

Über BONKERS

Die Beziehung zwischen Mensch und Haustier wandelt sich. Viele Tierhalter*innen verstehen sich heute als „Katzenmama“ oder „Hundepapa“ oder nennen ihren Vierbeiner liebevoll ihr „Baby“. Vorbei sind die Zeiten, in denen Haustiere einen reinen Gebrauchszweck erfüllten – heute sind sie integraler Bestandteil der Familie. Wir verstehen sie nicht mehr als Besitz, sondern als unsere tierischen Begleiter. Beinahe die Hälfte aller Menschen mit Haustier gehört den Millennials oder der Gen Z an. Diese Gruppe wünscht sich Produkte, die Familie über Funktionalität stellen. Noch fehlt ihnen allerdings das Angebot, denn nach wie vor bestimmen einige wenige konventionelle Anbieter den Markt. Die jungen Generationen haben andere Erwartungen an Hersteller von Heimtierbedarf als ihre Eltern und Großeltern: Sie fordern größere Transparenz über Inhaltsstoffe und legen Wert auf Interaktionsmöglichkeiten durch digitale Plattformen.

BONKERS wurde als Antwort auf diese veränderten Erwartungen gegründet. Als Hersteller von Haustiersnacks möchte BONKERS vor allem eins: die Bindung zwischen Menschen und ihren Tieren stärken. Liebe geht durch den Magen. Deswegen spielen Leckerlis eine wichtige Rolle beim Aufbau einer solchen Beziehung. BONKERS weiß, dass jedes Haustier einzigartig ist. Und BONKERS versteht, dass moderne Tierhalter*innen ihren tierischen Lieblingen nicht überlegen, sondern emotional verbunden sein wollen. Mit diesem Wissen entwickelt BONKERS Snacks, die sich durch hohe Qualität, erschwingliche Preise und ein besonders relevantes Markenerlebnis auszeichnen, das auf die vernetzte und interaktionsorientierte Lebensrealität von Digital Natives zugeschnitten ist.

BONKERS steht für eine starke und selbstbewusste Markenidentität, die Spaß macht und Kund*innen begeistert. Die Preisgestaltung und das markante Design lassen die Produkte schnell im Warenkorb landen und maximieren das Impulskaufpotenzial. Produkte von BONKERS überzeugen durch ihr hervorragendes Preis-Leistungs-Verhältnis. Die Snacks haben weniger als zwei (Katzen) bzw. fünf (Hunde) Kalorien pro Stück und enthalten weder Soja noch Weizen oder künstliche Farbstoffe und Aromen. Der Erfolg spricht für sich: Zwischen der ursprünglichen Idee, die während der Corona-Pandemie geboren wurde, und der ersten Belieferung von 12.000 Verkaufsstellen vergingen nur zehn Monate.

Heute ist BONKERS nicht nur das am schnellsten wachsende Unternehmen für Katzensnacks in den USA und dem Vereinigten Königreich, sondern auch ein viraler Hit auf TikTok.

BONKERS wurde für das soziale Zeitalter entwickelt. Die Marke schafft nicht nur echte Verbindungen zwischen Mensch und Tier, sondern macht sie durch digitales Storytelling gemeinsam erlebbar. Mit diesem Ansatz konnte sich das Unternehmen schnell eine beachtliche Sichtbarkeit im Bereich Heimtierbedarf erarbeiten. Durch die Zusammenarbeit mit Content-Creator*innen, Interaktion mit der globalen Community und ansprechende Social-Media-Inhalte bringt BONKERS Tiereltern der Millennials und Gen Z zusammen. Denn wer vierbeinige Gefährten hat, weiß: Es gibt noch so viel zu entdecken.

Weitere Informationen zu BONKERS finden sich online unter: www.bonkerspets.com

Über Rhodes Pet Science

Als Hersteller zukunftsweisender Produkte denkt Rhodes Pet Science Heimtierpflege von Grund auf anders. Das Unternehmen investiert in den Aufbau einer neuen Generation von Marken, die Heimtiere und ihre Besitzerinnen *gleichermaßen ansprechen*. *Dahinter steht das Ziel, die Bedürfnisse moderner Verbraucherinnen* noch besser zu erfüllen.

Rhodes Pet Science ist Teil der ZURU Group. ZURU ist eines der am schnellsten wachsenden Konsumgüterunternehmen der Welt und mit seinen Marken in über 120 Märkten sowie an 26 internationalen Standorten vertreten.

Weitere Informationen zu Rhodes Pet Science finden sich online unter: www.rhodespetscience.com

Über ZURU

Die ZURU Group hat sich von einem Akteur in der Spielwarenindustrie zu einem internationalen Unternehmen entwickelt. Heute ist ZURU mit sechs Vertical Brands weltweit an 26 Standorten sowie in über 120 Märkten vertreten.

Durch kompromisslose Innovation und fortschrittliche Automatisierung bricht ZURU mit dem Status quo, setzt branchenübergreifend disruptive Impulse und beschleunigt zukunftsweisende Entwicklungen. Dieser Ansatz zieht sich durch alle Geschäftsfelder des

Unternehmens: Ob Spielzeug (ZURU Toys), Hausbau (ZURU Tech) oder Konsumgüter (ZURU Edge) – ZURU denkt die Zukunft neu und richtet sich auf moderne Zielgruppen aus.

Weitere Informationen zu ZURU finden sich online unter: www.zuru.com