

zooplus startet Marktplatz in Deutschland und erweitert die Produktauswahl für deutsche Pet Parents

Der neue Marktplatz ergänzt das Sortiment um 10.000 zusätzliche Produkte, mehr als die Hälfte davon im Bereich Zubehör.

München, 05.08.2026 – zooplus, Europas führende Online-Plattform für Heimtierbedarf, gibt heute den Start eines neuen Marktplatzes in Deutschland bekannt, dem größten Markt des Unternehmens. Mit dem Launch erweitert zooplus sein Sortiment um 10.000 zusätzliche Produkte, von denen 65 Prozent auf den Bereich Heimtierzubehör entfallen, einer besonders gefragten Kategorie bei deutschen Kund:innen. Mit dem neuen Marktplatz reagiert das Unternehmen auf die wachsende Nachfrage nach einer größeren Produktauswahl und schafft die Grundlage für den weiteren Ausbau seiner Marktplatz-Strategie in den kommenden Jahren.

„Unsere Kund:innen wünschen sich mehr Auswahl, Relevanz und ein einfaches Einkaufserlebnis. Mit dem Launch unseres neuen Marktplatzes in Deutschland reagieren wir auf dieses Feedback und können die Breite und Tiefe unseres Sortiments noch schneller ausbauen“, sagt Pierre-Yves Delforge, Chief Merchandising Officer bei zooplus. „Nachdem wir Marktplatz-Angebote in Deutschland und Frankreich erfolgreich eingeführt haben, sind wir bereit, die Expansion weiter voranzutreiben. Marktplatz-Modelle ermöglichen es uns, flexibel auf die Bedürfnisse unserer Kund:innen zu reagieren und unser Sortiment gezielt an die Besonderheiten der einzelnen Märkte anzupassen.“

Für Kund:innen bleibt das Einkaufserlebnis dabei unverändert: Die zusätzlichen Produkte sind nahtlos in den zooplus Online-Shop integriert und erweitern das bestehende Sortiment, ohne dass zwischen verschiedenen Plattformen gewechselt werden muss. Darüber hinaus setzt zooplus neue KI-Technologien ein, um Produktinformationen möglichst vollständig und präzise bereitzustellen. So werden beispielsweise fehlende Angaben wie Größe oder Farbe ergänzt und Produktbeschreibungen optimiert.

Auch für Verkaufspartner bietet das Marktplatz-Modell attraktive Vorteile. Neben dem Zugang zu einer der größten Pet Parent Communities in Europa unterstützen dedizierte Account Manager Händler während des Onboardings und im laufenden Betrieb.

„Unser Marktplatz-Modell eröffnet kleinen und mittelständischen Unternehmen sowie Start-ups der Heimtierbranche Zugang zu einer der größten Zielgruppen von Tierhaltern in Europa“, ergänzt Delforge. „Wir freuen uns, diese Unternehmen bei ihrem Wachstum zu begleiten und ihre Entwicklung aktiv zu unterstützen.“

Neben Deutschland betreibt zooplus bereits einen Marktplatz in Frankreich, wo sich die Produktauswahl inzwischen verdreifacht hat. In den kommenden Jahren soll das Angebot schrittweise auf weitere Länder ausgeweitet werden. Damit stärkt zooplus seine Plattformstrategie und entwickelt sein Sortiment kontinuierlich entlang der Bedürfnisse seiner Kund:innen weiter.

Einen Überblick über den Marktplatz und die damit verbundenen Vorteile für Kund:innen und Handelspartner bietet die [Marktplatz-Seite von zooplus](#).

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 27 europäischen Ländern und hat seinen Hauptsitz in München. Weitere Informationen finden Sie unter corporate.zooplus.com, auf der Shop-Seite zooplus.de oder [LinkedIn](#).

Pressekontakt:

Swordfish PR

Ariane Poschner

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

Mail: zooplus@swordfish-pr.de