

zooplus AG: Starkes Wachstum nach drei Quartalen

- **Gesamtleistung +57,2% auf 92,5 Mio. Euro**
- **EBIT inkl. Sondereffekten bei -1,1 Mio. Euro (Vorjahr: 0,3 Mio. Euro)**
- **Neue EU-Logistik verdoppelt Kapazität auf ca. 300 Mio. Euro Jahresumsatz**
- **Akquisitionsrekord mit 515 Tsd. Neukunden**

München, 30. November 2009 – Die zooplus AG (WKN 511170, ISIN DE0005111702, Börsenkürzel ZO1) legt heute ihre endgültigen Geschäftszahlen für die ersten neun Monate 2009 vor. Europas führender Internet-Händler für Heimtierprodukte hat im Berichtszeitraum bei der Gesamtleistung (Umsatz und sonstige betriebliche Erträge) erneut stark zulegen können. Deutliche Zuwächse bei der Neukundengewinnung sind das Ergebnis der fokussierten Wachstumsstrategie und tragen zur weiteren Festigung der führenden Marktposition bei. Der Segmentwechsel in den Prime Standard sowie die Eröffnung des neuen internationalen Distributionszentrums verdeutlichen zusätzlich den ambitionierten Kurs des Unternehmens.

In den ersten neun Monaten des laufenden Geschäftsjahrs erzielte die zooplus AG eine Gesamtleistung von 92,5 Mio. Euro. Verglichen mit dem Wert des Vorjahrs von 58,9 Mio. Euro stellt dies eine Steigerung um 57,2% dar. Dabei resultieren rund 87,6 Mio. Euro aus Umsatzerlösen durch den Online-Verkauf von Heimtierprodukten sowie weitere 4,9 Mio. Euro aus sonstigen betrieblichen Erträgen.

Gleichzeitig verzeichnete die Gesellschaft beim Ergebnis der laufenden Geschäftstätigkeit (EBIT) einen Rückgang von 0,3 Mio. Euro im Vergleichszeitraum des Vorjahrs auf -1,1 Mio. Euro. Dieser Wert beinhaltet die Einmalkosten des neuen Logistikzentrums in Tilburg / Niederlande sowie die Aufwendungen für den Segmentwechsel in den Prime Standard (Effekt gesamt: -0,9 Mio. Euro). Zudem wirkten auf das Ergebnis vor allem erhöhte Marketingaufwendungen bei der Akquisition von Neukunden und eine veränderte Preis- und Deckungsbeitragssituation durch das rezessive Marktumfeld im ersten Halbjahr 2009 ein. Allerdings gelang es trotz dieser Rahmenbedingungen, vor Einmalkosten und Abschreibungen ein operativ ausgeglichenes Ergebnis zu erreichen. Darüber hinaus konnte infolge einer leichten Erholung des Marktes im dritten Quartal 2009 ein signifikantes Wachstum erzielt werden.

Das Konzernergebnis der ersten neun Monate 2009 verminderte sich von 4,8 Mio. Euro im Vorjahr auf derzeit -0,8 Mio. Euro. Dies geht neben den oben beschriebenen Fakten vor allem auf den Basiseffekt durch den im Vorjahresergebnis enthaltenen positiven Ertragsteueraufwand in Höhe von 4,6 Mio. Euro zurück. Dieser stammte aus der Aktivierung von Verlustvorträgen im Geschäftsjahr 2008 gemäß IFRS. Insgesamt ergibt sich hieraus für die ersten drei Quartale 2009 ein Ergebnis je Aktie von unverwässert -0,34 Euro (Vorjahr: 2,02 Euro) und verwässert ebenfalls von -0,34 Euro (Vorjahr: 2,01 Euro).

