



Blicken auf eine positive Geschäftsentwicklung der Fressnapf-Gruppe im Corona-Krisenjahr 2020: v.l.: Geschäftsführer Dr. Johannes Steegmann, Unternehmensgründer Torsten Toeller und Geschäftsführer Dr. Hans-Jörg Gidlewitz (Foto: Fressnapf Holding SE)

24.02.2021 12:30 CET

## **Zwischen Jubiläum und Pandemie: Fressnapf-Gruppe im Jahr 2020 mit dem größten Umsatzwachstum der Unternehmensgeschichte**

**Unternehmensgründer Torsten Toeller: „Unser Ökosystem ist das überlegene Konzept der Zukunft.“ ++ 500 neue Stellen im vergangenen Jahr ++ 2021 werden mehr als 70 Mio. EUR investiert**

**Krefeld, 24.02.2021** - Die Fressnapf-Gruppe beendet ihr Jubiläumsjahr 2020

(30 Jahre Fressnapf) mit einem Jahresumsatz von insgesamt 2,65 Milliarden Euro. Das entspricht einem Plus von 351 Millionen Euro bzw. 15,2 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. „Wir verzeichnen stationär und online das größte absolute Umsatzwachstum der Unternehmensgeschichte und wachsen stärker als der Wettbewerb. Mit unserer Strategie des Ökosystems haben wir das überlegene Konzept für die Zukunft und sind strategisch auf dem richtigen Weg“, zeigt sich Unternehmensgründer Torsten Toeller gleichermaßen zufrieden und offensiv. Mit Blick auf die Herausforderungen durch die weltweite Corona-Pandemie sagt Toeller: „Als systemrelevanter Händler sind wir dankbar und demütig, dass uns unsere Kunden, unsere Partner sowie alle fast 15.000 Beschäftigten vertraut haben. Gerade die MitarbeiterInnen in den Märkten, der Logistik und den Landeszentralen waren permanent für unsere Kunden da und haben einen sensationellen Job gemacht. Deshalb haben wir im vergangenen Jahr einen steuerfreien Corona-Bonus von mehr als 2,5 Millionen Euro zusätzlich ausgeschüttet.“

Unternehmensgründer und -inhaber Torsten Toeller (Foto: Fressnapf Holding SE)

### **Meilensteine im Online-Geschäft und allen elf Ländern der Fressnapf-Gruppe**

Erstmals wurde im internationalen Geschäft der zehn Landesgesellschaften ein Umsatz von mehr als einer Milliarde Euro erzielt. 1,09 Milliarden Euro entsprechen einem Wachstum von 20,3 Prozent bzw. 183 Millionen Euro. Im Kernmarkt Deutschland wurden insgesamt 1,57 Milliarden Euro Jahresumsatz erwirtschaftet - ein Zuwachs von 167 Millionen Euro bzw. 11,9 Prozent. Das Wachstum auf bestehender Fläche weist für die Fressnapf-Gruppe insgesamt betrachtet ein Plus von 13,2 Prozent im Vorjahresvergleich aus. Alle elf Länder der Fressnapf-Gruppe sind im vergangenen Jahr profitabel gewachsen.

Der bedeutendste Wachstumstreiber des vergangenen Jahres war der Online-Kanal: Mit einem Umsatz-Plus von 45 Prozent bzw. 50 Millionen Euro auf nun rund 160 Millionen Euro wurde das bereits ambitioniert geplante Wachstum deutlich übertroffen. „Wir erleben, dass die Online-Umsätze das stationäre Geschäft nicht kannibalisieren“, betont Fressnapf-Geschäftsführer Dr. Johannes Steegmann. „Vielmehr sind wir mit unserer kanalübergreifenden Omni-Channel-Strategie und den starken Franchisepartnern als Unternehmern vor Ort für eine nachhaltig profitable Entwicklung strategisch bestens aufgestellt. In diesem Jahr werden wir am Bedürfnis der Kunden entlang erste passgenaue Produkte, Services und Dienstleistungen anbieten. Das ist neben der Kunden-App, die im zweiten Halbjahr ausgerollt wird, das Fundament unseres künftigen Ökosystems“, so Steegmann weiter. „Wir

investieren kraftvoll in die Entwicklung des Ökosystems als größte Transformation der Unternehmensgeschichte.“

Fressnapf-Geschäftsführer Dr. Johannes Steegmann (Foto: Fressnapf Holding SE)

### **Investitions-Offensive im laufenden Jahr: Über 70 Millionen Euro aus eigener Kraft**

„Wir agieren weiter überaus offensiv, aus einer Position nachhaltiger wirtschaftlicher Stärke, und werden in diesem Jahr mehr als 70 Millionen Euro investieren“, gibt Fressnapf-Geschäftsführer Dr. Hans-Jörg Gidlewitz einen Ausblick auf die finanziellen Möglichkeiten des europäischen Marktführers im Heimtierbedarf. „Über 40 Millionen Euro planen wir alleine für die Expansion von über 100 neuen Standorten in Europa, zusätzlich stellen wir weitere Mittel für mögliche Akquisitionen bereit.“ Besonderer Fokus liegt dabei auf Frankreich, Italien, Polen und Dänemark. „Wir treiben die Konsolidierung der Branche und haben dies zuletzt mit der erfolgreichen Übernahme des dänischen Wettbewerbers PetWorld mit 36 Standorten und Onlineshops bewiesen“, so Gidlewitz weiter. Über 30 Millionen Euro fließen insbesondere in die Expansion des Online-Kanals in allen elf Ländern der Fressnapf-Gruppe und die entsprechende technische Infrastruktur für das Ökosystem.

