fressnapf
maxi zoo

08.01.2018 15:51 CET

„Was Tiere lieben gibt's bei uns – jetzt noch günstiger" – Fressnapf-Gruppe startet erstmals europaweite Kampagne

Europas Nummer 1 im Heimtierbedarf stellt Fachkompetenz und Sortimentsvielfalt in den Fokus

Krefeld, Januar 2018. Sortimentsvielfalt und Kompetenz rund ums Tier – mit insgesamt mehr als 13.000 Artikeln im Sortiment. Diese Merkmale arbeitet die Fressnapf-Gruppe ab 8. Januar 2018 erstmals in einer europaweiten Kampagne heraus. In allen elf Ländern der Unternehmensgruppe, von Deutschland über Dänemark bis Italien, werden darüber hinaus unter dem verbindenden Kampagnen-Claim „Was Tiere lieben gibt's bei uns" und dem Zusatz „jetzt noch günstiger" 300 Markenartikel dauerhaft im Preis gesenkt. Die Kampagne wird in allen teilnehmenden rund 1.500 stationären Märkten und im Online-Shop (derzeit in Deutschland, der Schweiz und Luxemburg) umgesetzt.

„Mit einer emotionalen Kampagne beweisen wir eindrucksvoll, dass wir unser Handeln ganzheitlich entlang der Bedürfnisse unserer Kunden und ihren Haustieren ausrichten", unterstreicht Alfred Glander, Vorsitzender der Geschäftsführung (CEO) der Fressnapf-Gruppe. „Wir demonstrieren unseren Kunden in ganz Europa unsere breite und tiefe Sortimentskompetenz, die Vielfalt und Varietäten für Hund, Katze und Kleinsäuger."

Hund, Katze, Herz und Produkte im Fokus der Kampagne

Eingebettet wird die Kampagne mit einem, die Produkte umschließenden Herz, in eine 360°-Kommunikation. Im Zentrum stehen dabei neben dem Key-Visual insbesondere emotionale TV-Spots, welche ausschließlich die Tiere in den Fokus stellen. Dabei sind immer zwei Tiere in Interaktion

miteinander und nutzen Artikel aus dem breiten Fressnapf-Sortiment. Abgerundet wird der Kommunikationsmix über Radio-Spots, Printanzeigen, Social-Media Werbung, Handzettel, Newsletter, Online-Banner und Landing-Pages im Fressnapf-Umfeld.

Kampagne erstreckt sich erstmals über alle Länder der Fressnapf-Gruppe

Erstmals wird eine Kampagne dieser Art in allen elf Ländern der Fressnapf-Gruppe umgesetzt. Dazu wird die kommunikative Kampagnen-Klammer „Was Tiere lieben gibt's bei uns" jeweils übersetzt und mit einem individualisierten Key-Visual unterstützt. Geplant ist, die Kampagne europaweit mindestens bis in den April 2018 zu führen.

Die kreative Umsetzung, insbesondere die Kreation und Produktion der TV-Spots, entstand in Zusammenarbeit mit der Agentur Serviceplan unter Leitung von Geschäftsführer Alexander Nagel und Creative Director Laura Müller-Rossbach. Regie führte Axel Baur.

Den Spot finden Sie auch hier: https://www.youtube.com/watch?v=OEo-lz_xS5o&feature=youtu.be

---

Die Fressnapf- Gruppe ist Marktführer im Heimtierbedarf in Europa. Das Unternehmen wurde 1990 von Inhaber Torsten Toeller in Erkelenz (NRW) gegründet. Zur Unternehmensgruppe gehören heute rund 1.500 Fachmärkte in elf europäischen Ländern (dort meist unter dem Namen Maxi Zoo) und mit mehr als 10.000 Beschäftigten. Moderne Märkte, kompetente Beratung, attraktive Preise, vielfältige Serviceangebote und ein Online-Shop machen die Fressnapf-Gruppe mehr und mehr zum Cross-Channel-Händler. Heute setzt die Unternehmensgruppe jährlich fast zwei Milliarden Euro um. Die Fressnapf-Gruppe ist Förderer verschiedener, gemeinnütziger Tierschutzprojekte und baut sein soziales Engagement für die Beziehung zwischen Mensch und Tier stetig aus. Die Mission lautet: Wir geben alles dafür, das Zusammenleben von Mensch und Tier einfacher, besser und glücklicher zu machen.

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

Julia Stüeken
Pressekontakt
Brand PR
julia.stueeken@fressnapf.com