



Fressnapf | Maxi Zoo bestätigt Internationalisierungsstrategie

28.05.2025 16:00 CEST

Fressnapf | Maxi Zoo bestätigt Internationalisierungsstrategie mit Jahresfinanzbericht für das Fiskaljahr 2024

Das Unternehmen beweist Resilienz in einem sich nach Corona
normalisierenden Heimtiermarkt

((English version below))

Krefeld, 28. Mai 2025 – Fressnapf | Maxi Zoo hat seine Finanzergebnisse für das Geschäftsjahr 2024 bekannt gegeben und damit seine Fähigkeit unter Beweis gestellt, sich in einem herausfordernden Marktumfeld zu behaupten – einem Markt, der sich nach dem pandemiebedingten Aufschwung zunehmend normalisiert. Das Unternehmen bestätigt den Erfolg seiner Transformations- und Internationalisierungsstrategie und unterstreicht damit seine langfristige Vision, der beste und am schnellsten wachsende Omnichannel-Fachhändler für Heimtierbedarf in Europa zu sein.

Im Jahr 2024 erzielte Fressnapf | Maxi Zoo ein solides Umsatzwachstum von 5 Prozent. Das bereinigte EBITDA belief sich auf 342 Millionen Euro, gestützt durch die internationale Expansion und operative Optimierungen. Zu den wichtigsten Meilensteinen zählten der erfolgreiche Abschluss der Übernahme von Arcaplanet sowie ein strategischer Wandel hin zur Stärkung lokaler Verantwortlichkeiten.

Internationaler Fußabdruck: 64 Prozent am Gesamtumsatz

Fressnapf | Maxi Zoo ist mittlerweile in 15 Ländern vertreten, Marktführer in acht und betreibt insgesamt 2.709 Märkte – inklusive Franchise-Standorten sowie Beteiligungen. Im Jahr 2024 hat das Unternehmen seine internationale Expansion weiter ausgebaut und insgesamt 188 neue Märkte eröffnet, mit einem strategischen Fokus auf Wachstumsmärkte wie Frankreich (50), Italien (43) und Polen (27). Der internationale Geschäftsanteil macht inzwischen 64 Prozent des Gesamtumsatzes der Gruppe aus – ein klarer Indikator für die zunehmende Internationalisierung des Unternehmens. Deutschland bleibt weiterhin der größte Markt, gefolgt von Italien (20%), Frankreich (15%) sowie der Alpenregion – also Österreich und der Schweiz –, die zusammen 12 Prozent zum Gesamtumsatz beitragen. Polen trägt derzeit 4% zum internationalen Umsatz bei, gilt aber mittelfristig als zentraler Wachstumstreiber. In seinen Kernmärkten hält Fressnapf | Maxi Zoo einen Marktanteil von 18% und nimmt damit eine führende Position im europäischen Heimtiermarkt ein.

Sebastian van Stiphout, Interim-CFO von Fressnapf | Maxi Zoo, sagt: „Unsere Ergebnisse für 2024 sind das direkte Ergebnis vorausschauender Strategie und operativer Agilität. Als sich der Heimtiermarkt auf das Vor-Pandemie-Niveau einstellte, haben wir frühzeitig reagiert. Diese entschlossene, kundenzentrierte Umsetzung hat es uns ermöglicht unsere Position in Europa weiter zu stärken.“ Diese Fähigkeit spiegelte sich auch in wichtigen

strukturellen Veränderungen im Jahr 2024 wider. Fressnapf | Maxi Zoo hat Abläufe verschlankt und Verantwortlichkeiten stärker in die lokalen Gesellschaften verlagert – ein strategischer Schritt, der die Agilität erhöhte und eine schnellere Entscheidungsfindung, näher an den Kundinnen und Kunden, ermöglichte. Gleichzeitig wurde der Kundenfokus weiter geschärft: Wettbewerbsfähige Omnichannel-Preise wurden gestärkt und das Produktsortiment angepasst. Die Einführung von „Click & Collect“ in ausgewählten Ländern war ein weiterer Schritt hin zu einer nahtlosen kanalübergreifenden Integration und macht bereits 7 Prozent des E-Commerce-Umsatzes aus. Darüber hinaus unterstreicht ein Umsatzanteil von 64 Prozent durch Mitglieder des Loyalty-Programms das starke Engagement und langfristige Vertrauen eines wachsenden Kundenstamms von Fressnapf | Maxi Zoo.

