

zooplus AG verzeichnet Rekordjahr 2020 und gibt strategische und finanzielle Ziele für 2025 bekannt

- **Umsatzsteigerung um 18% auf ein Rekordniveau von 1.802 Mio. EUR in 2020, Umsatzwachstum von 20% in Q4 2020**
- **Operative Profitabilität gemessen am EBITDA verfünffacht auf 63,3 Mio. EUR in 2020**
- **Verbesserung der umsatzbezogenen Wiederkauftrate auf 99% (ggü. 91% im Jahr 2019)**
- **Beliebtes Kundenbindungsprogramm („Subscribe & Save“) macht 54% des wiederkehrenden Umsatzes aus und generiert 86% höhere Umsätze pro Kunde**
- **Überproportionaler Anstieg des Eigenmarkengeschäfts (+34% Umsatz ggü. 2019)**
- **Hervorragende Positionierung in einem attraktiven Wachstumsmarkt: zooplus kommuniziert mittelfristiges Umsatzziel für 2025 von 3,4 Mrd. EUR bis 3,8 Mrd. EUR bei einer EBITDA-Marge von mindestens 4%**

München, 25. März 2021 – Die zooplus AG, Europas führende Online-Plattform für Heimtierbedarf, meldet ein Rekordjahr 2020 mit einem starken Wachstum aller relevanten Umsatz- und Ergebniskennzahlen. Das Unternehmen schloss das Geschäftsjahr mit einem Umsatz von 1.802 Mio. EUR ab, was einer Umsatzwachstumsrate von 18% entspricht (2019: 1.524 Mio. EUR). Dabei wurde eine Rohmarge von 30,4% erreicht (2019: 29,0%). Diese Entwicklung wurde von der loyalen Kundenbasis des Unternehmens über alle Regionen hinweg, dem erfolgreichem Flaggschiff-Kundenbindungsprogramm „Subscribe & Save“ und dem überdurchschnittlichen Wachstum des Eigenmarkengeschäfts getragen.

Dr. Cornelius Patt, CEO von zooplus: „Wir haben unsere Plattform mit dem Fokus auf unsere Kunden und ihre geliebten Haustiere aufgebaut. Kundenorientiert zu sein ist essenziell für die Zufriedenheit unserer Kunden und für die Gewinnung neuer Kunden – im Gegenzug sind unsere Kunden außergewöhnlich loyal und erhöhen ihre Ausgaben bei zooplus von Jahr zu Jahr. Dies ist eine hervorragende Grundlage für weitere Investitionen, um ein qualitätsorientiertes, zweistelliges Kundenwachstum zu erzielen und weitere Marktanteile in einem hochattraktiven und stark wachsenden Markt zu gewinnen.“

Starker Wachstumskurs in 2020

Im Jahr 2020 verzeichnete zooplus in allen Ländermärkten ein zweistelliges Umsatzwachstum. Die Umsatzerlöse stiegen insgesamt auf 1.802 Mio. EUR. Im vierten Quartal wuchs der Umsatz um 20% auf 503 Mio. EUR (Q4 2019: 419 Mio. EUR), was einer auf das Gesamtjahr hochgerechneten Run-Rate von mehr als 2 Mrd. EUR entspricht. Ein wesentlicher Erfolgsfaktor war die steigende Anzahl aktiver wiederkehrender Kunden, die um 16% auf mehr als 5 Millionen zunahm. Durch eine Kombination aus Cross- und Up-Selling sowie den Einsatz von Kundenbindungs-Programmen stiegen die jährlichen Ausgaben der aktiven wiederkehrenden Kunden deutlich an und erreichten im Dezember 2020 einen Rekordwert von 383 EUR (brutto). Der strategische Fokus auf Kundenloyalität führte im Jahr 2020 zudem zu einer sehr hohen umsatzbezogenen Wiederkauftrate von 99% (2019: 91%), wobei die Wiederkauftrate in einigen Märkten und reiferen Kundengruppen bereits über der 100%-Marke lag.

Zusätzlich zur dynamischen Umsatzentwicklung konnte zooplus die Rohmarge auf 30,4% ausbauen (2019: 29,0%). Dazu trug maßgeblich der Umsatzanstieg der zooplus-Eigenmarken von 34% gegenüber dem Vorjahr bei. Auf das Eigenmarkengeschäft entfiel 16% des Gesamtumsatzes. Das EBITDA des Geschäftsjahres stieg um 51,5 Mio. EUR auf 63,3 Mio. EUR, was einer EBITDA-Marge von 3,5% entspricht (2019: 0,8%). Der Anstieg resultierte aus einem geringeren Umfang von absatzbezogenen Werbemaßnahmen und einem fokussierten Ansatz bei der Online-Akquisition von Neukunden. Der Free Cashflow von 69,7 Mio. EUR (2019: 24,9 Mio. EUR) unterstreicht die Innenfinanzierungskraft des Unternehmens.

