

WOLF

OF
WILDERNESS

9-Monatsbericht

2018

Highlights der ersten neun Monate 2018

Anstieg der Umsatzerlöse um 23% auf 974 Mio. EUR (9M 2017: 795 Mio. EUR / +21%)

Wachstum des Umsatzes mit Eigenmarken um 36% gegenüber dem Vorjahreszeitraum

Weitere Stabilisierung der Rohmarge im dritten Quartal bei 28,6% (Q2 2018: 28,3%)

Verbesserung des Ergebnisses vor Steuern (EBT) im dritten Quartal 2018 um mehr als 5 Mio. EUR zum Vorquartal auf 1,6 Mio. EUR (Q2 2018: -3,7 Mio. EUR)

Positiver operativer Cashflow von 20,4 Mio. EUR

Bestätigung der Umsatz- und Ergebnisprognose für das Gesamtjahr 2018



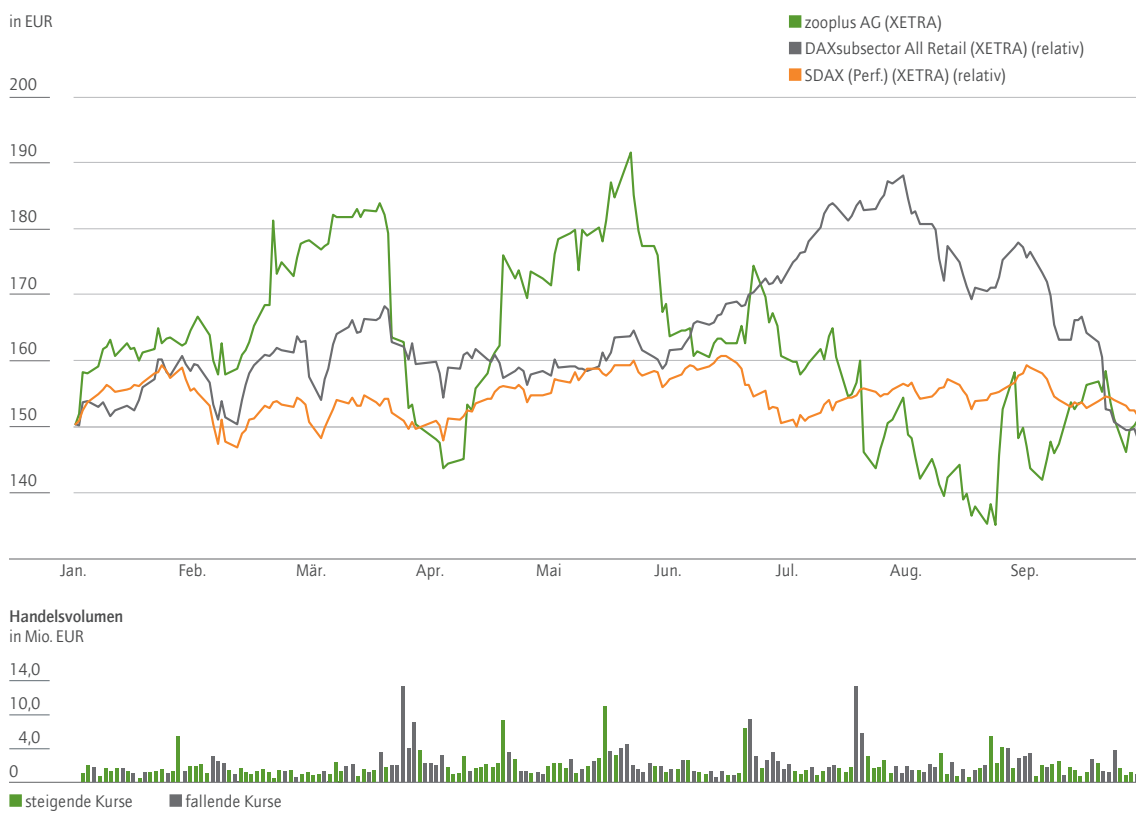
Inhaltsverzeichnis

An die Aktionäre	2	Konzernzwischenabschluss	17
Aktie der zooplus AG	2	Konzern-Bilanz	18
		Konzern-Gesamtergebnisrechnung	19
		Konzern-Kapitalflussrechnung	20
		Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung	21
Konzernzwischenlagebericht	4	Konzernanhang	22
Wirtschaftsbericht	5	Konzernanhang	23
Nachtragsbericht	15	Impressum	34
Prognose-, Risiko- und Chancenbericht	15		

An die Aktionäre

Aktie der zooplus AG

Aktienchart der zooplus AG: 2. Januar bis 30. September 2018



Aktie

Die Aktie der zooplus AG wurde am 9. Mai 2008 im Entry Standard der Frankfurter Wertpapierbörse in den Handel einbezogen. Rund eineinhalb Jahre später folgte am 22. Oktober 2009 der erfolgreiche Wechsel in den Prime Standard und damit in das Börsensegment mit den höchsten Transparenz- und Publizitätsanforderungen in Deutschland. Nach einer kontinuierlich positiven Entwicklung von Marktkapitalisierung und Handelsvolumen stieg die Aktie der zooplus AG am 29. Juni 2011 in den SDAX auf.

