



Gareth Locke,
Head of Marketing zooplus AG

Die zooplus AG: Durchstarter wird Umsatzriese.

Als kleines Start-up gestartet, expandierte die zooplus AG schnell in verschiedene Länder. Heute ist sie Online-Händler Nummer eins rund um den Tierbedarf und konnte die Zahlungen mit PayPal um 61% steigern.

Sitz: München, Deutschland

Branche: Online-Zoohandel

Wichtigste internationale Märkte: Österreich,
Großbritannien, Frankreich und Niederlande

Website: www.zooplus.de



„PayPal als Bezahlmöglichkeit auf weiteren ausländischen Websites anzubieten, hat sich ausgezahlt. Die grenzüberschreitenden Verkäufe haben sich von 2011 zu 2012 um 60,1% gesteigert. Dabei wurden 64% des PayPal-Volumens 2012 über Zahlungen von ausländischen Käufern erreicht.“

Das ist die zooplus AG.

Die zooplus AG wurde 1999 als kleines Start-up-Unternehmen in Deutschland gegründet und bot zunächst den deutschen Kunden günstiges Tierzubehör und qualitativ hochwertige Tiernahrung an, doch bereits im Jahr 2000 expandierte zooplus auch in den österreichischen Markt. 2005 ging unser Expansionskurs weiter. Websites in Großbritannien, Frankreich und auch den Niederlanden gingen nach und nach online. Es folgten weitere Länder, wie Polen, Italien und Spanien. Seit der Gründung der zooplus AG wurden bereits über zwölf Mio. Pakete in 23 Länder europaweit verschickt. Der Firmensitz befindet sich nun seit

Ende 2008 in München.

Unser Sortiment setzt sich aus über 8.000 Produkten zusammen. Im Online-Shop kann Haustierbedarf für Hunde, Katzen, Kleintiere, Reitsport, Aquaristik bis hin zu Terraristik bestellt werden. Neben dem Online-Shop werden zusätzlich ein Online-Informationsdienst rund um das Thema Haustiere und eine Community betrieben. Im Jahr 2013 wurde zooplus als bester Online-Shop für Tierbedarf mit dem Online-Handels-Award ausgezeichnet. Insgesamt schaffte es zooplus auf den 3. Rang unter allen Online-Shops in Deutschland.

Die Herausforderung.

Bei der Expansion in viele europäische Länder stand zooplus zunächst vor der Herausforderung, die Websites, Produktbeschreibungen und den Kundenservice in unterschiedlichen Sprachen bereitzustellen. Wir hatten den signifikanten Wettbewerbsvorteil gegenüber kleineren und lokalen Online-Wettbewerbern in anderen Ländern erkannt und genutzt.

Weiterhin wollten wir PayPal als Zahlungsmethode auch auf den internationalen Websites hinzufügen, um die Verkäufe in diesen Ländern zu fördern und die Nutzer zu animieren, in ihrem Shop einzukaufen. Besonders im E-Commerce-Business ist es wichtig, für zooplus als reiner Online-Shop Vertrauen bei den Kunden zu schaffen. Hierbei konnte PayPal als international bekannte Marke, die von Kunden durch zusätzliches Vertrauen und Glaubwürdigkeit bewertet wird, zooplus unterstützen. Die Nutzer sind vertraut mit dem einfachen und schnellen Zahlprozess durch PayPal – und genau diese Erfahrung konnte auf andere Länder übertragen werden.

Das Ergebnis.

Die zooplus AG erreicht durchschnittliche Umsatzsteigerungen von 44% pro Jahr (2007–2012), und die Zahlungen mit PayPal sind 2012 um 61% gestiegen.

Das hohe Wachstumstempo will unser Konzern beibehalten – und auch mit der Unterstützung von PayPal die Profitabilität europaweit weiter steigern. Die Integration von PayPal in die ausländischen Online-Shops konnte ohne zusätzlichen Aufwand umgesetzt werden. PayPal macht es einfach, Bezahlungen in fremder Währung zu verwalten und zuzuordnen, indem separate Bilanzen pro Währung geführt werden können.

Die Entscheidung, PayPal als Bezahlmöglichkeit auf weiteren ausländischen Websites anzubieten, hat sich ausgezahlt. Die Resultate der dortigen PayPal-Einbindungen zeigen klare Effekte.

Die grenzüberschreitenden Verkäufe haben sich von 2011 zu 2012 um 60,1% gesteigert. Dabei wurden 64% des PayPal-Volumens 2012 über Cross Border-Zahlungen erreicht. Diese haben demnach einen wichtigen Einfluss auf den Gesamtumsatz von zooplus. Besonders gut läuft das Geschäft neben Deutschland in den ausländischen Kernmärkten Österreich, Großbritannien, Frankreich und in den Niederlanden. Aber auch die PayPal-Zahlungsvolumina in anderen EU-Ländern, wie Polen, Italien und Spanien, nehmen stark zu.