



Urban Store Paris

29.10.2025 12:58 CET

Tierisch nah dran: Fressnapf | Maxi Zoo setzt auf City-Shopping mit neuen Urban Stores in Paris und Kopenhagen

Krefeld, 29. Oktober 2025 – Die Fressnapf-Gruppe setzt ihre europäische Omni-Channel- und Internationalisierungsstrategie konsequent fort und eröffnet gleich zwei neue Urban Stores in Paris (Voltaire) und Kopenhagen (Amagerbrogade). Das kompakte Innenstadtformat bringt die Marke noch näher an urbane Tierhalter:innen – mit einem kuratierten Sortiment, modernem Design und einem nahtlos integrierten Omnichannel-Erlebnis.

Das neue Urban Store Format ist ein Konzept für das Leben in der Stadt: Es

wurde vollständig intern durch das Fressnapf Store Design Team entwickelt und 2024 erstmals in Kopenhagen pilotiert. Mit einer Verkaufsfläche von rund 100 bis 200 Quadratmetern sind die Märkte deutlich kompakter als klassische Fressnapf | Maxi Zoo-Standorte und zugleich hoch effizient und kundenzentriert gestaltet.

Die Urban Stores überzeugen durch eine modulare und flexible Einrichtung, die sich optimal an lokale Gegebenheiten und architektonische Besonderheiten anpasst. Im Mittelpunkt steht ein kuratiertes Sortiment, das gezielt auf die Bedürfnisse urbaner Tierhalter:innen zugeschnitten ist – von Snacks und Mitnahmeartikeln bis hin zu praktischen Alltagsprodukten für Hund und Katze. Ergänzt wird das Einkaufserlebnis durch eine vollständige digitale Integration: Services wie Click & Collect, Lieferangebote über Wolt und eine digitale Regalverlängerung schaffen ein nahtlos vernetztes Omnichannel-Erlebnis, das den Komfort moderner Stadtkund:innen perfekt widerspiegelt.

Kundennähe im Mittelpunkt

Die neuen Standorte in Paris Voltaire und Kopenhagen Amagerbrogade zeigen, wie Fressnapf Tierbedarf direkt in den Alltag urbaner Kund:innen integriert. „Urbane Tierhalter:innen wünschen sich schnellen und unkomplizierten Zugang zu allem, was ihre Tiere brauchen – ohne lange Wege“, so Rabea Kämper, Head of Store Formats & POS Experience bei Fressnapf | Maxi Zoo. „Genau hier setzt unser Urban Store Format an: Nähe, Service und Inspiration mitten in der Stadt.“

Ein zentraler Baustein der europäischen Wachstumsstrategie

Das Urban Store Format ist ein wichtiger Bestandteil der übergeordneten Omnichannel- und Internationalisierungsstrategie der Fressnapf-Gruppe. Durch ein kuratiertes stationäres Sortiment, die Expertise der Marktmitarbeiter:innen sowie die digitale Regalverlängerung über den Online-Shop und Click & Collect wird ein umfassendes Omnichannel-Erlebnis ermöglicht. So können sowohl neue Kund:innen gewonnen als auch die Präsenz der Fressnapf-Gruppe in ganz Europa weiter ausgebaut werden. Weitere Eröffnungen sind bereits in Planung.

„Mit jeder neuen Eröffnung lernen und entwickeln wir unser Format weiter“, ergänzt Rabea Kämper. „Unsere Urban Stores zeigen: Kundenerlebnis ist

keine Frage der Fläche, sondern von Nähe, Flexibilität und Herz.“

Fressnapf | Maxi Zoo expands city shopping with new Urban Stores in Paris and Copenhagen

The Fressnapf Group opens Urban Stores in Paris and Copenhagen, further driving its omnichannel strategy and European expansion

Krefeld, October 29, 2025 – The Fressnapf Group continues to consistently implement its European omnichannel and internationalization strategy by opening two new Urban Stores in Paris (Voltaire) and Copenhagen (Amagerbrogade). The compact city-center format brings the brand even closer to urban pet owners – featuring a curated product range, modern design, and a seamlessly integrated omnichannel experience.

The new Urban Store format is designed specifically for city life. Fully developed in-house by the Fressnapf Store Design Team, it was first piloted in Copenhagen in 2024. With a retail space of around 100 to 200 square meters, these stores are significantly more compact than traditional Fressnapf | Maxi Zoo locations, while remaining highly efficient and customer-focused.

The Urban Stores stand out with their modular and flexible design, perfectly adaptable to local conditions and architectural characteristics. At the heart of each store lies a curated assortment tailored to the needs of urban pet owners – from snacks and grab-and-go items to practical everyday essentials for dogs and cats. The in-store experience is complemented by full digital integration: services such as Click & Collect, delivery via Wolt, and digital shelf extensions ensure a seamless omnichannel experience that reflects the comfort and convenience modern city customers expect.

Customer proximity at the core

The new locations in Paris Voltaire and Copenhagen Amagerbrogade demonstrate how Fressnapf integrates pet care directly into the daily lives of urban customers. “Urban pet owners want fast and easy access to everything their pets need – without long detours,” says Rabea Kämper, Head of Store Formats & POS Experience at Fressnapf | Maxi Zoo. “That’s exactly where our Urban Store format comes in: proximity, service, and inspiration right in the

heart of the city.”

A key pillar of Fressnapf's European growth strategy

The Urban Store format is a central component of the Fressnapf Group's broader omnichannel and internationalization strategy. By combining a curated in-store assortment, the expertise of local store teams, and the extended digital shelf via the online shop and Click & Collect, Fressnapf creates a truly holistic omnichannel experience. This approach helps attract new customers while strengthening the group's footprint across Europe. Additional openings are already in the pipeline.

“With every new opening, we continue to learn and refine our format,” adds Rabea Kämper.

“Our Urban Stores prove that customer experience isn't about size – it's about closeness, flexibility, and heart.”

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!"

Kontakt:

Fressnapf Holding SE
Westpreußenstraße 32-38
D-47809 Krefeld
E-Mail: Presse@fressnapf.com

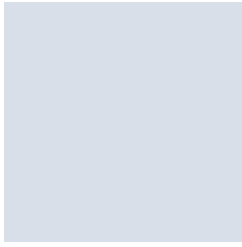
About Fressnapf | Maxi Zoo:

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 2,785 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.

Contact and further information:

Fressnapf Holding SE
Westpreußenstraße 32-38
D-47809 Krefeld
E-Mail: Presse@fressnapf.com

Kontaktpersonen

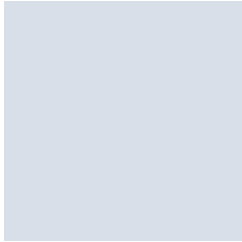


Redaktionelle Anfragen

Pressekontakt

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

presse@fressnapf.com



Theresa Spenrath

Corporate Communications

theresa.spenrath@fressnapf.com