zooplus baut sein Marktplatz Angebot durch weitere Expansion in Europa aus

Das Unternehmen startet seinen dritten Marktplatz in Spanien, verdreifacht gleichzeitig das Angebot auf dem Marktplatz in Deutschland und expandiert weiter in stark nachgefragte Kategorien

München, 20. Oktober 2026 – zooplus, Europas führende Online-Plattform für Tierbedarf, gab heute bekannt, dass die europäische Marktplatzstrategie weiterhin an Dynamik gewinnt, wodurch das Angebot in bestehenden Märkten weiter ausgebaut und die Expansion in der Region vorangetrieben wird. Nach Frankreich und Deutschland hat das Unternehmen nun seinen dritten Marktplatz in Spanien gestartet – ein weiterer Schritt im Hinblick auf die Erweiterung der Produktauswahl und die Verbesserung des Sortiments für Tierhalter:innen.

Neue Impulse für den Marktplatz

Seit dem Start seines Marktplatzes in Deutschland im Juli hat zooplus die Anzahl der für deutsche Kund:innen verfügbaren Marktplatzprodukte verdreifacht, sodass das Gesamtangebot nun mehr als 30.000 Produkte umfasst. Zudem hat das Unternehmen die Anzahl der Verkäufer:innen auf der Plattform mehr als verdoppelt und arbeitet mittlerweile mit über 100 Partnern zusammen.

Das Wachstum der Anbieter:innen hat den zooplus-Kund:innen sowohl in Deutschland als auch in Frankreich zudem neue, stark nachgefragte Kategorien erschlossen, wie beispielsweise Frisch- und Tiefkühlfutter. Heute ist Tiefkühlfutter die umsatzstärkste Kategorie auf beiden Marktplätzen, und Frisch- und Tiefkühlfutter macht mittlerweile mehr als 10 % des Gesamtumsatzes auf dem deutschen Marktplatz aus.

Seit dem Start seines ersten Marktplatzes sind die Produktkategorien von zooplus um 270 % gewachsen, und die Verkäufer:innen bieten mittlerweile Produkte in 166 Kategorien an.

„Die Fortschritte, die wir auf den Marktplätzen beobachten, bestärken uns in unserer Überzeugung, dass Marktplätze ein wichtiger Weg sind, um das Sortimentsangebot für Tierhalter:innen in ganz Europa weiter auszubauen“, sagte Pierre-Yves Delforge, Chief Merchandising Officer bei zooplus. „Unser Ansatz ist durchdacht und kundenorientiert. Jeder Markt ist anders, und der Erfolg hängt davon ab, die lokale Nachfrage zu verstehen und das richtige Sortiment aufzubauen. Mit Blick auf die Zukunft werden wir weiterhin in unsere bestehenden Marktplätze investieren und gleichzeitig gezielt in weitere Märkte expandieren, in denen wir unserer Meinung nach den größten Mehrwert für Tierhalter:innen schaffen können.“

Mehr Auswahl und lokale Marken für spanische Tierhalter:innen

Mit der jüngsten Markteinführung in Spanien werden 10.000 neue Produkte auf zooplus.es hinzugefügt, wodurch spanische Kund:innen Zugang zu einem erweiterten Produktsortiment erhalten, darunter lokale Futtermarken wie Dibaq und Lenda.

Unterstützung innovativer Marken und Unternehmen

Das Marktplatzmodell von zooplus bietet Marken und Verkäufer:innen zudem Zugang zu einer der größten Communities von Tierhalter:innen in Europa und hilft innovativen Unternehmen dabei, ihre Reichweite in wichtigen europäischen Märkten auszubauen.

„Der Start auf dem zooplus-Marktplatz war für uns ein wichtiger Schritt, um unsere Markenbekanntheit weiter auszubauen und eine neue, relevante Zielgruppe von Hundebesitzer:innen zu erreichen", sagte Felix Thommen, Co-CEO der Rudelkönig GmbH. „Wir schätzen besonders die unkomplizierte Zusammenarbeit und die persönliche, engagierte Unterstützung durch das zooplus-Team. Von Anfang an hatten wir das Gefühl, gemeinsam an einer erfolgreichen und langfristigen Partnerschaft zu arbeiten."

„Der Einstieg auf dem zooplus-Marktplatz war für uns vom ersten Tag an eine rundum positive Erfahrung", sagte Tobias Westphal, Geschäftsführer der Hund ist König GmbH. „Die Einbindung verlief außerordentlich reibungslos und war für uns der unkomplizierteste Start unter allen Marktplätzen, an die wir uns angeschlossen haben. Besonders erfreulich ist, dass wir unmittelbar nach dem Start unsere ersten Umsätze verzeichnen konnten, die sich seitdem kontinuierlich weiterentwickelt haben, sodass zooplus mittlerweile zu einem festen und unverzichtbaren Bestandteil unseres Umsatzmixes geworden ist."

Nach dem Start des spanischen Marktplatzes rechnet zooplus damit, im Jahr 2027 die Marktplatzaktivitäten auf weitere Länder auszuweiten und gleichzeitig das bestehende Marktplatzgeschäft in Frankreich, Deutschland und Spanien weiter auszubauen.

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