auch künftig zahlreiche neue Kolleginnen und Kollegen, die mit ihrer Kompetenz und Leidenschaft unsere Erfolgsgeschichte weiterschreiben. Im vergangenen Jahr waren dies allein über 1.000 neue Mitarbeitende in den nationalen und internationalen Headquartern sowie den eigenen Märkten und Logistikstandorten all unserer Länder.“

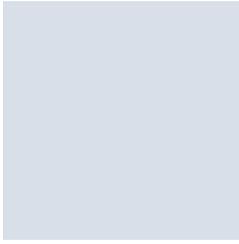
Gemeinsam mit den Mitarbeitenden und Kund:innen hat die Fressnapf-

Initiative „tierisch engagiert“ erneut bewiesen, dass auch Tierliebe keine Krise kennt. So wurden im vergangenen Jahr mehr als 1,5 Millionen Euro an Tierheime und tiertherapeutische Einrichtungen – auch in der Ukraine – gespendet. Eine ausführliche Pressemitteilung dazu folgt am 16.02.2023.

Über die Fressnapf-Gruppe:

Die Fressnapf-Gruppe ist europäischer Marktführer für Heimtierbedarf und -zubehör. 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 den zehn Landesgesellschaften. Heute gehören rund 1.900 Fressnapf- bzw. Maxi Zoo-Märkte in dreizehn Ländern, Joint Ventures, Kooperationen und starke Beteiligungen wie bspw. die an der Arcaplanet Gruppe in Italien (500 Märkte), an der Unconditional-Gruppe in Kroatien (35 Standorte) sowie über 16.000 Beschäftigte aus mehr als 50 Nationen zur Unternehmensgruppe. In Deutschland wird die überwiegende Anzahl der Märkte von selbstständigen Franchisepartner:innen betrieben, im europäischen Ausland als eigene Filialen. Mehr als 3,5 Milliarden Euro Jahresumsatz erzielt die Unternehmensgruppe. Darüber hinaus ist sie 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, das ein Ökosystem rund um Heimtiere und ihre Menschen erschafft. Zum Sortiment gehören aktuell 16 exklusiv bei Fressnapf l 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

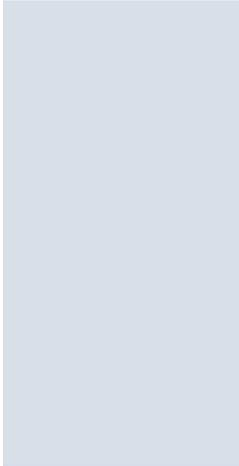


Redaktionelle Anfragen

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