In einem konjunkturell herausfordernden Marktumfeld, besonders im ersten Halbjahr des Geschäftsjahrs, hat zooplus weiterhin den Schwerpunkt auf Wachstum gelegt. Dies unterstreicht der starke Anstieg in der Gewinnung von 515 Tsd. zusätzlichen Kundenkonten gegenüber 323 Tsd. Neukunden im Vergleichszeitraum. Damit konnte die Gesellschaft einen neuen Rekordwert erzielen. Auch mittel- und langfristig sieht das Management dieses Vorgehen als wertmaximierend an, insbesondere vor dem Hintergrund der Potenziale des Unternehmens. Nicht nur auf dem deutschen Heimatmarkt, sondern auch im gesamten west- und mitteleuropäischen Raum bestehen enorme Wachstumschancen für zooplus. Ziel ist es, die Marktführerschaft zu festigen und in allen wichtigen Volumenmärkten signifikante Größe zu erreichen. Auf dieser Basis strebt zooplus bereits für 2010 eine deutliche Erhöhung des Ertragsniveaus an, was unter anderem durch die neue Logistik in Tilburg / Niederlande ermöglicht wird.

Deshalb ist im dritten Quartal 2009 besonders die erfolgreiche Umsetzung der Test- und Anlaufphase des internationalen Distributionszentrums hervorzuheben. Diese konnte deutlich früher als geplant durchgeführt werden. Somit ist es möglich, mit der voraussichtlich vollen Einsatzfähigkeit der neuen Logistik ab Dezember 2009 die Kernmärkte Benelux, Frankreich und Großbritannien deutlich schneller und effizienter zu bedienen. Schon für 2010 geht zooplus von kürzeren Lieferzeiten sowie daraus resultierenden geringeren Paketdistributionskosten aus. Das Areal umfasst eine Gesamtfläche von 38.000 qm und wird in Zusammenarbeit mit Rhenus Contract Logistics betrieben. Die zooplus AG verdoppelt damit die europäische Logistikkapazität auf rund 300 Mio. Euro Jahresumsatz.

Dr. Cornelius Patt, CEO und einer der Gründer von zooplus, zieht ein positives Resümee für die ersten neun Monate 2009: „Trotz eines rezessiven Marktumfelds ist es uns gelungen, stärker zu wachsen als ursprünglich geplant. Wir gehen auch für 2010 von einem dynamischen Wachstum aus und rechnen damit, dass sich dies auch in einer nachhaltigen

positiven Ergebnisentwicklung widerspiegeln wird. Hier spielt vor allem unser neues internationales Distributionszentrum eine entscheidende Rolle, wodurch wir in der Lage sind, alle wichtigen westeuropäischen Märkte noch effizienter zu bedienen.“

Der vollständige 9-Monatsbericht 2009 steht auf der Internetseite www.zooplus.de im Bereich „Investor Relations“ zum Download zur Verfügung.

Unternehmensprofil:

zooplus wurde 1999 gegründet und ist heute Europas führender Internet-Händler für Heimtierprodukte, gemessen an Umsatzerlösen und Gesamtleistung. Im Geschäftsjahr 2008 betragen diese 80,3 Mio. bzw. 85,1 Mio. Euro und konnten in den vergangenen drei Jahren im Durchschnitt um über 40% jährlich gesteigert werden. Das profitable Geschäftsmodell wurde bislang bereits in 16 Ländern erfolgreich eingeführt. Besonders stark ist zooplus in Deutschland, Großbritannien, Frankreich, Benelux und Österreich. zooplus vertreibt Produkte für alle wichtigen Heimtierrassen 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 unterschiedlichen Preiskategorien. Neben einer Vielfalt von über 8.000 Produkten profitieren die zooplus-Kunden zudem von einer Tierarzt-Sprechstunde im Internet. Heimtierhalter können sich darüber hinaus mit Gleichgesinnten im zooclub austauschen, einer Online Community für Haustiere, in der Tierprofile angelegt und eingesehen werden können. Heimtierprodukte stellen ein bedeutsames Marktsegment in der europäischen Handelsbranche dar. Im Jahr 2008 wurden mit Tierfutter und Zubehör für Haustiere insgesamt 17 Mrd. Euro Umsatz erzielt. Aufgrund der fortschreitenden „Humanisierung“ von Heimtieren in westlichen Industrieländern verändert sich das Kaufverhalten von Heimtierhaltern verstärkt hin zu Gesundheits-, Wellness- und Hygieneprodukten. Zudem wird in Europa in Zukunft ein weiterhin starkes Wachstum im eCommerce erwartet.

Im Internet unter: www.zooplus.de

Kontakt Investor Relations:

cometis AG

Henryk Deter / Dominic Großmann

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

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

E-mail: grossmann@cometis.de