In den ersten neun Monaten des Jahres 2018 setzte sich am Aktienmarkt eine verhaltene Stimmung durch. Auch eine etwas positivere Entwicklung der US-Märkte führte an den Börsen in Europa nicht zu einem Stimmungsumschwung. Unter anderem Befürchtungen hinsichtlich weiterer Zinsanhebungen in den USA, der Handelsstreit

zwischen den USA und China bzw. Europa sowie der ungeklärte Brexit belasteten in den ersten neun Monaten des laufenden Jahres die Börsen. Auch der Haushaltsentwurf der neuen italienischen Regierung belastete die Kapitalmärkte. Unter den deutschen Indizes entwickelten sich DAX (–5,2 %), MDAX (–0,8 %) und SDAX (–0,2 %) bis zum letzten Handelstag des dritten Quartals am 28. September 2018 im Vergleich zu den Jahresschlussständen vom 29. Dezember 2017 rückläufig, wohingegen der TecDAX (+11,2 %) deutlich zulegen konnte. Der Branchenindex DAXsubsector All Retail Internet musste Gewinne aus dem ersten Halbjahr im dritten Quartal wieder einbüßen und verlor bis Ende September 2018 gegenüber dem letzten Schlussstand des Jahres 2017 insgesamt 3,0 %. Der Kurs der zooplus-Aktie zeigte von Januar bis einschließlich September 2018 deutliche

Schwankungen mit Kursen zwischen phasenweise rund 135 EUR und zeitweise um 190 EUR. Der höchste Xetra-Schlusskurs der zooplus-Aktie wurde innerhalb der ersten neun Monate des laufenden Jahres am 18. Mai 2018 bei 191,80 EUR erreicht, der niedrigste Schlusskurs am 21. August 2018 bei 134,60 EUR. Am 28. September 2018 ging die zooplus-Aktie mit einem Xetra-Schlusskurs von 149,70 EUR aus dem Handel. Mit dem Verlust von

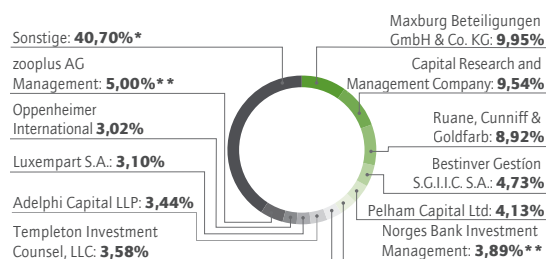
0,4% gegenüber dem Jahresschlusskurs 2017 von 150,30 EUR entwickelte sich die zooplus-Aktie in den ersten neun Monaten des Jahres 2018 parallel zur Entwicklung des SDAX.

Die Marktkapitalisierung am 28. September 2018 lag auf Basis von zu diesem Zeitpunkt 7.142.678 ausstehenden Aktien bei 1.069,3 Mio. EUR.

Analysten

Institution	Analyst	Datum	Empfehlung	Kursziel (EUR)
Baader Bank	Bosse, Volker	17.10.2018	Kaufen	170,00
Bankhaus Lampe	Schlienkamp, Christoph	09.11.2018	Halten	145,00
Berenberg	Paganetty, Henrik	17.05.2018	Halten	180,00
Commerzbank	Riemann, Andreas	17.10.2018	Halten	153,00
Deutsche Bank	Naizer, Nizla	17.05.2018	Halten	172,00
Hauck & Aufhäuser	Salis, Christian	18.10.2018	Verkaufen	100,00
J.P.Morgan CAZENOVE	Olcese, Borja	17.10.2018	Kaufen	205,00
Kepler Cheuvreux	Mauder, Nikolas	17.10.2018	Halten	146,00
Liberum	Brown, Wayne	17.10.2018	Kaufen	230,00
Metzler	Diedrich, Tom	18.10.2018	Halten	145,00
ODDO Securities	Decot, Martin	23.08.2018	Halten	145,00
quirin Bank	Marinoni, Ralf	17.10.2018	Verkaufen	115,00
Warburg Research	Kleibauer, Thilo	22.08.2018	Halten	159,00

Aktionärsstruktur



Stand: 29. Oktober 2018

Anteilsbesitz entsprechend der veröffentlichten Stimmrechtsmitteilungen

*Gemäß Definition der Deutschen Börse beträgt der Streubesitz 90,05 %

**Inklusive Instrumenten

Disclaimer: Die abgebildete Aktionärsstruktur basiert auf den veröffentlichten Stimmrechtsmitteilungen sowie Unternehmensinformationen. Die zooplus AG übernimmt keine Gewähr für Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität der Angaben.

