

## **zooplus AG treibt nachhaltigen Ausbau des Geschäfts 20 Jahre nach ihrer Gründung weiter voran**

- **Umsatz- und Ergebnisprognose für das Jahr 2019 erreicht**
- **Steigerung der Umsatzerlöse gegenüber dem Vorjahr um 14% auf 1.524 Mio. EUR**
- **Positives EBITDA in Höhe von 11,8 Mio. EUR (2018: 8,6 Mio. EUR)**
- **Eigenmarkengeschäft mit Futter und Streu wächst um 29% überproportional stark**
- **Wachstum 2019 gänzlich aus dem Free Cashflow finanziert**
- **Umsatzbezogene Wiederkauftrate mit 91% weiter auf hohem Niveau**
- **Dr. Cornelius Patt (CEO) verlängert Vertrag bis einschließlich 2023**

**München, 25. März 2020** – Die zooplus AG (WKN 511170, ISIN DE0005111702, Börsenkürzel ZO1), Europas führender Internethändler für Heimtierprodukte, setzte 20 Jahre nach Unternehmensgründung ihren Wachstumskurs auch im Geschäftsjahr 2019 fort. Dabei erzielte das Unternehmen Umsatzerlöse in Höhe von 1.524 Mio. EUR (2018: 1.342 Mio. EUR), was einem Umsatzplus gegenüber dem Vorjahr von 182 Mio. EUR entspricht. Mit einer Umsatzwachstumsrate von 14% (wechselkursbereinigt: ebenfalls 14%) und einer operativen Profitabilität, gemessen am EBITDA, von 11,8 Mio. EUR liegen die Gesamtjahresergebnisse im Einklang mit den Unternehmenszielen für das Geschäftsjahr 2019.

Das Umsatzwachstum wurde nach wie vor überwiegend vom Bestandskundengeschäft getragen. Die umsatzbezogene Wiederkauftrate erreicht nicht ganz den Bestwert von 95% des Jahres 2018. Die Kenngröße stabilisierte sich nach einem deutlichen Rückgang in der ersten Jahreshälfte auf dem Wert von 91% für das Gesamtjahr 2019. Mit 3,1 Millionen registrierten Neukunden (+22% gegenüber 2018) wurde in der Kundenakquise ein neuer Bestwert erreicht. Das Wachstum der Neukundenakquise und die nach wie vor überzeugende Kundenbindung unterstreichen einmal mehr die Attraktivität von zooplus für Kunden in der Kategorie Heimtierbedarf und bestätigen die Leistungsfähigkeit des E-Commerce-Geschäftsmodells. Das Geschäft mit exklusiven Eigenmarken im Bereich Futter und Streu trägt mit einem Umsatzplus von 29% überproportional zur positiven Gesamtentwicklung bei. Damit konnte der

Anteil dieses margenstarken Sortimentsbereichs am Gesamtumsatz mit Futter und Streu im Jahr 2019 um zwei Prozentpunkte auf 16% gesteigert werden (2018: 14%).

Die Rohmarge entwickelte sich erwartungsgemäß stabil und liegt mit 29,0% leicht über dem Niveau des Vorjahres (2018: 28,7%). Wesentlicher Treiber hierfür war der Ausbau des margenstarken Eigenmarkengeschäfts und die Stabilisierung des Gesamtpreisniveaus in allen wichtigen Märkten.

Die operative Profitabilität, gemessen am Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA), belief sich auf 11,8 Mio. EUR im Geschäftsjahr 2019 gegenüber 8,6 Mio. EUR im Vorjahr. Das Ergebnis vor Steuern (EBT) lag bei -15,9 Mio. EUR gegenüber -2,3 Mio. EUR im Vorjahr und spiegelt im Wesentlichen ein höheres Investitionsniveau in den Ausbau des Neukundengeschäfts wider.

Positiv auf das EBITDA wirkten sich weitere Optimierungen innerhalb der Kostenstruktur des Unternehmens aus. Die Logistikaufwendungen in % des Umsatzes konnten deutlich um 1,4 Prozentpunkte reduziert werden. Dabei wurden 0,7 Prozentpunkte durch operative Verbesserungen erreicht, der weitere Rückgang resultiert aus Umgliederungseffekten im Zusammenhang mit der Anwendung von IFRS 16. Wesentlich für die Effizienzgewinne waren die hohe Auslastung der Kapazität im Fulfillment und die durchdachte Nutzung der Routing-Optionen im Distributionsnetzwerk. Auf diese Weise konnten auch Preissteigerungen einzelner Paketdienstleister voll kompensiert werden.

Die Verbesserungen in der Rohmarge sowie Effizienzgewinne innerhalb der Kostenstruktur wurden in den nachhaltigen Ausbau des Geschäfts und der führenden Marktposition in Europa reinvestiert. Vor diesem Hintergrund und unter Einbeziehung der Kosten für die Kommunikation von ‚20 Jahre zooplus‘ nahmen die Aufwendungen für Marketing in % des Umsatzes um 1,1 Prozentpunkte auf 3,3% zu.

Gleichzeitig konnte trotz weiterer Investitionen in den Ausbau des Geschäfts ein positiver Free Cashflow in Höhe von 24,9 Mio. EUR erzielt werden (2018: 14,3 Mio. EUR). Hier wirkten sich weitere Optimierungen im Working Capital positiv aus.