Andreas Maueröder, CFO von zooplus: „Das Jahr 2020 hat gezeigt, dass wir in der Lage sind, ein zweistelliges Umsatzwachstum zu erzielen und gleichzeitig unsere Profitabilität und Kosteneffizienz zu verbessern. Wir sind sehr gut positioniert, um in den kommenden Jahren unser hohes Wachstum zu finanzieren und in die Neukundengewinnung, die Kundenbindung und den Umsatz pro Kunde zu investieren. Gleichzeitig steigt die langfristige Profitabilität unserer Umsatzerlöse.“

Subscribe & Save-Geschäft treibt Wachstum

Durch die Verbesserung des Einkaufserlebnisses und die Implementierung leistungsstarker Kundenbindungsprogramme hat zooplus in den vergangenen Jahren kontinuierlich in seine

loyale Kundenbasis investiert. Ein zentraler Pfeiler dieser Strategie ist das Flaggschiff-Kundenbindungsprogramm „Subscribe & Save“, auf das im Jahr 2020 bereits 54% der wiederkehrenden Umsatzerlöse des Unternehmens entfielen (2019: 49%). Das entspricht einem überdurchschnittlichen Umsatzanstieg von 32%. Das Programm erhöht nicht nur die Kundenbindung, sondern bietet auch einen attraktiven Anreiz für unsere Kunden, einen höheren Anteil ihrer Ausgaben für Haustiere auf unserer Plattform zu tätigen: Der durchschnittliche Bruttoumsatz pro wiederkehrendem Kunde im „Subscribe & Save“-Programm stieg auf 536 EUR im Vergleich zu durchschnittlich 288 EUR Umsatz der Kunden außerhalb des Kundenbindungsprogramms Subscribe & Save.

Der Anbieter mit dem umfassendsten Sortiment für leidenschaftliche Tierhalter

Das sorgfältig zusammengestellte Sortiment an Tierpflege- und Zubehörprodukten, Super-Premium- und Premium-Marken, lokalen Besonderheiten und bekannten Tierfuttermarken sorgt für ein Höchstmaß an Relevanz und Attraktivität und trägt auch zu einer besseren Kundenbindung und höheren Margen bei. Darüber hinaus hat zooplus eigene Premiummarken wie „Wolf of Wilderness“ und „Purizon“ entwickelt, die den wachsenden Branchentrends der Humanisierung und Premiumisierung von Haustieren und der Vorliebe für Nischen- und Premiummarken gerecht werden. Unser margenstarkes Eigenmarkengeschäft wuchs um 34% und machte einen Anteil von 16% am Gesamtumsatz des Konzerns (2019: 14%) aus.

Ausblick für 2021

Für das Jahr 2021 erwartet zooplus, seine marktführende Position in Europa zu behaupten und die umsatzbezogene Wiederkauftrate auf dem Niveau vom Jahresende 2020 zu halten. Den Umsatz- und EBITDA-Ausblick für das Geschäftsjahr 2021 hat das Unternehmen im Rahmen des Capital Markets Day im November 2020 kommuniziert: Danach soll der Umsatz im Bereich von 2,04 Mrd. EUR bis 2,14 Mrd. EUR und das EBITDA in der Bandbreite von 40 Mio. EUR bis 80 Mio. EUR liegen. Aus heutiger Sicht und auf Basis der aktuellen Geschäftsentwicklung geht der Vorstand derzeit davon aus, dass der Umsatz 2021 im mittleren bis oberen Bereich der Umsatzprognose liegen wird.

Mittel- und langfristiger Ausblick

Angesichts des attraktiven Marktumfelds, der steigenden Anzahl und der zunehmenden Humanisierung von Haustieren, der Premiumisierung sowie der anhaltenden Verlagerung hin zum Online-Handel, plant zooplus, seinen Marktanteil in der schnell wachsenden Kategorie

„Heimtierbedarf“ weiter auszubauen. Im Jahr 2025 erwartet zooplus einen Umsatz von 3,4 Mrd. EUR bis 3,8 Mrd. EUR und damit einen Marktanteil von 9% bis 10% am Gesamtmarkt für Heimtierbedarf in Europa (online und offline).

Gleichzeitig strebt zooplus für 2025 eine EBITDA-Marge von mindestens 4% an. Darüber hinaus soll der margenstarke Umsatz mit Eigenmarken sowie Haustierpflege- & Zubehörprodukten auf einen Wert von mindestens 1,2 Mrd. EUR im Jahr 2025 gesteigert werden (2020: 0,5 Mrd. EUR). Sobald sich das Wachstum des Unternehmens auf Höhe des Wachstums der Heimtierkategorie normalisiert hat, strebt zooplus entsprechend eine Zielmarge für das EBITDA von mindestens 6% an. Der Konzern ist davon überzeugt, über das gesamte Jahrzehnt hinweg schneller als der Markt zu wachsen.

