



Ein Meinungsbeitrag von Norbert Marschallinger, Managing Director Fressnapf Deutschland

06.02.2026 08:00 CET

„Engagement für den Tierschutz darf kein Marketingversprechen sein, das an der Kasse endet.“

Tierschutz in Deutschland steht vor großen Herausforderungen. Überfüllte Tierheime, steigende Kosten, Personalmangel und eine wachsende Zahl an Tieren, die auf Schutz, Versorgung und eine zweite Chance angewiesen sind. Gleichzeitig erleben wir, wie wichtig Tiere für viele Menschen sind - als Familienmitglieder, emotionale Stütze oder als unverzichtbare Begleiter:innen im Alltag.

Bei Fressnapf ist diese Beziehung keine abstrakte Idee. Wir sind

Tierfreund:innen – genau wie unsere Kund:innen. Viele von uns – mich eingeschlossen – sind selbst Tierhalter:innen. Wir kennen die Verantwortung, die Freude und auch die Sorgen, die mit dem Zusammenleben mit Tieren verbunden sind. Diese persönliche Nähe prägt unseren Blick auf den Tierschutz: nicht theoretisch, sondern ganz konkret und nah an der Lebensrealität von Tierhalter:innen.

Auch in meinem eigenen Leben spielen Tiere schon lange eine besondere Rolle. Mein Sohn hat eine Beeinträchtigung, und wir dürfen täglich miterleben, welch enorme Unterstützung und Lebensfreude ein Hund schenken kann. Diese tiefe Verbundenheit zu Tieren begleitet mich schon immer und prägt meinen Einsatz für den Tierschutz. Privat gebe ich Tieren ein Zuhause: Unsere vier Katzen sind alle gerettet, und ehemalige Legehühner dürfen in meinem Garten ihren wohlverdienten Lebensabend verbringen. Solche Geschichten zeigen mir, wie viel Tiere für uns tun – und wie wichtig es ist, ihnen etwas zurückzugeben.

Gleichzeitig sind wir Expert:innen rund ums Tier. Tag für Tag beschäftigen wir uns mit den Bedürfnissen von Heimtieren, mit ihrer Versorgung, mit Gesundheit, Verhalten und Verantwortung. Diese fachliche Kompetenz – kombiniert mit persönlicher Nähe in unseren fast 1000 Märkten in Deutschland – ist für mich entscheidend. Denn nachhaltiger Tierschutz braucht beides: Herz und Know-how.

Gerade deshalb tragen Unternehmen, die täglich mit Beziehung zwischen Mensch und Tier arbeiten, eine besondere Verantwortung. Für mich ist klar: Engagement für den Tierschutz darf kein kurzfristiger Impuls sein und erst recht kein Marketingversprechen, das an der Kasse endet. Tierschutz braucht Verlässlichkeit, langfristige Partnerschaften und den festen Willen, Verantwortung auch dann zu übernehmen, wenn niemand hinschaut.

Bei Fressnapf verstehen wir die Beziehung zwischen Mensch und Tier als etwas zutiefst Verbindendes. Tiere schenken Nähe, Vertrauen und Lebensqualität und sie sind auf unseren Schutz angewiesen. Dieses Verständnis prägt unser Handeln seit vielen Jahren und ist fest in unserer Initiative „tierisch engagiert“ verankert. Sie ist kein einzelnes Projekt, sondern der Rahmen, in dem wir unser gesellschaftliches Engagement bündeln: konsequent, partnerschaftlich und nachhaltig.

Die Unterstützung des Deutschen Tierschutzbundes e.V. und von VITA e.V.

Assistenzhunde ist Ausdruck genau dieses Selbstverständnisses. Beide Organisationen leisten tagtäglich Außergewöhnliches - für Tiere in Not, für bessere Strukturen im Tierschutz und für Menschen, die dank ihrer Assistenzhunde neue Selbstständigkeit und neuen Lebensmut gewinnen. Solche Arbeit verdient nicht nur Anerkennung, sondern konkrete Unterstützung.

Ich bin überzeugt: Wenn Wirtschaft, Gesellschaft und Organisationen wie der Deutsche Tierschutzbund und VITA gemeinsam handeln, kann nachhaltiger Tierschutz gelingen. Unser Anspruch bei Fressnapf ist es, diesen Weg weiter zu unterstützen – mit Haltung, mit Verlässlichkeit und aus persönlicher Überzeugung.

Aus Produktverkäufen wird konkrete Hilfe: Fressnapf spendet 151.583,60 Euro an den Deutschen Tierschutzbund e.V. und VITA e.V. Assistenzhunde und stärkt damit wichtige Tierschutzarbeit in Deutschland.

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 und Mehrheitseigner. Seit 2024 ist das internationale Private Equity Unternehmen Cinven minderheitsbeteiligt. Sitz der Unternehmenszentrale ist Krefeld, weitere Büros gibt es in Venlo (NL) sowie in den Landesgesellschaften. Die Fressnapf-Gruppe ist aktuell in 14 Ländern aktiv. Heute gehören über 2.600 Fressnapf- bzw. Maxi Zoo-Märkte sowie über 20.000 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. 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



Theresa Spenrath

Pressekontakt

Brand Communications

theresa.spenrath@fressnapf.com



Redaktionelle Anfragen

Pressekontakt

Die Pressekontakte sind ausschließlich für die Beantwortung von Fragen von Medienvertreter:innen und Journalist:innen vorgesehen.

presse@fressnapf.com