

Neues Brand Design als Teil einer umfassenden strategischen Initiative: zooplus SE sieht die Welt weiterhin durch die Augen der Haustiere

München, 3. September 2024 – zooplus SE, Europas führende Online-Plattform für Heimtierbedarf, kündigt die Einführung eines neuen, modernen Brand Designs an, das darauf abzielt, sein einzigartiges Wertversprechen für die wachsende Zahl an Kunden in ganz Europa zu stärken. Das neue Markendesign ist Teil einer Reihe von Maßnahmen, um die Position von zooplus als digitaler Marktführer im Heimtierbedarf auszubauen. Zudem soll es unterstreichen, dass zooplus weiterhin die besten Kundenerlebnisse in der Branche schaffen will.

„Als führende Online-Plattformen für Haustierbesitzer in Europa haben wir den Anspruch, Innovationsführer zu bleiben, den Maßstab für personalisierte Kundenerlebnisse zu setzen und die beste Auswahl an Heimtierbedarf und -dienstleistungen anzubieten. Unser neues Markendesign spiegelt unsere Vision ‚Celebrating Pet Love Every Day‘ im besten Sinne wider und zeigt unser unermüdliches Engagement, die Bedürfnisse unserer Kunden und ihrer Haustiere in den Mittelpunkt zu stellen“, erklärt Geoffroy Lefebvre, CEO von zooplus.

Rebranding als Teil einer nachhaltigen, umsichtigen Evolution

Das neue Markendesign sorgt über alle Kontaktpunkte hinweg für ein modernes, ansprechendes visuelles Erlebnis – von der Website-Kommunikation bis hin zu sozialen Medien und Marketingkampagnen. Im Mittelpunkt des Rebrandings steht das neue Logo, das sich mit ausdrucksstarken, verspielten Formen und den markanten „Augen“ präsentiert und damit das hervorhebt, was zooplus einzigartig macht: tiefgehende Expertise und aufrichtige Wertschätzung für die Einzigartigkeit von Haustieren. Dabei bleibt zooplus seinem ikonischen grünen Farbton treu, der seit 25 Jahren das Markenzeichen von zooplus darstellt. Im Rahmen der strategischen Weiterentwicklung umfasst das Rebranding auch eine umfassende Aktualisierung des User Interface (UI) und der User Experience (UX) auf der Website, in der App und an anderen digitalen Touchpoints, die in den kommenden Wochen und Monaten eingeführt wird und einen nahtlosen, integrierten Einkaufsprozess bietet.

„Unser Rebranding stellt eine tiefgreifende, aber behutsame Weiterentwicklung dar. Wir haben bewahrt, was uns einzigartig macht, und gleichzeitig Verbesserungen eingeführt, die unser Wachstum und unsere Zukunftsvision widerspiegeln. Das Rebranding zeigt unseren Kunden, Partnern und unserem Team, dass zooplus mit der Zeit geht, während wir unseren Kern beibehalten, der spielerisch und dynamisch in unserem neuen Logo reflektiert ist. Bei dem Rebranding geht es nicht nur um ein neues Aussehen. Vielmehr geht es darum, uns auf dem erfolgreichen Fundament unsere Vergangenheit für eine noch erfolgreichere Zukunft aufzustellen“, sagt Jonas Schultheiss, Chief Marketing Officer von zooplus.

Unternehmensprofil:

Die zooplus SE ist die führende Online-Plattform für Heimtierbedarf in Europa. Mit der Vision „Celebrating Pet Love Every Day“ richtet sich zooplus an die Bedürfnisse aller Haustiereltern und bietet ein breites Produktsortiment, exklusive Eigenmarken im Bereich Futter und Zubehör Tipps rund um Ernährung und Haustier-Lifestyle, Treueprogramme und ein bequemes und flexibles Abo-Modell. Mit der Mission, die ultimative Anlaufstelle für alle Haustiereltern zu schaffen, bietet das Unternehmen durch seine innovative Online-Plattform, die zuverlässige Lieferung und den hochmodernen Kundenservice ein einzigartiges Erlebnis für Tiereltern. Die zooplus SE hat ihren Hauptsitz in München und bietet lokale Online-Shops in 30 europäischen Ländern an. Weitere Informationen finden Sie unter corporate.zooplus.com, auf unserer internationalen Shop-Seite unter zooplus.com und auf unserer [LinkedIn-Seite](#).

Kontakt:

zooplus SE
Sonnenstraße 15
80331 München
E-Mail: press@zooplus.com
Website: corporate.zooplus.com