

zooplus AG:**Wachstumskurs im Jahr 2018 fortgesetzt, Umsatz und Ergebnis im Rahmen der Prognose 2018**

- **Umsatzerlöse um 21% auf 1.342 Mio. EUR gesteigert (2017: 1.111 Mio. EUR)**
- **Rohertragsmarge mit 28,7% gegenüber Vorjahr leicht erhöht (2017: 28,5%)**
- **EBITDA erreicht 8,6 Mio. EUR (2017: 8,8 Mio. EUR)**
- **Ergebnis vor Steuern (EBT) aufgrund fortgesetzter Investitionen bei -2,3 Mio. EUR (2017: 4,1 Mio. EUR)**
- **Free Cash Flow in Höhe von 14,3 Mio. EUR (2017: -4,1 Mio. EUR)**
- **Für 2019 Umsatzwachstum zwischen 14% und 18% sowie ein EBITDA im Bereich zwischen 10 Mio. EUR und 30 Mio. EUR erwartet**

München, 20. März 2019 – Die zooplus AG (WKN 511170, ISIN DE0005111702, Börsenkürzel ZO1), Europas führender Internethändler für Heimtierprodukte, hat ihren Wachstumskurs im Geschäftsjahr 2018 fortgesetzt und Umsatzerlöse in Höhe von 1.342 Mio. EUR erzielt (2017: 1.111 Mio. EUR). Dies entspricht einem Anstieg um 231 Mio. EUR bzw. 21%, welcher im Einklang mit der für das Geschäftsjahr 2018 ausgegebenen Prognose steht. Bereinigt um Wechselkurseffekte lag das Umsatzwachstum etwas höher bei gerundet ebenfalls 21%. Tragende Säule des Umsatzwachstums von zooplus ist die stark ausgeprägte Loyalität der Bestandskunden. So konnte die umsatzbezogene Wiederkauftrate im zurückliegenden Geschäftsjahr wechselkursbereinigt auf den Wert von 95% gesteigert werden (2017: 93%). Gleichzeitig entwickelte sich das Geschäft mit Eigenmarken sehr positiv und erreichte einen Umsatzanstieg gegenüber dem Vorjahr von 35%. Insgesamt konnte zooplus seine marktführende Position im Onlinesegment für Heimtierbedarf europaweit erneut stärken.

Das Ergebnis vor Steuern lag bei -2,3 Mio. EUR (2017: 4,1 Mio. EUR) und spiegelt Investitionen in den weiteren Ausbau des Geschäfts wider, insbesondere in den Bereichen Marketing, Logistik und IT. Das EBITDA erreichte einen Wert von 8,6 Mio. EUR (2017: 8,8 Mio. EUR). Erfreulich entwickelte sich die Rohertragsmarge. Erstmals seit Jahren konnte ein leichter Anstieg der Rohertragsmarge auf 28,7% nach 28,5% im Vorjahr erzielt und die

angekündigte Stabilisierung der Rohertragsmarge damit erreicht werden. Die Gesamtkostenquote stieg von 28,8% auf 29,5% und spiegelt im Wesentlichen erhöhte Aufwendungen für die Neukundenakquisition, Investitionen im Logistikbereich und erhöhte Abschreibungen wider. Erfreulich ist, dass der Anstieg der Kosten im zweiten Halbjahr gestoppt und eine Verbesserung der Gesamtkostenquote gegenüber dem ersten Halbjahr erzielt werden konnte, geprägt durch eine deutliche Verbesserung der Logistikkostenquote um 1,0 Prozentpunkte gegenüber dem ersten Halbjahr 2018.

Der Free Cashflow zeigte eine sehr positive Entwicklung und lag im Jahr 2018 bei 14,3 Mio. EUR (2017: -4,1 Mio. EUR). Damit konnten die für die Umsetzung der Wachstumsstrategie benötigten Mittel aus dem laufenden Geschäft generiert werden. Eine wesentliche Rolle hat dabei die weitere Optimierung des Working Capitals gespielt.

