

KI wird zum digitalen Tierberater: Mehrheit der Haustierbesitzer offen für KI-gestützte Expertise

München, 01. Juli 2026 – Künstliche Intelligenz etabliert sich zunehmend als vertrauenswürdiger Helfer im Alltag von Haustierbesitzern. Wie eine Umfrage von zooplus, dem führenden Online-Händler für Heimtierbedarf mit 11 Millionen Kunden in Europa zeigt, nutzt rund ein Drittel der Tierhalter bereits heute KI-Tools für zahlreiche haustierbezogene Themen, von Ernährung über Training bis hin zu Produktempfehlungen. Weitere vier von zehn Befragten zeigen sich offen für den Einsatz solcher Technologien in Zukunft.

Besonders gefragt sind KI-Anwendungen dort, wo es um Recherche, Beratung und Entscheidungsunterstützung geht. Haustierbesitzer nutzen KI vor allem für Informationen zu Gesundheit, Ernährung, Verhaltenstraining oder zur Auswahl geeigneter Rassen. Auch bei Preisvergleichen, Produktempfehlungen und der Suche nach Alternativen ist die Offenheit hoch. Die Ergebnisse zeigen, dass KI von vielen Kunden nicht als Ersatz für menschliche Entscheidungen gesehen wird, sondern als intelligenter Begleiter bei der Orientierung und Informationssuche.

Hohe KI-Nutzung im Vereinigten Königreich – Deutschland im Mittelfeld

International gilt insbesondere das Vereinigte Königreich als Vorreiter bei der KI-Adoption: Dort liegen die Nutzungswerte in mehreren Haustierkategorien bereits über 50 Prozent. Vergleichsweise zurückhaltend sind hingegen Kunden in Schweden, Österreich, Belgien, den Niederlanden und Finnland. Die deutschen Heimtierbesitzer liegen dagegen im Mittelfeld und vertrauen der KI aber bei der Suche nach dem besten Preis – vor Tiergesundheit und Produktempfehlungen. 32% der zooplus Kunden gaben an, schon mit KI nach Schnäppchen gesucht zu haben.

Das Verhältnis der deutschen Kunden zu KI-Tools:

- 32% nutzen KI Tools, um den besten Preis für Haustierprodukte zu finden
- 28% erkundigen sich via KI Tools, um Ratschläge zum psychischen Wohlbefinden oder körperlichen Gesundheit des Haustieres zu erhalten
- Nur 19% der Kunden schließen den Kauf direkt über einen GPT/KI-Assistenten ab
- * Gerade mal 28% der Kunden gaben an, sich mittels KI über Rassen oder Lebensabschnitte von Haustieren zu informieren, während 55% der Befragten Kunden in UK sich hier bereits informieren.

Vertrauen hoch – aber Grenzen bleiben

Während KI-gestützte Empfehlungen im Bereich Preise und Produkte auf großes Vertrauen stoßen – etwa sechs von zehn Befragten halten diese für vertrauenswürdig –, reagieren Tierhalter bei Gesundheitsfragen deutlich vorsichtiger. Rund jeder fünfte Befragte empfindet KI-generierte Gesundheitsratschläge als (eher) nicht vertrauenswürdig.

KI als Unterstützung – nicht als Ersatz

Die Ergebnisse verdeutlichen einen grundlegenden Trend: Haustierbesitzer erwarten von künstlicher Intelligenz vor allem Orientierung, Sicherheit und Unterstützung bei Entscheidungen. Vertrauen entsteht insbesondere dort, wo KI konkrete Mehrwerte liefert, ohne die Kontrolle des Nutzers zu ersetzen.

Über die Studie

Die internationale Studie wurde von zooplus im April 2026 unter rund 16.000 Kund:innen in 16 Ländern durchgeführt und untersucht aktuelle Entwicklungen und Bedürfnisse moderner Pet Parents. Ziel der Erhebung war es, zentrale Trends rund um Tierhaltung, Einkauf und Customer Experience datenbasiert zu analysieren.

Bei zooplus treffen Millionen von Kundenstimmen auf leistungsstarke Daten- und Analysekompetenz: Mit über 11 Millionen aktiven Kund:innen und einer der größten First-Party-Datenbasen im europäischen Heimtiermarkt gewinnen wir kontinuierlich fundierte Einblicke in Bedürfnisse, Verhaltensweisen und Trends. Dedizierte Research- und Analytics-Teams verbinden systematische Kundenbefragungen mit der tiefgehenden Analyse von Plattform- und Transaktionsdaten. Diese integrierte Insights-Engine ermöglicht es, Kundenbedürfnisse frühzeitig zu erkennen, Entwicklungen valide zu bewerten und daraus konkrete Maßnahmen abzuleiten. So fließen datenbasierte Erkenntnisse direkt in die Weiterentwicklung von Sortiment, Services und Customer Experience ein – mit dem klaren Ziel, das bestmögliche Erlebnis für unsere Kund:innen und ihre Haustiere zu schaffen.

Weitere Informationen unter www.zooplus.de

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](https://www.linkedin.com/company/zooplus).

Pressekontakt:

SWORDFISH PR

Ariane Poschner

Tel.: +49 (0) 89 244 132 780

Mail: zooplus@swordfish-pr.de