fressnapf
maxi zoo

Die starken Exklusivmarken der Fressnapf-Gruppe

13.07.2020 11:00 CEST

# Aus Krefeld in die Welt: Fressnapf-Exklusivmarken werden künftig auch über internationale Partner vertrieben.

**Fressnapf-Gruppe kooperiert dazu mit internationalen Händlern und deren Marktplätzen**

**Krefeld, 13.07.2020 –** Alles begann 1998 mit „MultiFit“ – der ersten exklusiv bei Fressnapf l Maxi Zoo erhältlichen Marke im Bereich von Hunde- und Katzennahrung. Damals noch als klassische „Eigenmarke“ betrachtet und geführt, so haben sich seitdem sowohl Begrifflichkeit als auch Wertigkeit nachhaltig gewandelt. Heute spricht die Fressnapf-Gruppe von

Exklusivmarken, welche wie echte Marken geführt, permanent qualitativ weiterentwickelt und innoviert werden. Dabei setzen sie sich bewusst von vergleichbaren Herstellermarken ab, werden im Markt besonders unterstützt und auch die Marktmitarbeiter besonders darauf geschult. Die heute 16 Marken repräsentieren mit mehreren tausend Artikeln einen Umsatzanteil von über 50 Prozent im Unternehmen. Im vergangenen Jahr wurde mit den Exklusivmarken erstmals die Marke von einer Milliarde Euro Umsatz geknackt – ein Beweis für das Vertrauen der Kunden in Qualität und Leistung und damit die Bedeutung der Exklusivmarken von Fressnapf, welche vom Preiseinstieg über den Mid Price-Bereich bis hin zum Super Premium Produkt Lösungen für alle Bereiche der Heimtierhaltung anbieten – ganz gleich ob Tiernahrung oder -zubehör. Die Erfolgsgeschichte unserer Exklusivmarken wird nun fortgeschrieben, um so erstmals internationale Kundengruppen außerhalb der bestehenden elf Länder der Fressnapf-Gruppe anzusprechen.

Zu diesem Zweck wurde in den vergangenen Monaten ein umfangreiches, leistungsstarkes Konzept entwickelt, welches die Distribution und den Vertrieb ins weitere, mitunter auch außereuropäische Ausland, ermöglicht. Hierzu ist die Fressnapf-Gruppe in permanenten Gesprächen, um die Chancen und Potenziale nach Land, Region und Kundenbedürfnis sorgfältig zu evaluieren. Ziel ist es, die Reichweite der Exklusivmarken deutlich zu erhöhen und ein Netzwerk an Kooperationen im Pet-Retail-Bereich aufzubauen und diese Kooperationen ggf. auch auf weitere Bereiche auszubauen. „Unser Ziel ist es, den strategischen Partnern ein breites und tiefes Sortiment mit deutlich überproportionaler Marge anzubieten, ohne selbst den enormen Aufwand zum Aufbau eines Exklusivmarken-Portfolios zu betreiben und gleichzeitig von Volumina und Synergien im Einkauf der Fressnapf-Gruppe zu partizipieren“ benennt Fressnapf-Inhaber Torsten Toeller die Vorteile für beide Seiten.

Als ersten strategischen Partner präsentiert die Fressnapf-Gruppe den kroatischen Heimtierbedarfshändler „Zoo Hobby“. Das Unternehmen ist seit 1974 im Bereich der Tiernahrung tätig und spezialisiert sich auf eigene Standorte sowie den Großhandel in Serbien, Slowenien und Kroatien. Die Fressnapf-Gruppe wird zunächst Produkte ihrer Exklusivmarken PREMIERE, MultiFit und später auch weiterer Marken in den Märkten von Zoo Hobby für deren Kunden anbieten. Die Partnerschaft beginnt per sofort und soll nach enger Beobachtung und gemeinsamer Bewertung immer weiter ausgebaut werden.

"Die Partnerschaft mit Fressnapf bietet Kompetenz in der Markenentwicklung, aber auch die Möglichkeit, unseren B2B- und B2C-Kunden Zugang zu einem großen Portfolio von Preis- und Qualitätsangeboten zu geben“, sagt Edvard Varda seitens Zoo Hobby und ergänzt „Es ist wichtig, dass beide Organisationen von langfristiger Ausrichtung, starken Führungskräften und Werten geleitet werden, die spezifisch für Familienunternehmen sind und wir von dem gesammelten Know-how und Vertrauen profitieren".

---

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