Stammdaten

WKN	511170
ISIN	DE0005111702
Börsenkürzel	Z01
Handelssegment	Regulierter Markt (Prime Standard)
Art der Aktien	Nennwertlose Inhaber-Stammaktien
Grundkapital in EUR zum 31. Dezember 2017	7.137.578,00
Grundkapital in EUR zum 30. September 2018	7.142.678,00
Anzahl der Aktien zum 30. September 2018	7.142.678
Erstnotiz	9. Mai 2008
Erstausgabepreis*	13,00 EUR
Aktienkurs zum 29. Dezember 2017	150,30 EUR
Aktienkurs zum 29. September 2018	149,70 EUR
Prozentuale Veränderung (seit 29. Dezember 2017)	- 0,4 %
Periodenhoch	191,80 EUR
Periodentief	134,60 EUR

Schlusskurse Xetra-Handelssystem der Deutsche Börse AG

* Bei Berücksichtigung der Kapitalerhöhung aus Gesellschaftsmitteln vom Juli 2011

Wirtschaftsbericht	5
Nachtragsbericht	15
Prognose-, Risiko- und Chancenbericht	15

Konzernzwischen- lagebericht

Konzernzwischenlagebericht zum 30. September 2018

1. Wirtschaftsbericht

A. Geschäftsverlauf und Rahmenbedingungen

a. Konzernstruktur und Geschäftstätigkeit

i. Geschäftsfelder

Die zooplus AG als Konzernmuttergesellschaft wurde im Jahr 1999 in München gegründet. Der Konzern ist im Geschäftsfeld E-Commerce im internetbasierten Handel mit Heimtierprodukten im privaten Endkundengeschäft tätig. Der zooplus-Konzern ist in diesem Bereich klarer Marktführer in Europa in Bezug auf Umsatz und aktive Kundenbasis.

Vorrangige Geschäftsziele sind das nachhaltige Wachstum, die konsequente Durchdringung der bereits bestehenden Märkte und der weitere Ausbau der europäischen Online-Marktführerschaft des Unternehmens. In diesem Zusammenhang arbeitet zooplus kontinuierlich am Ausbau seiner technologischen Infrastruktur, um stets „State of the Art“-Technologieführer innerhalb seines Segments zu sein.

Insgesamt bietet zooplus seinen Kunden rund 8.000 Futter- und Zubehörartikel in den Gattungen Hund, Katze, Kleintier, Vogel, Aquaristik und Pferd an. Diese umfassen Produkte des täglichen Bedarfs wie fachhandelsübliches Markenfutter, zooplus-Eigenmarken und Spezialartikel wie Spielzeug, Pflegeprodukte oder sonstige Accessoires. Insgesamt entfällt auf die Gattungen Hund und Katze der wesentliche Anteil der Umsätze. Auf seinen Webseiten bietet zooplus zudem diverse kostenfreie Informationsangebote, tierärztliche Beratung sowie interaktive Anwendungen wie Diskussionsforen und Blogs an.

zooplus erwirtschaftet seine Umsätze mit dem Verkauf von Waren aus den zentralen Logistikzentren in Hörselgau, Deutschland, in Tilburg, Niederlande, in Breslau, Polen, in Chalon-sur-Saône, Frankreich, sowie in Antwerpen, Belgien. Ergänzend übernehmen mittlere, stärker spezialisierte Fulfillmentcenter in Coventry, Großbritannien, in Straßburg, Frankreich, in Mühldorf, Deutschland, in Jiríkov, Tschechien, in Bolesławiec, Polen, sowie in Istanbul, Türkei, bestimmte Auftragsstypen für die einzelnen Märkte und stellen somit eine immer flächendeckendere und noch kundennähere Logistikinfrastruktur sicher.

