

zooplus AG: Positives Vorsteuerergebnis im Geschäftsjahr 2013 bei weiterhin starkem Umsatzwachstum

- **Gesamtleistung um 27% auf 426,9 Mio. EUR gestiegen (Vorjahr 335,6 Mio. EUR)**
- **Ergebnisprognose übertroffen: Vorsteuerergebnis (EBT) von 3,8 Mio. EUR (Vorjahr -2,6 Mio. EUR)**
- **Positiver Ausblick für 2014: Gesamtleistung von min. 500 Mio. EUR bei einem EBT von rund 6 Mio. EUR**

München, 26. März 2014 – Die zooplus AG (WKN 511170, ISIN DE0005111702, Börsenkürzel ZO1), Europas führender Internet-Händler für Heimtierprodukte, blickt zur Veröffentlichung der finalen Geschäftszahlen für das Jahr 2013 auf eine erfreuliche Entwicklung zurück. So konnte erneut ein dynamisches Wachstum der Gesamtleistung um 27% auf 426,9 Mio. EUR (Vorjahr 335,6 Mio. EUR) verzeichnet werden. Gleichzeitig wurde die Ertragssituation deutlich verbessert: Das Ergebnis vor Steuern, Zinsen und Abschreibungen (EBITDA) lag bei 4,9 Mio. EUR (Vorjahr -1,8 Mio. EUR), das Vorsteuerergebnis (EBT) stieg von -2,6 Mio. EUR im Jahr 2012 auf 3,8 Mio. EUR im Jahr 2013. „Dieses erfreuliche Ergebnis wurde insbesondere durch unsere hervorragende Marktposition und die hohe Akzeptanz unseres Geschäftsmodells sowie signifikante Effizienzsteigerungen in den Bereichen Logistik und Marketing erreicht“, erläutert Dr. Cornelius Patt, Vorstandsvorsitzender der zooplus AG.

So konnten in allen Ländern einschließlich Deutschland zweistellige Wachstumsraten beim Umsatz erzielt werden. Basis hierfür waren eine Verbesserung der Kundenloyalität in allen Ländern gegenüber dem Vorjahr sowie deutlich gestiegene Umsätze pro Kunde. Neben der positiven Entwicklung auf der Umsatzseite trugen signifikante Effizienzgewinne in der Kostenstruktur zur positiven Ergebnisentwicklung bei. Mit 28,8% im Verhältnis zur Gesamtleistung lagen die Sonstigen Aufwendungen – dazu zählen insbesondere die wesentlichen Kostenpositionen Logistik und Marketing – deutlich unter dem Vorjahreswert von 32,3%. Bei einem weiterhin hohen Umsatz- und Neukundenwachstum konnten die Ausgaben für Marketing nicht nur relativ sondern sogar absolut um 4,6 Mio. EUR gegenüber dem Vorjahr gesenkt werden. Bei den Logistikkosten resultierten die Effizienzverbesserungen vorwiegend aus der Eröffnung eines neuen Logistikcenters in

Polen. Die Ausgaben für Personal, Verwaltung und Zinsen blieben stabil auf Vorjahresniveau. Aufgrund einer wachstumsorientierten Preispolitik ging die Rohertragsmarge im Jahr 2013 von 36,2% auf 34,5% zurück, was durch die Verbesserung in der Kostenstruktur jedoch mehr als kompensiert wurde. „Wir konnten auf diesem Weg unser hervorragendes Preis-Leistungs-Verhältnis weiter verbessern, unsere Kunden noch intensiver an uns binden und somit unsere marktführende Position im europäischen Onlinehandel mit Heimtierprodukten weiter festigen. Die deutliche Verbesserung der Ergebniskennzahlen bei gleichzeitig weiterhin hohem Wachstumstempo bestätigt unsere Strategie“, führt Dr. Cornelius Patt aus.

Mit einem Eigenkapital von 36,7 Mio. EUR zum 31. Dezember 2013 (31. Dezember 2012: 33,9 Mio. EUR) und einer Eigenkapitalquote von rund 44% liegt zooplus auch bei dieser Bilanzkennzahl über dem internen Planungskorridor von 30% bis 40%. Die Bilanzsumme belief sich zum Bilanzstichtag auf 83,7 Mio. EUR (31. Dezember 2012: 65,4 Mio. EUR). Dies ist vor allem auf den Aufbau der Warenbestände des neuen Logistikcenters in Polen zurückzuführen. Der Return on Capital Employed (ROCE) erreichte nach einem negativen Wert im Vorjahr nun mit 13,3% einen deutlich positiven Wert.

Dr. Cornelius Patt zieht ein positives Fazit zum Geschäftsjahr 2013 und gibt einen Ausblick für 2014: „Das Geschäftsjahr 2013 hat die Nachhaltigkeit unserer Wachstumsstrategie bestätigt. Darauf wollen wir im Jahr 2014 weiter aufbauen: Unser Ziel ist eine Gesamtleistung von mindestens 500 Mio. EUR sowie ein EBT von rund 6 Mio. EUR.“

Der vollständige Bericht für das Geschäftsjahr 2013 steht im Tagesverlauf auf der Internetseite investors.zooplus.com zum Download zur Verfügung.

Unternehmensprofil:

zooplus wurde 1999 gegründet und ist heute Europas führender Internethändler für Heimtierbedarf, gemessen an Umsatzerlösen und Gesamtleistung. Letztere betrug im Geschäftsjahr 2013 rund 427 Mio. EUR und konnte damit seit dem Jahr 2007 mehr als versiebenfacht werden. Das Geschäftsmodell wurde bislang bereits in 24 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 Heimtierbedarfsmarkt stellt ein wichtiges Marktsegment innerhalb der europäischen Handelslandschaft dar. Im Jahr 2012 wurden mit Heimtierfutter und Zubehör innerhalb der Europäischen Union mehr als 22 Mrd. EUR Umsatz erzielt. Aufgrund der fortschreitenden „Humanisierung“ von Heimtieren in westlichen Industrieländern verändert sich das Kaufverhalten von Heimtierhaltern verstärkt hin zu Gesundheits-, Wellness- und anderen Premiumprodukten. Zudem wird für Europa auch weiterhin starkes Wachstum im Bereich eCommerce erwartet. zooplus rechnet daher mit einer Fortsetzung des dynamischen Wachstums.

Im Internet unter: www.zooplus.de

Kontakt Investor Relations / Presse:

Dirk Ulmer
cometis AG
Unter den Eichen 7
65195 Wiesbaden
Tel: +49 (0)611-205855-24
Fax: +49 (0)611-205855-66
ulmer@cometis.de
Web: <http://www.cometis.de/>