



Logo Entstehungsprozess. Das Petmoji ist einem lachenden Tiergesicht nachempfunden.

02.05.2024 10:00 CEST

Neues Logo nach 34 Jahren – Fressnapf wechselt Markengesicht

Frischer Markenauftritt unterstreicht Positionierung als Umsorger-Marke

Krefeld, 02.05.2024 – Rebranding bei Fressnapf | Maxi Zoo. Das Unternehmen tritt ab Mai 2024 flächendeckend mit einem neuen Logo auf. Der neue Markenauftritt ist das Ergebnis der konsequenten Umsetzung der strategischen Transformation vom produktfokussierten Versorger, zum Omnichannel-Anbieter und Umsorger fürs Miteinander von Mensch und Tier. Das neue Logo löst damit an allen relevanten Touchpoints, von der Website bis zur Kleidung der Mitarbeitenden, deutschlandweit und international den

bisherigen Fressnapf mit Katze und Hund‘ ab.

Vor rund 34 Jahren kreierte Gründer und Inhaber Torsten Toeller persönlich das erste Fressnapf-Logo und erweckte die Marke damit zum Leben. Seitdem gab es lediglich kleinere Anpassungen. Nun erfolgt die Ablösung durch eine neue Bildmarke, die einem lächelnden Tiergesicht nachempfunden ist. Matthias Bauer, Senior Vice President Customer Experience bei Fressnapf: „Das Rebranding mit neuem Unternehmenslogo übersetzt unser Markenversprechen ‚Happier Pets. Happier People‘ in ein zeitgemäßes Design. Es ist vielseitig einsetzbar und in physischer sowie digitaler Umgebung schnell zu erfassen. Für mich ist das sogenannte ‚Petmoji‘ eine disruptive Veränderung des bisherigen Markenauftritts, die unsere Neupositionierung unterstreicht und somit der konsequente nächste Schritt unserer Transformation vom Versorger zum Umsorger ist.“ Fressnapf-CEO Dr. Johannes Steegmann ergänzt: „Gemeinsam mit unseren über 18.000 engagierten Mitarbeitenden haben wir in den letzten zwei Jahren intensiv daran gearbeitet, unser umfassenderes Produkt- und Service-Angebot online und lokal in unseren modernisierten Future Stores kontinuierlich auszubauen – und damit ein echtes Rundum-Sorglos-Paket für Mensch und Tier geschaffen. Das neue Markenlogo transportiert als Aushängeschild an unseren Stores nun genau die richtige Mischung aus Nähe, Vertrauen und Leichtigkeit, die wir beim Einkaufserlebnis erzeugen wollen.“

Begleitet wird dieser mutige Schritt von einer Kampagne, die ab Mai 2024 europaweit in elf Ländern startet. Unter dem Motto ‚Glücklich, wenn ihr es seid‘ dreht sich bei der Kampagne alles um das Markengefühl ‚Happiness‘ und zahlt darüber auf das Leitmotiv Tierliebe ein. Sie wirft unter anderem einen Blick hinter die Kulissen der innovativen Services von Dr. Fressnapf, die unternehmenseigenen Fressnapf Salons sowie auf das eigene Loyalty-Programm ‚Friends‘. ‚Friends‘ ist ein selbst entwickeltes, App-basiertes Kundenbindungsprogramm, über das Fressnapf auf moderne Weise mit Kundinnen und Kunden interagieren kann. Inhalte werden darüber personalisiert bereitgestellt – passend zu den individuellen Interessen und Vorlieben des Tiers. Bei der Kampagne selbst setzt Fressnapf verstärkt auf Bewegtbild mit unterschiedlichen Motiven und Spotlängen. Im Zentrum der Hauptspots stehen Alltagsmomente unterschiedlicher Mensch-Tier-Partnerschaften und ihre Erlebnisse mit Fressnapf: von der individuellen Beratung, über die große Auswahl mit hochwertigen Exklusivmarken, wechselnden Rabatt-Aktionen und ergänzenden Services – online und vor Ort. Die Kreation der Kampagne erfolgte in enger Zusammenarbeit mit der Lead-Agentur Serviceplan sowie der Produktionsfirma Serviceplan Make.

Regie führte Jan Stollberg, der bereits die vergangene Weihnachtskampagne für Fressnapf erfolgreich umsetzte. Fressnapf setzt bei der Verbreitung der neuen Kampagne auf einen gezielt ausgesteuerten Multimediamix aus TV, Radio, Social Media sowie über den Social-News-Aggregator Reddit. Um die Kampagne kontinuierlich zu optimieren, bleibt auch der Ansatz Test&Learn – wie schon in den Vorjahren – weiterhin fester Kampagnenbestandteil. Die Media-Aussteuerung wurde von der Agentur EssenceMediacom geplant.

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 in den Landesgesellschaften. Die Fressnapf-Gruppe ist aktuell in 14 Ländern aktiv. Heute gehören über 2.100 Fressnapf- bzw. Maxi Zoo Märkte sowie über 18.000 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 4 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

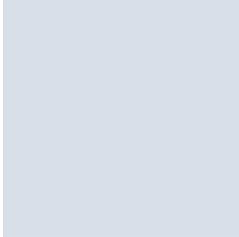


Redaktionelle Anfragen

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