

zooplus übertrifft Prognose mit Gesamtleistung von 193 Mio. EUR im Jahr 2010

- **Gesamtleistung 2010 ausgebaut auf rund 193 Mio. EUR (+49%) – damit Prognose von 185 Mio. EUR übertroffen**
- **Wachstumsdynamik hält nach Einschätzung des Vorstands auch 2011 an**
- **Ergebnis vor Steuern auf 2,5 Mio. bis 3,5 Mio. EUR konkretisiert und innerhalb der Prognose**
- **DPR Feststellung bezüglich 2009 ohne signifikante Effekte auf Folgejahre**

München, 28. Januar 2011 – Die zooplus AG (WKN 511170, ISIN DE0005111702, Börsenkürzel ZO1), Europas führender Internet-Händler für Heimtierprodukte, hat auf Basis vorläufiger Zahlen im Geschäftsjahr 2010 eine Gesamtleistung in Höhe von 193 Mio. EUR erwirtschaftet. Diese resultiert aus Umsatzerlösen durch den Online-Verkauf von Heimtierprodukten in Höhe von 178 Mio. EUR sowie aus 15 Mio. EUR sonstigen betrieblichen Erträgen. Gegenüber dem Vorjahr hat sich die Gesamtleistung damit um rund 49% erhöht.

Auch 2010 konnte zooplus seine dynamische Unternehmensentwicklung erfolgreich fortsetzen. „zooplus ist und bleibt eine klare Wachstumsstory. Die Entwicklung des Markts und des Unternehmens machen deutlich, dass auch zukünftig der Fokus auf weiteres Wachstum gerichtet sein sollte,“ erläutert Florian Seubert, CFO und einer der Gründer der zooplus AG. Er erklärt die strategische Ausrichtung für 2011 wie folgt: „Natürlich könnten wir unsere Marketingaufwendungen deutlich reduzieren und kurzfristig wesentlich profitabler sein. Dies wäre gegenwärtig aber kontraproduktiv: Umsatzwachstum und internationale Marktpenetration sind auch weiterhin unsere Ziele, um die Marktführerschaft von zooplus zu festigen und auszubauen. Dies bestimmt unseres Erachtens den langfristigen Unternehmenswert.“

Zudem gab die Gesellschaft gestern bekannt, dass Sie erstmalig von der Deutschen Prüfstelle für Rechnungslegung (DPR) einer Prüfung unterzogen wurde. Im Rahmen einer Stichprobenkontrolle des Konzernabschlusses der Gesellschaft zum 31. Dezember 2009 sowie des Lageberichts 2009 wurde im Ergebnis seitens der DPR einzig festgestellt, dass

bei der Berechnung der Umsatzabgrenzung des zooplus Kundenbindungsprogramms ein Verfahren zu Grunde gelegt wurde, das einen zu niedrigen Abgrenzungswert für noch nicht eingelöste Punkte zur Folge hatte. Bedingt durch das starke Wachstum der Gesellschaft und dem damit verbundenen Anstieg der ausgegebenen Bonuspunkte führt dies zu einer marginalen und rollierenden Ergebnis- und Umsatzverschiebung innerhalb des 24-monatigen Gültigkeitszeitraums der gewährten „zooPluspunkte“. Dieser Effekt hebt sich jedoch im Vergleich der bis 2009 benutzten Methode und der ab dem Geschäftsjahr 2010 nach der DPR Korrektur angewandten Methode über einen Betrachtungszeitraum von 2 Jahren und darüber hinaus auf.

Das Ergebnis vor Steuern für 2010 ist hiervon nicht signifikant betroffen und wird mit 2,5 Mio. bis 3,5 Mio. EUR innerhalb der Prognose noch einmal konkretisiert. Des Weiteren haben die vorzunehmenden Korrekturen keinerlei Auswirkungen auf das geplante dynamische Wachstum, die Finanzlage sowie die zukünftige Ergebnissituation der Gesellschaft. Zudem führen diese nicht zu Zahlungsabflüssen.

Florian Seubert erläutert die Anpassung in der Rechnungslegung: „zooplus bedauert diesen Fehler, der im Rahmen der erstmalig anzuwendenden Vorschriften von IFRIC 13 – Kundenbindungsprogramme – für IFRS-Abschlüsse ab dem Geschäftsjahr 2008 aufgetreten ist. Der Grund für die Korrektur des Eigenkapitals und des Ergebnisses in 2009 ist, dass wir 2008 und 2009 umsatzseitig stark gewachsen sind und dementsprechend auch viele Bonuspunkte an unsere Kunden vergeben haben. Die Systematik dieser Bewertung wird nun angeglichen, hat aber keine signifikanten Auswirkungen auf Umsatz und Ergebnis im Geschäftsjahr 2010 und darüber hinaus.“

Ihren vollständigen Bericht für das Geschäftsjahr 2010 wird die zooplus AG am 30. März 2011 veröffentlichen und auf der Internetseite www.zooplus.de im Bereich „Investor Relations“ zum Download zur Verfügung stellen.

Unternehmensprofil:

zooplus wurde 1999 gegründet und ist heute Europas führender Internet-Händler für Heimtierprodukte, gemessen an Umsatzerlösen und Gesamtleistung. Letztere betrug im Geschäftsjahr 2010 193 Mio. EUR und konnten in den vergangenen drei Jahren mehr als verdreifacht werden. Das profitable Geschäftsmodell wurde bislang bereits in 17 Ländern Europas erfolgreich eingeführt. zooplus vertreibt Produkte für alle wichtigen Heimtiergattungen sowie für Pferde. Zum Produktangebot zählen insbesondere Tierfutter (Trocken- und Nassfutter und Futterbeigaben wie Kauknochen, Snacks u. a.) sowie Zubehör wie Kratzbäume für Katzen, Hundekörbe oder Spielzeug in allen Preiskategorien. Neben einer Vielfalt von über 7.000 Produkten profitieren die zooplus-Kunden zudem von einer Tierarzt-Sprechstunde im Internet sowie vielen weiteren interaktiven Angeboten. Heimtierprodukte stellen ein bedeutsames Marktsegment innerhalb der europäischen Handelsbranche dar. Im Jahr 2010 wurden mit Tierfutter und Zubehör für Haustiere innerhalb der Europäischen Union mehr als 18 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 sonstigen Premiumprodukten. Zudem wird für Europa auch weiterhin starkes Wachstum im eCommerce erwartet.

Im Internet unter: www.zooplus.de

Kontakt Investor Relations:

cometis AG

Dominic Großmann

Tel.: +49 (0)611-205855-15

Fax: +49 (0)611-205855-66

E-mail: grossmann@cometis.de