Fressnapf-Geschäftsführer Dr. Hans-Jörg Gidlewitz (Foto: Fressnapf Holding SE)

### **Fressnapf-Exklusivmarken weiter im Aufwind - erstmals auch in neuen Ländern**

Auf Expansionskurs befinden sich seit dem vergangenen Jahr auch die 16 Exklusivmarken im Sortiment der Fressnapf-Gruppe. Diese haben mit insgesamt 1,32 Milliarden Euro erneut die Milliarde-Euro-Umsatzmarke übertroffen – ein Zuwachs von 146 Millionen Euro bzw. 12,4 Prozent zum Vorjahr. Erstmals werden die Exklusivmarken wie SELECT GOLD, REAL NATURE, PREMIERE und MultiFit über den strategischen Partner Zoo Hobby auch in Kroatien, Serbien und Slowenien vertrieben. Diese langfristigen strategischen Partnerschaften sollen auch in Länder ausgeweitet werden, in denen die Fressnapf-Gruppe kein eigenes stationäres oder Online-Geschäft betreibt.

## **Kunde im Fokus und neue Kompetenzen im Blick**

„Wir haben unsere Arbeitsweisen den sich verändernden Bedingungen angepasst, um noch kundenzentrierter zu handeln und noch mehr Kunden zu begeistern. Das hilft uns sowohl bei der Neukundengewinnung als auch bei der Rekrutierung talentierter und kompetenter neuer MitarbeiterInnen“, betont Fressnapf-Geschäftsführer Dr. Johannes Steegmann. Derzeit arbeiten rund 15.000 Menschen aus über 50 Nationen für die Unternehmensgruppe. Im vergangenen Jahr wurden trotz Krise rund 500 neue KollegInnen eingestellt. Spitzenreiter war Frankreich mit 157 neuen Team-Mitgliedern. „Auch im laufenden Jahr werden wir neue Kompetenzen und Spezialisten für unsere Headquarter in den Ländern, insbesondere aber auch in Krefeld und Düsseldorf suchen.“

## **Die Corona-Pandemie hat die Mensch-Tier-Beziehung weiter gestärkt**

Gerade in Zeiten der Krise zeigt sich, wie wertvoll die Mensch-Tier-Beziehung für unsere Gesellschaft ist. Deshalb engagiert sich Fressnapf seit mehr als 30 Jahren für den Tierschutz. Mit der Initiative „Tierisch engagiert“ und dem Verkauf von Freundschaftsarmbändern wurden im vergangenen Jahr gemeinsam mit den KundInnen mehr als 1,3 Millionen Euro eingenommen. Diese fließen nun an den Tierschutz bzw. tiertherapeutische Einrichtungen in Europa. „Es ist zutiefst beeindruckend, dass unsere KundInnen in einem beispiellosen Krisenjahr das Wohl der Tiere und die wertvolle Arbeit der Tierschützer nicht vergessen“, zeigt sich Fressnapf-Gründer Torsten Toeller bewegt. „Ich danke allen MitarbeiterInnen und KundInnen in Europa. Ein Euro an sich mag gering wirken, wird gemeinsam aber zur bedeutendsten Bewegung und Initiative für den Tierschutz in Europa und das macht mich irre stolz“, so Toeller weiter. Etliche weitere Geld-, Sach- und Futterspenden in Millionenhöhe wurden darüber hinaus im Rahmen der übergeordneten Initiative „Tierisch engagiert“ generiert und an Tierheime und Institutionen in Europa gespendet.

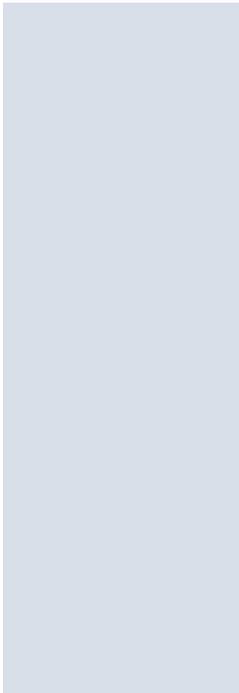
---

### [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. Sitz der Unternehmenszentrale ist Krefeld, weitere Büros gibt es in Düsseldorf, Venlo

(NL) sowie den zehn Landesgesellschaften. Heute gehören rund 1.700 Fressnapf- bzw. Maxi Zoo- Märkte in elf Ländern sowie fast 15.000 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 2,5 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, welches ein Ökosystem rund um das Haustier erschafft. Zum Sortiment gehören aktuell 16 exklusiv bei Fressnapf l 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



### **Sebastian Boms**

Pressekontakt

Corporate Communications

Sebastian.Boms@fressnapf.com

### **Julia Stüeken**

Pressekontakt

Brand PR

julia.stueeken@fressnapf.com

### **Redaktionelle Anfragen**

Pressekontakt

presse@fressnapf.com