Dr. Cornelius Patt, CEO von zooplus: „Wir sind hervorragend positioniert, um stärker als der Gesamtmarkt zu wachsen und durch unseren Fokus auf den Online-Bereich, den am schnellsten wachsenden Absatzkanal in unserer Kategorie, Marktanteile zu gewinnen. Unseren Kunden bieten wir eine überragende Auswahl und Komfort, während wir unseren Lieferanten Zugang zu leidenschaftlichen Tierhaltern und eine europaweite Reichweite bieten. Unsere Erfolgsformel stellt die Kundenbindung in den Vordergrund, um künftige wiederkehrende Umsätze zu generieren und so unsere langfristige Profitabilität zu verbessern. Wir werden unsere Strategie weiter umsetzen und sind sehr zuversichtlich, unsere erstmals kommunizierten Ziele für 2025 und darüber hinaus zu erreichen.“

Wesentliche Finanzkennzahlen

		Q4 2020	Q4 2019	Veränderung	2020	2019	Veränderung
Umsatz	Mio. EUR	502,7	419,4	+19,9%	1.801,5	1.523,7	+18,2%
Umsatzanteil Eigenmarken (% des Umsatzes)	%	16,6%	14,5%	+2,1%p	15,6%	13,8%	+1,8%p
Umsatzbezogene Wiederkauftrate* zum 31.12.2020	%	/	/	/	99%	91%	+8%p
Rohrertrag	Mio. EUR	150,5	126,7	+23,9	546,9	441,6	+105,2
Rohmarge (% des Umsatzes)	%	29,9%	30,2%	-0,3%p	30,4%	29,0%	+1,4%p
EBITDA	Mio. EUR	15,5	5,1	+10,4	63,3	11,8	+51,6
EBITDA-Marge (% des Umsatzes)	%	3,1%	1,2%	+1,9%p	3,5%	0,8%	+2,7%p
EBT	Mio. EUR	5,8	-2,0	+7,8	30,3	-15,9	+46,2
Konzernergebnis	Mio. EUR	3,5	-1,4	+5,0	18,7	-12,1	+30,8
Ergebnis je Aktie**	EUR	/	/	/	2,65	-1,69	+4,34
Free Cashflow	Mio. EUR	/	/	/	69,7	24,9	+44,8
Aktive wiederkehrende Kunden zum 31.12.2020	Mio.	/	/	/	5,1	4,4	+0,7
Aktive Kunden zum 31.12.2020	Mio.	/	/	/	8,3	7,6	+0,7
Mitarbeiter	Durchschnittliche Vollzeitstellen	/	/	/	768	713	+7,7%

* Wechselkursbereinigt

** Unverwässert

Unternehmensprofil:

Die zooplus AG ist gemessen am Umsatz die führende Online-Plattform für Heimtierbedarf in Europa. Im Jahr 1999 als deutsches Start-up gegründet, wurde das Geschäftsmodell des Unternehmens international erfolgreich eingeführt und hat sich der Mission verschrieben, Glücksmomente zwischen Haustieren und Tierhaltern in mittlerweile 30 europäischen Ländern zu schaffen. Mit einem großen und relevanten Produktangebot in den Bereichen Tiernahrung sowie Tierpflege und -zubehör beliefert zooplus mehr als 8 Millionen Tierhalter in Europa, von denen mehr als 5 Millionen mehr als zwei Bestellungen im Jahr 2020 getätigt haben. Das Sortiment umfasst renommierte internationale Marken, beliebte lokale Marken sowie hochwertige, exklusive Eigenmarkenlinien für Tiernahrung, Zubehör, Pflegeprodukte, Spielzeug und vieles mehr für Hunde, Katzen, Vögel, Hamster, Pferde und viele andere bepelzte und nicht-bepelzte Freunde. Darüber hinaus profitieren zooplus-Kunden von exklusiven Treueprogrammen, dem besten Preis-Leistungs-Verhältnis, einer schnellen und zuverlässigen Lieferung sowie einem nahtlosen digitalen Einkaufserlebnis, kombiniert mit einer Vielzahl von interaktiven Inhalten und Community-Angeboten. Der Umsatz von zooplus belief sich im Geschäftsjahr 2020 auf mehr als 1,8 Mrd. EUR und erreichte damit einen Anteil von rund 7% am europäischen Markt für Heimtierbedarf, dessen Volumen sich auf rund 28 Mrd. EUR bis 29 Mrd. EUR netto beläuft (Offline- und Online-Handel zusammengenommen).

Weitere Informationen zu zooplus finden Sie unter investors.zooplus.com oder auf unserer internationalen Shop-Seite unter zooplus.com.

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 | press@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
Web: www.cometis.de