

zooplus AG: Starke Dynamik in der Kategorie Heimtierbedarf beschleunigt Wachstumskurs des führenden paneuropäischen Online-Händlers weiter

- **Deutlicher Anstieg der Umsatzerlöse um 16% auf 509 Mio. EUR im ersten Quartal 2021; bereinigtes Wachstum von 22% in Q1 2021 im Vergleich zu einem normalisierten Umsatz in Q1 2020**
- **Zweijähriger Wachstumstrend mit anhaltend starker Dynamik (Q1 2021 vs. Q1 2019: CAGR 18%; Q4 2020 vs. Q4 2018: CAGR 17%)**
- **Kundenbindungsprogramm „Subscribe & Save“ (Umsatzplus von 32%) und das Eigenmarkengeschäft (Umsatzplus von 34%) übertreffen Gesamtumsatzwachstum und sind wesentliche Treiber für langfristige Profitabilität**
- **Starke Rohmarge und operative Effizienz lassen EBITDA auf 25 Mio. EUR steigen (Q1 2020: 8 Mio. EUR); EBITDA-Marge liegt bei 4,8% (Q1 2020: 1,8%)**
- **Ausblick für 2021 bestätigt: Umsatzerlöse und EBITDA werden aus heutiger Sicht für das Gesamtjahr im mittleren bis oberen Bereich der Prognosespanne erwartet**
- **zooplus sieht weiteres Potential in der Kategorie Heimtierbedarf: wachsende Haustierpopulation, Humanisierung von Haustieren und Premiumisierung von Tierfutter und Accessoires**

München, 12. Mai 2021 – Die zooplus AG, Europas führende Online-Plattform für Heimtierbedarf, setzt im ersten Quartal 2021 ihren starken Wachstumskurs fort. Das Unternehmen steigerte den Gesamtumsatz um 16% auf 509 Mio. EUR in Q1 2021 (Q1 2020: 440 Mio. EUR). Im Vergleich zum normalisierten Umsatz in Q1 2020 lag das bereinigte Umsatzwachstum in Q1 2021 bei 22%. Das Umsatzwachstum wurde im Wesentlichen durch eine verstärkte Monetarisierung der wachsenden Basis an loyalen, aktiven und wiederkehrenden Kunden in Kombination mit einer guten

Entwicklung im Neukundengeschäft getrieben. Die Anzahl der aktiven wiederkehrenden Kunden stieg gegenüber dem Vorjahr um 15%.

Dr. Cornelius Patt, CEO von zooplus: „Die Entwicklung von zooplus im ersten Quartal des Geschäftsjahres 2021 bestätigt einmal mehr den starken Wachstumskurs unseres Geschäfts. Angetrieben durch die Trends in unserem Marktsegment, die wachsende Heimtierpopulation, Premiumisierung sowie die Humanisierung von Haustieren, sind wir als die Nummer eins im Online-Segment ideal positioniert, um weiterhin loyale Kunden an unsere Plattform zu binden. Unser klarer Fokus auf Kundenorientierung stellt sicher, dass wir die Bedürfnisse unserer Kunden erfüllen und gleichzeitig auch für neue Kunden sehr attraktiv sind. Dadurch bauen wir unsere Kundenbasis weiter aus, steigern den Umsatz pro Kunde und optimieren die Margenstruktur unseres Umsatzes. Dies ist die perfekte Grundlage für ein starkes, profitables Wachstum in der Zukunft.“

Solides Ergebniswachstum und hoher Free Cashflow

Die starke Rohmarge und eine hohe operative Effizienz führten zu einem EBITDA von 24,5 Mio. EUR (Q1 2020: 8,1 Mio. EUR) bzw. einer EBITDA-Marge von 4,8% (Q1 2020: 1,8%). Die Rohmarge von 30,7% (Q1 2020: 29,4%) profitiert von der steigenden Premiumisierung, einem Zuwachs an margenstarken Umsätzen und weniger Preis- und Produktkampagnen im Berichtszeitraum. Die erfreuliche Ergebnisentwicklung sowie Verbesserungen im Working-Capital-Management resultierten in einem starken Free Cashflow in Höhe von 48,1 Mio. EUR (Q1 2020: 40,4 Mio. EUR). Die liquiden Mittel in der Bilanz stiegen entsprechend auf 154 Mio. EUR.

Kundenorientierung, Fokussierung auf Kundenbindung und Steigerung des margenstarken Geschäfts zahlen sich aus

Dank seiner Strategie, auf Kundenloyalität und wiederkehrende Umsätze zu fokussieren, konnte zooplus die dynamische Entwicklung im ersten Quartal 2021 fortsetzen: Die umsatzbezogene Wiederkauftrate erreichte zum Ende des ersten

Quartals mit 97% (Q1 2020: 94%) ein branchenweit führendes Niveau. Bis Ende April 2021 stieg die Wiederkauftrate weiter auf 98% an; in einigen Märkten und Kundengruppen liegt diese bereits über der 100%-Marke. Die Anzahl aktiver wiederkehrender Kunden stieg um 15% auf 5,3 Mio. (Q1 2020: +14%).

