Schauen optimistisch in die Zukunft: v.l. Folkert Schultz (Geschäftsführer der Fressnapf-Gruppe), Torsten Toeller (Unternehmensgründer und -inhaber sowie Vorsitzender des Verwaltungsrates) und Dr. Hans-Jörg Gidlewitz (Geschäftsführer).

27.02.2019 13:00 CET

Meilenstein für die Fressnapf-Gruppe: Erstmals deutlich über zwei Milliarden Euro Jahresumsatz in Europa

Krefeld, 27.02.2019 –Erstmals hat die Fressnapf-Gruppe im vergangenen Geschäftsjahr die Marke von zwei Milliarden Euro Umsatz übertroffen: 2,1 Milliarden Euro entsprechen einem Zuwachs von 6,3 Prozent, flächenbereinigt beträgt das Wachstum 2,7 Prozent im Vorjahresvergleich.

Hinzu kamen insgesamt 105 neue Standorte – damit wurde die Marke von 1.500 Märkten in Europa geknackt. Zum Jahresende waren es 1.564

Fressnapf- und Maxi-Zoo Märkte. „Das Wachstum der Heimtier-Branche wird durch den Wettbewerbs- und Margendruck auf allen Kanälen deutlich herausfordernder“, sagt Torsten Toeller, Gründer und Inhaber der Fressnapf-Gruppe. „Wir sind allerdings im stationären Bereich überproportional zum nationalen Wettbewerb gewachsen, haben Marktanteile hinzugewonnen und Kunden aus dem LEH für den Fachhandel begeistert.“ Der Online-Umsatz (bislang in Deutschland, Luxemburg, Dänemark, der Schweiz und seit Oktober 2018 auch in Österreich) legte um 18,5 Prozent auf insgesamt 90 Mio. Euro zu. „Online verzeichnen wir den größten absoluten Umsatzzuwachs. Wir haben die Marge deutlich optimiert und uns damit wichtigen Spielraum für die Forcierung des Online-Geschäfts geschaffen“, erklärt Dr. Hans-Jörg Gidlewitz, Geschäftsführer der Fressnapf-Gruppe. Im laufenden Jahr soll der Online-Shop in zwei weitere Länder ausgerollt werden.

Im Fokus der Fressnapf-Gruppe steht die Zukunfts- und Wachstumsstrategie CHALLENGE 2025. „Wir werden kundenorientierter, datengetriebener und zunehmend technologiebasierter agieren“, betont Torsten Toeller. Im Jahr 2025 wollen wir DER Marktplatz rund ums Tier sein. Unsere Mission ist es, das Zusammenleben von Mensch und Tier einfacher, besser und glücklicher zu machen. Dazu wollen wir sowohl Produkte, Services und Informationen, als auch Tierliebhaber und ihre Tiere in über 1.500 Märkten sowie online, rund um die Uhr und an jedem Ort miteinander verbinden“, so Toeller weiter.

Die wichtigsten Kennzahlen der Fressnapf-Gruppe 2018 im Überblick

Größte Umsatzreiber der Fressnapf-Gruppe waren im vergangenen Jahr die 663 internationalen Märkte: 799 Millionen Euro entsprechen einem Plus von 10,1 Prozent. Führend hierbei waren Polen (19 Mio.€/+62,6 Prozent), Frankreich (157 Mio. Euro/+19,7 Prozent), Ungarn (62 Mio. Euro/+15,6 Prozent) und Italien (118 Mio. Euro/+11,2 Prozent). In Deutschland erwirtschafteten die 901 Fressnapf-Märkte 1,3 Milliarden Euro – ein Plus von vier Prozent.

Bedeutenden Anteil an der Umsatzentwicklung haben neben den bekannten Industriemarken auch die 16 exklusiv bei Fressnapf erhältlichen Marken. Sie repräsentieren einen Gesamtumsatz von 941 Mio. Euro - ein Plus von 14 Prozent In diesem Jahr wird die Fressnapf-Gruppe neben einer eigenen kompletten Barf-Linie (PREMIERE Raw Kitchen) im zweiten Halbjahr mit Liegeplätzen, Näpfen und Spielzeugen der neuen Marke „Naturally Good“ starten. Diese steht für hochwertiges Tierzubehör, dessen Produkte aus

überwiegend nachhaltigen Materialien und damit aus natürlichen und nachwachsenden Rohstoffen bestehen.

