

zooplus relaucht sein Kundenloyalitätsprogramm mit dem zooplus CLUB – Treue, die sich auszahlt



München, 11. November 2025 – Die zooplus SE, eine der führenden Online-Plattformen für Heimtierbedarf in Europa, überarbeitet und vereinheitlicht ihr Treueerlebnis für Kund:innen. Das zweistufige Programm wird in allen zooplus Shops eingeführt, ist leichter verständlich und bietet ein nahbares, lohnendes Kundenerlebnis. Zum Start und als Dankeschön für ihre Treue verschenkt zooplus im Dezember Millionen von zusätzlichen zooPoints an Kund:innen.

„Haustiere sind oft über viele Jahre hinweg Begleiter und Familienmitglieder – mit dem zooplus CLUB werden Mitglieder Teil einer Community, in der sich Treue wirklich auszahlt: durch exklusive Vorteile, maßgeschneiderte Angebote und besondere Erlebnisse“, sagt Jonas Schultheiss, Chief Marketing and Sales Officer bei zooplus. „Der CLUB verkörpert unsere Philosophie von echter Kundenbindung, die mit jedem Tag wächst. Dabei geht es um viel mehr, als nur Wiederkäufe zu fördern – wir zelebrieren und stärken die besondere Bindung zwischen Haustieren, ihren Besitzern und unserer Marke.“

Im Gegensatz zu herkömmlichen Bonusprogrammen müssen Kund:innen beim zooplus CLUB kein besonderes Level erreichen, um in die nächste Stufe zu kommen. Wer zooplus Kund:in ist und sich registriert, wird automatisch Mitglied im CLUB. Alle CLUB Mitglieder erhalten für ihre erste Bestellung als Begrüßung zooPunkte und sammeln

zooPunkte bei jedem weiteren Einkauf. Sie bekommen Geburtstagsüberraschungen für ihre Haustiere und können gesammelte zooPunkte für eine Vielzahl attraktiver Prämien einlösen. Wie bisher können die gesammelten zooPunkte auch an gemeinnützige Organisationen gespendet werden. Dank dieser Möglichkeit konnten alleine in den letzten zwölf Monaten insgesamt 977.000 Euro an über 90 Tierheime in ganz Europa weitergegeben werden.

Für Tierhalter:innen, die noch mehr wollen, gibt es zudem den **zooplus CLUB Premium**. Der kostenpflichtige Status kann jederzeit dazugebucht werden und bietet sofort zahlreiche weitere Vorteile – einen Extra-Rabatt von 3–5 % auf jede Bestellung, viele weitere exklusive Preisvorteile sowie die Teilnahme an Gewinnspielen.

Neben der Überarbeitung des Programms selbst, hat zooplus auch die Art und Weise neu gedacht, wie die Prämien und Vorteile kommuniziert werden. Mit dem Konzept „**Loyalty that loves back**“ (übersetzt so viel wie „Weil echte Treue mehr verdient“) und einem frischen, spielerischen Ton setzt der neue zooplus CLUB auf emotionale Markenbindung, fördert Folgebestellungen und stärkt das Gemeinschaftsgefühl.

Über zooplus:

Seit 1999 ist zooplus Pionier im E-Commerce für Heimtierbedarf und bedient Millionen von Tierhaltern mit einem ständig wachsenden Sortiment an Ernährungs- und Lifestyleprodukten, eigenen Premiumfutter- und Zubehörmarken sowie fachkundiger Beratung, praktischen Services und Treueprogrammen. Der Vision „Celebrating Pet Love Every Day“ verpflichtet und getrieben von der Leidenschaft für Innovation, hat sich zooplus zum Ziel gesetzt, den Industriestandard für smartes, personalisiertes Shopping zu setzen. zooplus betreibt lokale Online-Shops in mehr als 30 europäischen Ländern und hat seinen Hauptsitz in München. Weitere Informationen finden Sie unter corporate.zooplus.com, auf der Shop-Seite zooplus.de oder [LinkedIn](#).

Kontakt für Presseanfragen:

zooplus SE
Herzog-Wilhelm-Str. 18
80331 München
E-Mail: press@zooplus.com
Website: corporate.zooplus.com