



© Fressnapf Handels GmbH

**Tierfreund**

Hermann Aigner ist seit Jänner 2010 bei Fressnapf Österreich. Im Oktober 2016 stieg er vom Vertriebsleiter zum Geschäftsführer auf; damit ist er für den stärksten Auslandsmarkt der Gruppe verantwortlich.

# Marktführer auf der Überholspur

Fressnapf Österreich fuhr im Coronajahr 2020 mit 18% das größte Umsatzwachstum seiner Geschichte ein.

••• Von Paul Hafner

SALZBURG/KREFELD. Fressnapf hat ein spektakuläres Jahr hinter sich: Was für die im deutschen Krefeld ansässige und in elf europäischen Ländern tätige Gruppe gilt, trifft auch für Fressnapf Österreich zu: Während der Fachhändler für Tiernahrung und -zubehör international im Coronajahr um 20,3% zulegen und die 1 Mrd.-€-Marke knacken konnte, stand in Österreich ein kaum minder beeindruckendes 18,2%-Umsatzplus zu Buche. In Zahlen bedeutet das eine Steigerung von 182 auf 215 Mio. €. Das ist international wie in Österreich das größte absolute Umsatzwachstum der Unternehmensgeschichte. Zum Vergleich: Im Jahr 2019 wuchs Fressnapf Österreich um 7,3%.

„Fressnapf Österreich ist im Krisenjahr 2020 am stärksten gewachsen. Als systemrelevanter Händler sind wir dankbar und demütig für das Vertrauen, das uns von allen geschenkt worden ist“, erklärt Hermann Aigner, Geschäftsführer von Fressnapf Österreich. „Der größte Dank gebührt unseren Mitarbeitern.“

**Corona-Boni für Mitarbeiter**  
Aktuell arbeiten rund 1.000 Mitarbeiter bei Fressnapf Österreich, im vergangenen Jahr wurden rund 70 neue Mitarbeiter angestellt. Der Belegschaft wurden insgesamt 280.000 € steuerfreier Corona-Bonus ausbezahlt. „Gerade die Mitarbeitenden in den Filialen waren permanent für unsere Kunden da und haben einen sensationellen Job gemacht“, so Aigner.

Auch im laufenden Jahr sei man auf der Suche nach neuen Fachkräften in den Filialen; die Zahl dieser hat sich inkl. Franchiser indes von 136 auf 133 reduziert; alle neun Bundesländer weisen ein Umsatzplus auf, sieben davon sogar ein zweistelliges. Am stärksten ist man in Niederösterreich vertreten, wo es 28 Standorte gibt; mit +19,6% konnte man dort auch am deutlichsten zulegen.

**Erfolgsfaktor Digitalisierung**  
Ein bedeutender Anteil an der positiven Umsatzentwicklung ist neben den outperformenden Exklusivmarken (Premiere legte etwa um 19,9% zu, AniOne um 18,1%), die es mittlerweile auf einen Anteil von 55,3% am Gesamtumsatz bringen, auch effektiven und innovativen Digi-

talierungsmaßnahmen zuzuschreiben.

So entpuppte sich der Online-Kanal als wichtiger Wachstumstreiber, und „die ambitionierten Ziele“ wurden durch ein Umsatzplus von 134% – in absoluten Zahlen: von fünf auf 13 Mio. € – noch einmal deutlich übertroffen. Auch andere digitale Investments machen sich bezahlt: Follower-Zahlen auf Social Media-Kanälen steigen steil an, intern zeugt die Fressnapf-Akademie mit Weiterbildungs-Webinaren von einer profunden Digitalstrategie.

”

*Wir erleben, dass der Online-Umsatz das stationäre Geschäft nicht kannibalisiert. Mit unserer Omnichannel-Strategie sind wir bestens aufgestellt.*

**Hermann Aigner**  
Geschäftsführer  
Fressnapf Österreich

“