



Green Petfood positioniert sich neu und führt neues Verpackungsdesign ein

Kleinheubach, 12. Mai 2025 – Green Petfood, eine Marke von ERBACHER the food family, richtet sich strategisch neu aus und stellt ein neues Verpackungsdesign für das Sortiment an Hunde- und Katzenfutter vor. Die überarbeitete Markenstrategie zielt darauf ab, die Ausrichtung auf moderne Tierernährung weiter zu schärfen. Das neue Verpackungsdesign ist ab Anfang Juni im Handel erhältlich. Die vollständige Umstellung erfolgt schrittweise bis Ende September. Erste Einblicke in das neue Design und Sortiment erhielten Fachbesucher:innen bereits auf der Zoomark in Bologna vom 5. bis 7. Mai.

Zentraler Aspekt der Neupositionierung ist der Claim „Change starts in the bowl“, der die Verbindung zwischen Produktqualität und Innovation verdeutlicht. Green Petfood hat es sich zum Ziel gesetzt, Tierernährung neu zu denken und einen Beitrag zur Vitalität von Hunden und Katzen zu leisten. Die eigenen Rezepturen bestehen aus hochqualitativen Zutaten. Darunter auch alternative Proteinquellen wie Insekten und Sojaprotein, die unter strengen Qualitätskontrollen verarbeitet werden. Die Neupositionierung von Green Petfood richtet sich an eine gesundheitsbewusste, urbane Zielgruppe, die zu 70 Prozent weiblich ist.

Auch gestalterisch schlägt die Marke einen neuen Weg ein: Übersichtlichkeit und Wiedererkennbarkeit stehen im Mittelpunkt des überarbeiteten Designs. Das nun horizontal platzierte Logo wurde vergrößert, um die Markenpräsenz zu stärken. Farblich differenzierte Verpackungen, kombiniert mit Illustrationen, erleichtern die Orientierung im Laden und unterstreichen die Eigenständigkeit der einzelnen Sorten.

Gleichzeitig bleibt Green Petfood seinen zukunftsgerichteten Grundwerten treu und achtet auf die Recyclingfähigkeit der Verpackungen sowie auf eine ressourcenschonende Rohstoffauswahl, Produktion und Lieferkette.

„Die Nachfrage nach zukunftsfähiger und gesunder Tiernahrung wächst stetig – sowohl im Bereich des Hunde- als auch des Katzenfutters“, erklärt **Rafael Rybandt, Brandlead bei Green Petfood**. „In unserer neuen Markenstrategie rückt das gemeinsame Entdecken und Sammeln neuer Erfahrungen in den Fokus. Das Tier wird als treuer Partner verstanden, der nicht nur den Alltag bereichert, sondern auch ein Stück der Persönlichkeit seines Menschen widerspiegelt.“

Green Petfood plant, sowohl im deutschsprachigen Raum als auch international, neue Zielgruppen zu erreichen und das bestehende Sortiment gezielt auszubauen.

Über Green Petfood

Green Petfood ist eine Marke der ERBACHER the food family und hat sich seit 2013 auf die Entwicklung und Herstellung von vollwertiger Tiernahrung für Hunde und Katzen spezialisiert. Die Produkte von Green Petfood stehen für hohe und zukunftsfähige Qualität und werden derzeit in 38 Länder exportiert. Ziel ist eine ausgewogene Ernährung, die aktuelle ernährungsphysiologische Erkenntnisse und die Bedürfnisse der Tiere berücksichtigt. Dabei verwendet Green Petfood alternative Proteine und achtet darauf, dass die Nahrung auch für empfindliche Tiere und Allergiker besonders gut geeignet ist.

Green Petfood wurde mehrfach für sein Engagement in den Bereichen Umwelt und Ressourcenschonung ausgezeichnet – unter anderem mit dem GREEN BRANDS Award sowie dem Deutschen Nachhaltigkeitspreis 2024 in der Kategorie Futtermittel und Tiernahrung.

Mehr Informationen unter: www.green-petfood.de

Über ERBACHER the food family

Das Familienunternehmen mit Sitz in Kleinheubach entwickelt und produziert seit über 80 Jahren hochwertige Nahrung für Mensch und Tier. Als Vordenker in dritter Generation setzt ERBACHER the food family auf die starken Marken Josera, Green Petfood, JOSI, Bavaro, ERBACHER Food Intelligence sowie auf innovative Ansätze in der Lebens- und Futtermittelproduktion. Mit über 1.000 Mitarbeitenden an vier Standorten weltweit sind die Produkte in mehr als 70 Ländern erhältlich.

Mehr Informationen unter: www.food.family.