Der Erfolg der Kundenbindung wird auch durch die steigende Bedeutung des erfolgreichen Kundenbindungsprogramms „Subscribe & Save“ unterstrichen. Hier stiegen die Umsätze um 32% und erreichten einen Anteil von 54% der Umsätze mit aktiven wiederkehrenden Kunden (Q1 2020: 50%). Mit 532 EUR pro Kunde erreicht der Umsatz pro Kunde bei dem Kundenbindungsprogramm einen um 83% höheren Wert im Vergleich zu den Kunden ohne „Subscribe & Save“. zooplus ist auch im Up- und Cross-Selling hochmargiger Produkte im ersten Quartal 2021 weiterhin erfolgreich. So wuchs das Eigenmarkengeschäft im ersten Quartal um 34% (Q1 2020: 32%) und erreichte einen Anteil von 17,4% am Gesamtumsatz (Q1 2020: 15,1%). Der Anteil der Bestellungen mit mindestens einem Eigenmarkenprodukt stieg gegenüber dem Vorjahr ebenfalls an und unterstreicht die zunehmende Popularität der zooplus Eigenmarken bei Tierhaltern in ganz Europa.

Wachsende Haustierpopulation wird die Dynamik im Marktsegment über die kommenden Jahre hinweg verstärken

Die Zahl der Haustierhalter hat in den vergangenen zehn Jahren deutlich zugenommen. Die Covid-19-Pandemie und die Lockdowns haben zudem dazu geführt, dass die Anschaffung von Haustieren im Jahr 2020 in ganz Europa sprunghaft gestiegen ist. Die wachsende Haustierpopulation, die Humanisierung von Haustieren und die Premiumisierung von Tierfutter und Accessoires sind nachhaltige Trends, die das Wachstum in der Kategorie Heimtierbedarf treiben. Es wird daher damit gerechnet, dass der europäische Markt für Heimtierbedarf bis zum Jahr 2030 mit einer jährlichen Wachstumsrate von 6% auf 49 Mrd. EUR wachsen wird. Bis zum Jahr 2030 soll der Anteil des Online-Handels in Europa 38% erreichen (18,6 Mrd. EUR). Aufgrund seiner einzigartigen Marktposition als Europas führende Online-Plattform in der Kategorie Heimtierbedarf, erwartet zooplus einen Anstieg seines Marktanteils am Gesamtmarkt

auf 9% bis 10% bis zum Jahr 2025 und auf 11% bis 13% bis zum Jahr 2030. Die hohe Attraktivität dieser Kategorie spiegelt sich auch in der Erwartung des Unternehmens wider, bis zum Jahr 2025 eine operative Profitabilität, gemessen an der EBITDA-Marge, von mindestens 4% zu erreichen. Das langfristige Ziel für die EBITDA-Marge liegt bei mindestens 6%.

Ausblick für 2021

Auf Basis des starken Wachstums im ersten Quartal und der dynamischen Marktentwicklung bestätigt zooplus seinen Ausblick für das Jahr 2021. Für das gesamte Geschäftsjahr erwartet zooplus Umsatzerlöse im Bereich zwischen 2,04 Mrd. EUR und 2,14 Mrd. EUR und ein EBITDA im Bereich zwischen 40 Mio. EUR und 80 Mio. EUR, was einer EBITDA-Marge von 2% bis 4% entspricht. Aus heutiger Sicht und auf Basis der aktuellen Geschäftsentwicklung rechnet der Vorstand derzeit damit, dass die Umsatzerlöse und das EBITDA im Gesamtjahr im mittleren bis oberen Bereich der Prognosespanne liegen werden.

Wesentliche Kennzahlen:

		Q1 2021	Q1 2020	Veränderung
Umsatzerlöse	Mio. EUR	509	440	+16%
Umsatzbeitrag Eigenmarken	%	17,4%	15,1%	+2,4%p
Umsatzbezogene Wiederkauftrate zum Stichtag 31.03.	%	97%	94%	+3%p
Rohertrag	Mio. EUR	156,2	129,3	+26,9
Rohmarge	%	30,7%	29,4%	+1,3%p
EBITDA	Mio. EUR	24,5	8,1	+16,5
EBITDA-Marge	%	4,8%	1,8%	+3,0%p
EBT	Mio. EUR	16,2	0,7	+15,6
Konzernergebnis	Mio. EUR	10,3	-0,5	+10,8
Ergebnis je Aktie (unverwässert)	EUR	1,44	-0,07	+1,51
Ergebnis je Aktie (verwässert)	EUR	1,41	-0,07	+1,48
Free Cashflow	Mio. EUR	48,1	40,4	+7,7
Aktive wiederkehrende Kunden zum Stichtag 31.03.	Mio.	5,3	4,6	+15%
Aktive Kunden zum Stichtag 31.03.	Mio.	8,6	7,8	+10%

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 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 / Presse:

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