Ausblick 2025: Fressnapf | Maxi Zoo beschleunigt Wachstum und steigert operative Skalierbarkeit

Im Jahr 2025 setzt Fressnapf | Maxi Zoo seinen Wachstumskurs konsequent fort – mit einem klaren Fokus auf Skalierung und Qualität. Das Unternehmen plant dreistellige Eröffnungen neuer Märkte, wobei besonders wachstumsstarke Länder wie Frankreich und Polen dabei im Mittelpunkt stehen werden. Diese physische Expansion wird durch einen intelligenten, stärker integrierten Handelsansatz ergänzt: Omnichannel-Formate wie „Click & Collect“, „Pick from Store“ sowie intelligentere Preismodelle sollen zügig europaweit ausgerollt werden. Parallel dazu soll das E-Commerce-Geschäft, das derzeit rund 13 Prozent des Warenumsatzes ausmacht, kontinuierlich ausgebaut werden. Ziel ist es, ein nahtloses Kundenerlebnis über alle Kanäle hinweg zu schaffen und so die führende Omnichannel-Position des Unternehmens weiter zu festigen.

Ein zentraler Treiber für dieses skalierbare Wachstum wird der kontinuierliche Ausbau und die Optimierung des europäischen Logistiknetzwerks sein. Durch die Verbesserung der Produktverfügbarkeit, die Straffung der Lieferketten und die Steigerung der Effizienz in Fulfillment und Distribution verfolgt Fressnapf | Maxi Zoo das Ziel, die Kundenzufriedenheit zu erhöhen und gleichzeitig die strukturellen Kosten zu senken. Starke operative Cashflows bilden dabei die finanzielle Grundlage für gezielte Investitionen in Expansion, Marktmodernisierung sowie den Ausbau der Lieferketten- und IT-Infrastruktur.

Diese Maßnahmen werden im Rahmen eines umfassenden, gruppenweiten Transformationsprogramms vorangetrieben, das sich auf drei strategische Prioritäten konzentriert: stärkere lokale Kundenorientierung, schnellere Umsetzung und ein leistungsfähiges, skalierbares Betriebsmodell. Mit dieser Struktur ist Fressnapf | Maxi Zoo bestens aufgestellt, um sein volles Potenzial auszuschöpfen und seine Position als Europas führender Fachhändler für Heimtierbedarf weiter zu stärken.

Fressnapf | Maxi Zoo Proves Internationalization Strategy with Annual Financial Report 2024

The company demonstrated resilience in a pet market normalizing post covid

Krefeld, May 28, 2025 – Fressnapf | Maxi Zoo has announced its financial results for fiscal year 2024, showcasing the company's ability to navigate a challenging market environment, that has stabilized and is still normalizing after the pandemic-driven surge. The company confirms the success of its transformation and internationalization strategy, reinforcing its long-term vision of being the best and fastest growing omnichannel pet specialist in Europe.

In 2024, Fressnapf | Maxi Zoo achieved a solid revenue growth of 5 percent. The adjusted EBITDA reached 342 million euros, underpinned by international expansion and operational optimization. Key milestones were the successful closing of the Arcaplanet acquisition and a strategic shift towards empowering local markets.

International footprint now accounts for 64 percent of total group revenue

Fressnapf | Maxi Zoo is now present in 15 countries, market leader in eight and is operating a total of 2,709 stores, including franchise stores and minority stakes. In 2024, the company accelerated its international expansion with 188 new store openings, strategically concentrated in high-growth markets such as France (50), Italy (43), and Poland (27). This international

footprint now accounts for 64 percent of total group revenue – an indicator of the company’s cross-border growth strategy. Germany remains the company’s largest market, followed by Italy (20%), France (15%), and the Alpine region – Austria and Switzerland combined – contributing 12 percent. Poland, currently representing 4 percent of international revenue, is considered a key growth market in the mid-term. Across its core countries, Fressnapf | Maxi Zoo holds a market share of 18 percent, a leading position in the European pet care landscape.

Fressnapf | Maxi Zoo’s interim CFO Sebastian van Stiphout says: “Our 2024 results are a direct outcome of strategic foresight and operational agility. As the pet market adjusted to pre-pandemic realities, we adapted early. This decisive, customer-centric execution enabled us to strengthen our position within Europe.”

This ability was also reflected in key structural changes made throughout 2024. Fressnapf | Maxi Zoo started streamlining its operating model by shifting responsibilities to local markets – a strategic move that increased agility and enabled faster decision-making closer to the customer. In parallel, the company sharpened its customer focus. Competitive omnichannel pricing was strengthened and the product assortment was adapted. The launch of Click & Collect in selected countries marked another step towards seamless cross-channel integration, already accounting for 7 percent of e-commerce sales. Additionally, a 64 percent share of sales from loyalty program members underlines the strong engagement and long-term trust of Fressnapf | Maxi Zoo’s growing customer base.