Bis zu 1000 neue Stellen in Europa und neue Franchisepartner in Deutschland

2018 arbeiteten für die Fressnapf-Gruppe über 12.000 Menschen aus über 50 Nationen. Im vergangenen Jahr wuchs die Zahl der Beschäftigten damit um zehn Prozent.

Bis Ende dieses Jahres schafft die Fressnapf-Gruppe europaweit knapp 1000 zusätzliche Stellen – insbesondere in den rund 100 neuen Standorten in Europa. Allein am Standort der Unternehmenszentrale in Krefeld werden über 100 neue MitarbeiterInnen eingestellt. Durch den Ausbau der Logistikzentren in Feuchtwangen und Heideloh (Online-Logistik) kommen rund 50 neue Arbeitsplätze hinzu. Im Zentrallager der Fressnapf-Gruppe in Krefeld-Linn, sowie dem Importlager am Duisburger Logport arbeiten aktuell 665 Menschen.

In Deutschland gewinnt Fressnapf außerdem immer weiter neue Franchisepartner aus anderen Systemen. So wurden zu Beginn dieses Jahres 15 neue Standorte als Fressnapf-Märkte eröffnet. „Die neuen Partner spiegeln uns durchweg, dass sie in Fressnapf das zukunftsfähigste System für ihr Wachstum sehen. Neben unseren exklusiven Marken spielt die individualisierte Kundenansprache durch die Kooperation mit PAYBACK eine entscheidende Rolle“, betont Fressnapf-Geschäftsführer Folkert Schultz. „Unsere Partner leben unsere Vision und Mission und möchten sich gemeinsam mit uns konsequent zum kundenfokussierten Händler auf allen Kanälen entwickeln.“ Die hohe Zufriedenheit der Partner spiegeln auch die Auszeichnungen mit dem F&C Award in Gold, dem renommiertesten Franchise-Award, wider. Dieser wurde Fressnapf bereits vier Mal verliehen.

Im kommenden Jahr feiert Fressnapf in Deutschland 30jähriges Bestehen. „Unter dem Kampagnen-Motto ´Tierliebe seit 1990´ wollen wir ganzjährig unsere Kompetenz als Fachhändler und unsere Sortimentsvielfalt unter Beweis stellen“, sagt Torsten Toeller. „Außerdem werden wir unser gesellschaftliches Engagement im Tierschutz gemeinsam mit unseren Kunden im Rahmen von ´tierisch engagiert´ konsequent ausbauen.“ Im vergangenen Jahr wurde im Rahmen der internationalen Spendenaktion „Freundschaft verbindet!“ die Rekordsumme von knapp 1,2 Mio. Euro erzielt, die im laufenden Jahr tierisch viel Gutes tun und Tieren in Not helfen werden.

Die Fressnapf- Gruppe ist Marktführer im Heimtierbedarf in Europa. Das Unternehmen wurde 1990 von Inhaber Torsten Toeller in Erkelenz (NRW) gegründet. Zur Unternehmensgruppe gehören heute mehr als 1.500 Fachmärkte in elf europäischen Ländern (dort meist unter dem Namen Maxi Zoo) und mehr als 12.000 Beschäftigte. Moderne Märkte, kompetente Beratung, attraktive Preise, vielfältige Serviceangebote und ein Online-Shop machen die Fressnapf-Gruppe mehr und mehr zum Cross-Channel-Händler. Heute setzt die Unternehmensgruppe jährlich fast zwei Milliarden Euro um. Die Fressnapf-Gruppe ist Förderer verschiedener, gemeinnütziger Tierschutzprojekte und baut ihr soziales Engagement für die Beziehung zwischen Mensch und Tier stetig aus. Die Mission 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