Dr. Cornelius Patt, Vorstandsvorsitzender der zooplus AG: „Im Geschäftsjahr 2019 blieb zooplus 20 Jahre nach seiner Gründung weiter auf Wachstumskurs. Die umsatzbezogene Wiederkauftrate von 91%, welche die Loyalität unserer Bestandskunden unterstreicht und einen wichtigen Baustein für unser weiteres Wachstum darstellt, blieb trotz eines zeitweiligen Rückgangs auf insgesamt hohem Niveau. Wir planen, das Geschäft von zooplus auch in den kommenden Jahren nachhaltig weiterzuentwickeln. Der Schwerpunkt wird dabei auf Maßnahmen zur Steigerung der Loyalität unserer Kundenbasis liegen, über alle Phasen der Kundenbeziehung. Unsere Akquisitionstärke im Neugeschäft wird dadurch stärker umsatzseitig genutzt.

Mit Blick auf das Jahr 2020 beschäftigen uns selbstverständlich auch die Ausbreitung des neuartigen Coronavirus und die möglichen Auswirkungen auf unsere Kategorie, unser Vertriebsmodell und damit unser Gesamtgeschäft. Zunächst gehen wir im E-Commerce Bereich von weniger Disruption als in klassischen Vertriebsformen aus. Mittelfristig werden wir von der stabilen Nachfrage in unserer Kategorie profitieren, die vergleichsweise wenig dem gesamtkonjunkturellen Risiko ausgesetzt ist. Es ist jedoch nicht auszuschließen, dass auch uns die Auswirkungen der notwendigen drastischen Bekämpfung des Coronavirus in Form von höheren Kosten und Absatzverlusten treffen werden.“

Insgesamt erwartet der Vorstand für das Geschäftsjahr 2020 deshalb folgende Entwicklungen:

- Für die Umsatzerlöse erwartet der Konzern, bei Berücksichtigung von Auswirkungen im Zusammenhang mit der Ausbreitung des COVID-19-Erregers im bisher bekannten Maße, eine Wachstumsleistung im Bereich des Vorjahres, was einem Umsatzwachstum gegenüber dem Vorjahr von mindestens 180 Mio. EUR entspricht.
- Eine operative Profitabilität, gemessen am Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA), unter dem Bereich des Vorjahres – jedoch im positiven bis neutralen Bereich – aufgrund von Effizienzverlusten in der Gesamtkostenquote, insbesondere aus dem Bereich Logistik, im Zusammenhang mit Auswirkungen des COVID-19-Erregers.

Darüber hinaus hat der Aufsichtsrat der zooplus AG beschlossen, den Vertrag des Mitgründers und Vorstandsvorsitzenden Dr. Cornelius Patt für eine weitere Amtszeit, beginnend mit dem 1. Januar 2021, zu verlängern. Die Bestellung erfolgt für weitere drei Jahre bis 31. Dezember 2023.

„Wir freuen uns sehr, die weitere Amtszeit von Dr. Cornelius Patt als Vorstandsvorsitzender der zooplus AG bestätigen zu können. Die dynamische Entwicklung über die Jahre und der damit verbundene internationale Erfolg von zooplus ist geprägt von seinem unternehmerischen Geist und seiner Vision, Europas führenden Online-Anbieter im Heimtierbedarfsmarkt zu schaffen. Mit seiner Arbeit hat Dr. Patt gleichzeitig auch die Grundsteine für das weitere Wachstum von zooplus gelegt. Wir sind der festen Überzeugung, dass seine langjährige Expertise und sein Engagement der zooplus AG auch in den kommenden Jahren nachhaltig zugutekommen werden“, so Christian Stahl, Aufsichtsratsvorsitzender der zooplus AG.

Mit der Verlängerung bestätigt der Aufsichtsrat die erfolgreiche Arbeit von Dr. Patt als Vorstandsvorsitzender der zooplus AG und stellt die Kontinuität der Unternehmensführung sicher. Das Vorstandsteam der zooplus AG setzt sich aus Dr. Cornelius Patt, Vorstandsvorsitzender, Andreas Maueröder, CFO, Dr. Mischa Ritter, COO, und Florian Welz, CCO, zusammen.

Der vollständige Geschäftsbericht 2019 steht auf der Internetseite <https://investors.zooplus.com> als Download zur Verfügung.

### **Unternehmensprofil:**

zooplus wurde 1999 gegründet und ist heute gemessen an Umsatzerlösen Europas führender Internethändler für Heimtierbedarf. Die Umsatzerlöse betragen im Geschäftsjahr 2019 über 1,5 Mrd. EUR. Das Geschäftsmodell wurde bislang bereits in rund 30 Ländern Europas erfolgreich eingeführt. zooplus vertreibt Produkte für alle wichtigen Heimtiertiergattungen. 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. Die Umsätze mit Heimtierfutter und Zubehör innerhalb der Europäischen Union belaufen sich auf rund 30 Mrd. EUR brutto. 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](http://www.zooplus.de)

### **Kontakt Investor Relations:**

zooplus AG  
Diana Apostol  
Sonnenstraße 15  
80331 München  
Tel: + 49 (0) 89 95006-210  
Fax: + 49 (0) 89 95006-503  
Mail: [ir@zooplus.com](mailto:ir@zooplus.com)  
Web: <https://investors.zooplus.com>

### **Kontakt Presse:**

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