Outlook 2025: Fressnapf | Maxi Zoo accelerates growth and operational scalability

In 2025, Fressnapf | Maxi Zoo will continue its growth track with a clear focus on both scale and quality. The company plans to open a triple-digit number of new stores, with particular emphasis on high-growth markets such as France and Poland. This physical expansion goes hand in hand with a smarter, more integrated retail approach: Omnichannel formats like Click & Collect, Pick from Store, and smarter pricing models are supposed to be rapidly rolled out across Europe. At the same time, the e-commerce business, which currently accounts for about 13 percent of merchandise revenue, is expected to be continuously strengthened, enhancing the seamless customer experience across all channels, thereby reinforcing the company's

omnichannel leadership.

A key driver of this scalable growth will be the continued expansion and optimization of the European logistics network. By improving product availability, streamlining supply chains, and increasing efficiency in fulfillment and distribution, Fressnapf | Maxi Zoo aims to raise customer satisfaction while reducing structural costs.

Strong operating cash flows will provide the financial foundation for targeted investments in expansion, store modernization, supply chain and IT infrastructure upgrades.

These initiatives are being driven forward by a comprehensive, group-wide transformation program, centering on three strategic priorities: stronger local customer centricity, faster execution, and a high-performance, scalable operating model. With this structure in place, Fressnapf | Maxi Zoo is well-positioned to unlock its full potential and strengthen its role as Europe's leading pet specialist.

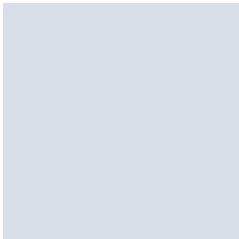
Über die Fressnapf-Gruppe:

Fressnapf | Maxi Zoo ist der europäische Marktführer für Heimtierbedarf. Seit der Eröffnung des ersten „Freßnapf“-Fachmarktes 1990 in Erkelenz (NRW) ist Gründer Torsten Toeller Firmeninhaber und Mehrheitsgesellschafter. Der Hauptsitz des Unternehmens befindet sich in Krefeld mit weiteren Niederlassungen in zahlreichen europäischen Ländern. Heute gehören rund 2.709 Fressnapf- und Maxi Zoo-Märkte mit über 20.000 Mitarbeitern (inkl. Franchise) aus über 50 Nationen zur Unternehmensgruppe. In Deutschland wird der überwiegende Teil der Märkte von selbständigen Franchisepartnern betrieben, in anderen europäischen Ländern als eigene Märkte. Darüber hinaus engagiert sich Fressnapf | Maxi Zoo als Sponsor verschiedener gemeinnütziger Tierschutzprojekte und baut ihr soziales Engagement im Rahmen der Initiative „tierisch engagiert“ stetig aus. Mit der Vision „Happier Pets. Happier People.“ versteht sich die Fressnapf-Gruppe als kundenorientiertes Omnichannel-Handelsunternehmen. Das Sortiment umfasst diverse Marken aus allen Preiskategorien, die exklusiv bei Fressnapf | Maxi Zoo erhältlich sind. Die Mission des Unternehmens lautet: „Wir tun alles, was wir können, um das Leben von Haustieren und Tierhaltern einfacher, besser und glücklicher zu machen.“

About Fressnapf | Maxi Zoo:

Fressnapf | Maxi Zoo is the European market leader in pet food and supplies. Since the opening of the first "Fressnapf" retail store in 1990 in Erkelenz (NRW), founder Torsten Toeller has been the company owner and majority shareholder. The company's headquarters are located in Krefeld, with additional branches in numerous European countries. Today, around 2,709 Fressnapf and Maxi Zoo stores, employing more than 20,000 people (incl Franchise) from over 50 nations, are part of the group. In Germany, the majority of the stores are operated by independent franchise partners, while in other European countries, the stores are owned directly. Furthermore, Fressnapf | Maxi Zoo is committed as a sponsor of various charitable animal welfare projects and continues to expand its social engagement through the "together for pets" initiative. With the vision "Happier Pets. Happier People.", Fressnapf | Maxi Zoo positions itself as a customer-oriented omnichannel retailer. The product range includes various brands from all price categories, as well as products exclusively available at Fressnapf | Maxi Zoo. The company's mission is: We do everything we can to make the lives of pets and pet parents easier, better and happier.

Kontaktpersonen



Sebastian Boms

Pressekontakt

Corporate Communications

Sebastian.Boms@fressnapf.com