Dr. Cornelius Patt, Vorstandsvorsitzender der zooplus AG, erläutert: „Insgesamt sind wir mit der Geschäftsentwicklung im Jahr 2018 zufrieden und lagen innerhalb der Bandbreite unserer Ziele für Umsatz und Ergebnis. Mit Blick auf das Jahr 2019 besteht ein wesentliches Ziel darin, die Kundenloyalität der bestehenden Kunden auf dem hohen Niveau zu halten und die Neukundenakquisition weiter zu stärken. Dazu werden wir unsere Aufwendungen zur Kundenakquisition erhöhen und auch neue, zusätzliche Wege im Marketing und in der Kundenakquisition gehen. Wir werden die Marke zooplus durch mehr Personalisierung und Emotionalisierung deutlich stärken sowie zusätzlich Social Media Marketing und ausgewählte Offline-Marketinginstrumente ausbauen. Hierdurch erwarten wir spätestens ab dem zweiten Halbjahr 2019 eine Verbreiterung der Basis für ein fortgesetzt starkes Umsatzwachstum. Die erhöhten Marketingaufwendungen wollen wir durch eine höhere Kosteneffizienz in anderen Kostenpositionen kompensieren.“

Vor diesem Hintergrund erwartet die zooplus AG für das Geschäftsjahr 2019 ein Wachstum der Umsatzerlöse um 14% bis 18%.

Die im Jahr 2016 ausgegebene Umsatzerwartung von 2 Mrd. EUR im Geschäftsjahr 2020 erscheint aus heutiger Sicht zu ambitioniert, wird aber auf jeden Fall, nur etwas später, erreicht. Dies beeinträchtigt die Stärken des Geschäftsmodells von zooplus und die hervorragenden weiteren Wachstumsaussichten jedoch in keiner Weise.

Beim Ergebnis wird für das Geschäftsjahr 2019 ein EBITDA zwischen 10 Mio. EUR und 30 Mio. EUR prognostiziert. Aufgrund von Änderungen an den IFRS-Standards zu Leasingverhältnissen werden ab dem Geschäftsjahr 2019 alle Leasingaufwendungen für die mit externen Partnern betriebenen Fulfillment Center in den Abschreibungen ausgewiesen, nachdem sie bisher unter die Logistikaufwendungen innerhalb des Ergebnisses vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) fielen. Das EBITDA gewinnt eine höhere Aussagekraft für das Geschäftsmodell von zooplus und ermöglicht eine bessere Vergleichbarkeit mit anderen börsennotierten Unternehmen und wird daher vom Vorstand ab dem Geschäftsjahr 2019 als transparente Ergebnisgröße hinsichtlich des operativen Unternehmenserfolgs betrachtet. Übertragen in die bisherige Zielgröße Ergebnis vor Steuern (EBT) entspricht dies einem Zielkorridor von -15 Mio. EUR bis + 5 Mio. EUR, was den fortgesetzten Fokus auf Investitionen zum weiteren Ausbau des Geschäftsmodells und der marktführenden Position in Europa widerspiegelt.

Gleichzeitig erwarten wir eine weitere Verbesserung im Working Capital und erneut einen positiven Free Cashflow im Jahr 2019.

Der vollständige Geschäftsbericht 2018 steht auf der Internetseite <http://investors.zooplus.com> zum Download zur Verfügung.

Unternehmensprofil:

zooplus wurde 1999 gegründet und ist heute gemessen an Umsatzerlösen Europas führender Internethändler für Heimtierbedarf. Die Umsatzerlöse betragen im Geschäftsjahr 2018 insgesamt 1.342 Mio. EUR. Das Geschäftsmodell wurde bislang bereits in 30 Ländern Europas erfolgreich eingeführt. zooplus vertreibt Produkte für alle wichtigen Heimtiergattungen. Zum Produktangebot zählen insbesondere Tierfutter (Trocken- und Nassfutter und Futterbeigaben) sowie Zubehör wie Kratzbäume, Hundekörbe oder Spielzeug in allen Preiskategorien. Neben einer Auswahl von über 8.000 Produkten profitieren zooplus-Kunden zudem von einer Vielzahl interaktiver Content- und Community-Angebote. Der Heimtierbedarfmarkt stellt ein wichtiges Marktsegment innerhalb der europäischen Handelslandschaft dar. Die Umsätze mit Heimtierfutter und Zubehör innerhalb der Europäischen Union belaufen sich auf rund 26 Mrd. EUR. Für Europa wird auch weiterhin starkes Wachstum im Bereich E-Commerce erwartet. zooplus rechnet daher mit einer Fortsetzung der dynamischen Entwicklung.

Im Internet unter: www.zooplus.de

Kontakt Investor Relations / Presse:

cometis AG
Georg Griesßmann
Unter den Eichen 7
65195 Wiesbaden
Tel: +49 (0)611-205855-61
Fax: +49 (0)611-205855-66
Mail: griessmann@cometis.de
Web: www.cometis.de