

# Rabatt und Kundenbindung emotional verpackt: Fressnapf Österreich startet Kampagne für Friends-Rabatt

Egal, welche Krise uns seit den vergangenen zweieinhalb Jahren erreicht: Die Beziehung zwischen Mensch und Tier ist einzigartig und nahezu krisensicher. Das ist das Kerngeschäft von Fressnapf Österreich. Der Marktführer bei Tierfutter und -Zubehör positioniert sich über alle Lebensphasen des Haustieres hinweg als Fachhändler, Berater und freundschaftlicher Verbündeter von Mensch und Tier – in 135 Märkten österreichweit, online und mobil. Dazu zählt auch die im Juli 2022 eingeführte Fressnapf Kunden-App, die in kürzester Zeit bereits mehr als 300.000 mal kostenfrei aus den gängigen App-Stores geladen worden ist. In der Fressnapf-App wartet ein besonderes Highlight auf die Kund:innen: Der Fressnapf Friends-Rabatt. Exklusiv für App-User:innen wird ein Rabatt in Höhe von fünf Prozent bei jedem Einkauf im Markt sowie im Fressnapf Onlineshop geboten. Die Realisierung der Kampagne, welche auf allen Kanälen, in Print, und TV läuft, ist ebenso frisch wie emotional.

## Emotionale Kampagne „So sparen Freunde“

Fressnapf möchte den Friends-Rabatt nun bei Tierhalter:innen bekannt machen. Dafür wurde eine für das Branchenumfeld innovative Kampagnengestaltung gewählt. Mit dem Claim „So sparen Freunde“ soll der 5 %-Rabatt vorgestellt werden. Das Highlight der Kampagne ist der TV-Spot, für den neben den Fressnapf Mitarbeitenden die Kreativagentur Serviceplan Campaign verantwortlich zeichnet: Zu Beginn sieht man eine typische Einkaufssituation in einem Fressnapf Markt. In dem Moment, in dem der Kunde erstmals seinen Fressnapf Friends-Rabatt erhält, verwandelt sich der Markt zu einer Showbühne. Kund:innen und Mitarbeitende sind außer sich vor Freude und beginnen in Tanzszenen mit ihren Hunden zu interagieren. Mit dieser Art der Musical-Darbietung wird die Botschaft „Dieses Jahr 5 % Rabatt bei jedem Einkauf“ emotional und mit viel Freude kommuniziert. Die Hauptrolle spielen dabei die niedlichen Hunde, die durch die Interaktion wahre Freude verspüren. Besondere Komplexität bekam das umfangreiche Shooting der Bewegtbilder und Fotomotive durch verschiedene Tänzer:innen sowie Hunde, die gemeinsam interagiert haben. Dabei stand selbstverständlich der Tierwohlgedanke durch professionelle Tiertrainer:innen und die Anwesenheit eines Tierarztes im Fokus.



„Das Friends-Programm dient dem Kunden zum Einstieg in das kanalübergreifende Fressnapf-Ökosystem und unterstreicht den Anspruch, die Bedürfnisse von Mensch und Tier noch besser zu verstehen und sich vom Versorger zum Umsorger zu entwickeln.“, sagt Hermann Aigner, Geschäftsführer Fressnapf Österreich.



Die Kampagnen-Produktion fand erstmalig im Ausland in einem polnischen Fressnapf-Markt statt. Der emotionale Spot ist demnach eine crossfunktionale und internationale Kooperation.

Mit der Kampagne hat Fressnapf außerdem einen innovativen Weg beschritten, indem verschiedene Stilmittel und die Inszenierung des Fressnapf Marktes zu einer Show- bzw. Musicalbühne kreativ verbunden worden sind. Eine Besonderheit: Der Brand Sound der Fressnapf Gruppe wurde für die Inszenierung der Friends-Kampagne eigens durch eine Big Band neu interpretiert.

Die Kampagnen-Produktion hat die Fressnapf Gruppe erstmalig im Ausland in einem polnischen Markt realisiert. Der emotionale Spot ist demnach eine crossfunktionale und internationale Kooperation, denn es waren sowohl Fressnapf-Mitarbeitende aus beiden Headquartern involviert, außerdem eine deutsche und polnische Agentur sowie mit Anders Forsmann ein schwedischer Regisseur.

## Der Fressnapf Friends-Rabatt als Sparvorteil in Krisenzeiten

Fressnapf Österreich Geschäftsführer Hermann Aigner betont: „Der Friends-Rabatt soll gerade in diesen Zeiten Mensch und Tier ein wenig Freude und finanzielle Entlastung bieten. Die App ist außerdem ein

einfacher Einstieg in unser Omnichannel-Ökosystem rund ums Haustier.“ Der

Friends-Rabatt gilt neben dem Sortiment im Markt und dem Onlineshop in selber Höhe auch in den Fressnapf Salons. Der Friends-Rabatt ist zudem mit Rabatt-Aktionen aus dem Handzettel kombinierbar. Bei allen anderen Rabatt-Aktionen (z.B. Coupons, Gutscheincodes) wird stets der für die Kund:innen vorteilhaftere Rabatt berücksichtigt. Das in der App genutzte Kundenkonto, bei dem eine E-Mail-Adresse und ein Passwort hinterlegt werden, dient dabei als Einstieg zu verschiedenen Kanälen und Services wie dem Onlineshop und weiteren Angeboten. Fressnapf Friends ist exklusiv in der Fressnapf Kunden-App aktivierbar und steht in keinem Wettbewerb zu bewährten und bekannten Treue-Programmen wie z.B. der Kooperation mit PAYBACK. Voraussetzung zur Nutzung von Fressnapf Friends sowie den Rabattleistungen ist die Registrierung und kostenfreie Aktivierung innerhalb der Kunden-App. Kund:innen ohne App können diese jederzeit kostenfrei in den gängigen App-Stores beziehen.

## Austrian Retail Innovations Award 2022

Im November wurde Fressnapf die höchste Auszeichnung der heimischen Retail Tech Szene im Rahmen des TECH DAY von Handelsverband und dem Kooperationspartner EY übergeben. Mit dem Preis werden in Österreich tätige Handelsunternehmen für den Einsatz herausragender, innovativer Technologie-Lösungen ausgezeichnet. Fressnapf erhielt die Auszeichnung für die im April 2022 eingeführte Fressnapf App. Mit der App stellt Fressnapf das Haustier als „Kunden“ in den Mittelpunkt. Mittels Tierprofil stellt der Haustierbesitzer die Informationen ein, welche er erhalten möchte. Somit wird der Content, Rabatte und Aktionen ohne Streuverlust



von links nach rechts: Rainer Will, Handelsverband, Florian Haas, EY, Gerhard Resinger und Jürgen Seiwaldstätter, Fressnapf Handels GmbH, Nikolaus Köchelhuber, EY © Katharina Schiffl

direkt an den Kunden kommuniziert. Die begehrten Trophäen wurden heuer zum bereits siebten Mal vergeben – in Zusammenarbeit mit EY als Schirmherr.



Der Retail Innovationsaward wurde 2022 zum siebten Mal vergeben.