

zooplus AG:
Beschleunigung des Wachstums und positives Vorsteuerergebnis
im ersten Quartal 2014

- **Gesamtleistung um 30% auf 126,3 Mio. EUR gestiegen (Q1 2013: 97,0 Mio. EUR)**
- **Positives Vorsteuerergebnis (EBT) von 1,2 Mio. EUR (Q1 2013: -0,8 Mio. EUR)**
- **Prognose für Geschäftsjahr 2014 bestätigt**

München, 20. Mai 2014 – Mit der Veröffentlichung der finalen Geschäftszahlen für die ersten drei Monate 2014 kann die zooplus AG (WKN 511170, ISIN DE0005111702, Börsenkürzel ZO1), Europas führender Internet-Händler für Heimtierprodukte, eine deutliche Beschleunigung ihres Umsatzwachstums bestätigen. So erhöhte sich die Gesamtleistung – bestehend aus Umsatz und sonstigen Erträgen – im ersten Quartal 2014 um 30% auf 126,3 Mio. EUR, nach 97,0 Mio. EUR im Vorjahreszeitraum. Im vierten Quartal 2013 lag die Wachstumsrate noch bei 23%. Gleichzeitig verbesserte sich die Ertragslage spürbar: Das Vorsteuerergebnis (EBT) verbesserte sich im ersten Quartal 2014 um 2,0 Mio. EUR auf 1,2 Mio. EUR, nach -0,8 Mio. EUR im Vorjahr.

Dr. Cornelius Patt, Vorstandsvorsitzender der zooplus AG, zeigte sich erfreut über den Geschäftsverlauf: „Die positive Entwicklung von zooplus im ersten Quartal 2014 – umsatz- wie ergebnisseitig – bestätigt die gute Entwicklung des Geschäftsjahres 2013 und den erfolgreichen Wachstumspfad der zooplus AG. Besonders freut uns, dass wir bei einer Beschleunigung des Umsatzwachstums mit zweistelligen Wachstumsraten in allen Ländern gleichzeitig bereits im ersten Quartal 2014 ein positives Vorsteuerergebnis von 1,2 Mio. EUR erzielen konnten. Vor dem Hintergrund der Entwicklung im ersten Quartal bestätigen wir daher unsere Prognose für 2014 mit einer Gesamtleistung von mindestens 500 Mio. EUR und einem Vorsteuerergebnis in Höhe von rund 6 Mio. EUR.“

Die gute Geschäftsentwicklung der zooplus AG wurde durch die positive Entwicklung der Gesamtleistung sowie die weitere Verbesserung der Kostenstruktur geprägt. Mit 31,3% im Verhältnis zur Gesamtleistung konnten die Gesamtkosten für Marketing, Logistik, Personal, Verwaltung, Abschreibungen und Zinsen um 4,4-Prozentpunkte gegenüber dem Vorjahresquartal stark gesenkt werden (35,7%) – ein Rekordwert für zooplus. Dies geht

insbesondere auf weitere Effizienzsteigerungen in den Bereichen Logistik und Marketing zurück. Die Kosten der Warenabgabe lagen mit 20,9% um 1,8-Prozentpunkte unter dem Vorjahreswert von 22,7%. Trotz eines beschleunigten Umsatzwachstums konnten die Aufwendungen für Kundenakquisition und Marketing im ersten Quartal 2014 von 3,2 Mio. EUR auf 2,3 Mio. EUR reduziert werden. Dies entspricht einem Niveau im Verhältnis zur Gesamtleistung von 1,9% in den ersten drei Monaten 2014 (Q1 2013: 3,3%).

Dr. Cornelius Patt kommentierte: „eCommerce entwickelt sich zur attraktivsten Form des Einkaufens von Heimtierbedarf. Dies erkennen alle Marktteilnehmer – deshalb gehen wir auch mittel- und langfristig von weiterer Wachstumsdynamik und einer entsprechend hohen Wettbewerbsintensität in unserem Sektor aus. Mit unserem über Jahre entwickelten internationalen Marketing- und Vertriebssystem legen wir die Messlatte hoch: Wir bieten ein überzeugendes Produkterlebnis für unsere Kunden und arbeiten mit einer Kosteneffizienz, die für andere schwer zu erreichen ist. Für eine absehbar intensive und langanhaltende Auseinandersetzung mit dem Wettbewerb sind wir somit gut gerüstet.“

Die Bilanzsumme liegt – unter anderem aufgrund eines Anstiegs der Vorräte bedingt durch des Wachstums der Gesellschaft und einer weiter verbesserten Warenverfügbarkeit – zum Stichtag mit 92,2 Mio. EUR über dem Wert zum 31. Dezember 2013 von 83,7 Mio. EUR. Das Eigenkapital beträgt 37,7 Mio. EUR zum 31. März 2014 (31. Dezember 2013: 36,7 Mio. EUR) und mit einer daraus resultierenden Eigenkapitalquote von 40,9% liegt zooplus auch hier über den eigenen Zielsetzungen.

Der vollständige Bericht für die ersten drei Monate 2014 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 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/>