Im dritten Quartal 2018 erfolgte die Inbetriebnahme neuer Logistikkapazitäten in Krosno Odrzanskie, Polen, sowie in Cabanillas del Campo, Spanien. Der neue Standort in Polen umfasst eine Kapazität von rund 42.000 Quadratmetern und wird bei voller Kapazitätsauslastung das bisher größte Logistikzentrum der zooplus AG darstellen. Mittelfristig plant zooplus hier einen Output von ca. 900.000 Paketen im Monat. zooplus wird dadurch insbesondere den deutschen Markt sowie ganz Osteuropa noch effizienter bedienen und die Lieferperformance an die Kunden weiter verbessern. Der neue Standort in der Nähe von Madrid ermöglicht es darüber hinaus, eine schnellere Versorgung der Kunden in Spanien sowie langfristig eine effizientere Abbildung der Logistikwege innerhalb Spaniens zu gewährleisten. Die kontinuierliche Erweiterung des Logistiknetzwerks ist die Grundlage zur Fortsetzung des von zooplus geplanten Wachstums in den nächsten Jahren.

Die Standorte der Zentrallager gewährleisten eine schnelle und effiziente Lieferung zusammen mit hoher allgemeiner Produktverfügbarkeit für Kunden in ganz Europa. Die Auslieferung an den Endkunden erfolgt über nationale und internationale Paketdienstleister.

Insgesamt zeichnet sich das von zooplus betriebene Geschäftsmodell aus Kundensicht durch eine Kombination von breiter Sortimentspalette und stetiger Produktverfügbarkeit bei attraktiven Preisen und effizienten Warenflussprozessen in Verbindung mit einfacher und bequemer Handhabung aus.

ii. Märkte

zooplus ist mit landesspezifischen wie auch länderübergreifenden Online-Shops europaweit in 30 Ländern vertreten. Das Gesamtmarktvolumen in Europa wurde gemäß dem Zentralverband Zoologischer Fachbetriebe Deutschlands e.V. für das Jahr 2016 im Bereich Heimtier auf rund 26 Mrd. EUR (brutto) geschätzt. Nach eigener Einschätzung ist die zooplus AG innerhalb Europas deutscher Online-Marktführer nach Umsatz und aktiver Kundenbasis. Zudem geht das Unternehmen davon aus, in seinem Bereich das in absoluten Zahlen klar wachstumsstärkste Unternehmen zu sein.

Zum Stand November 2018 betreibt zooplus insgesamt 25 landesspezifische Webshops: Neben den Volumenmärkten Deutschland, Frankreich, Vereinigtes Königreich, Niederlande, Spanien, Italien und Polen ist dies zudem in Belgien, Dänemark, Finnland, Irland, Kroatien, Österreich, Rumänien, der Slowakei, der Schweiz, Slowenien, Schweden, der Tschechischen Republik, Ungarn, Portugal, Bulgarien, Norwegen, Griechenland und der Türkei der Fall. Faktisch ist zooplus damit der europaweit dominierende Online-Anbieter mit deutlichem Abstand zu kleineren lokalen und nationalen Wettbewerbern.

Der Konzern ist mit der weiteren Marke bitiba, die als Discountkonzept mit einem reduzierten Angebot konzipiert ist, bereits in 14 Ländern parallel zur Marke zooplus vertreten.

iii. Wesentliche Einflussfaktoren

Zwei entscheidende Einflussfaktoren bestimmen den Online-Handel im Bereich Heimtier: die Entwicklung des allgemeinen europäischen Heimtiermarkts sowie die generelle und branchenspezifische Entwicklung des Online-Kaufverhaltens von Internetnutzern.

Entwicklung des europäischen Heimtiermarkts

Der europäische Heimtiermarkt umfasst gegenwärtig ein Marktvolumen von rund 26 Mrd. EUR brutto gemäß Zentralverband Zoologischer Fachbetriebe Deutschlands e.V. Allein auf die Märkte Deutschland, Frankreich, Vereinigtes Königreich, Spanien, Niederlande und Italien entfallen hiervon rund 21 Mrd. EUR.

Hauptabsatzkanäle für Heimtierbedarfprodukte sind in allen europäischen Ländern vor allem der stationäre Zoofachhandel, Garten- und Heimwerkermärkte sowie klassische Supermärkte wie auch Discountmärkte. Hauptunterschiede zwischen den einzelnen stationären Handelskonzepten im Bereich Heimtier sind Sortimentsbreite und Produktpositionierung: Während großflächige Supermärkte und Discounter sich in der Regel auf ein Randsortiment von circa 150 bis 200 Produktvarianten in kleinteiligen und üblicherweise niedrigpreisig positionierten Futterbereichen beschränken, decken größere Zoofachhandelsketten ein komplettes Produktspektrum im Bereich Futter (Eingangspreisstufe bis Premium) wie auch im Zubehörbereich (unter anderem

Spielzeug, Hygieneprodukte, Tiermöbel und Technik) ab. zooplus definiert das für sich relevante Marktsegment als den klassischen Fachhandel sowie darüber hinaus verwandte fachhandelsnahe Produktbereiche des Supermarktsegments.

Insgesamt geht zooplus für die kommenden Jahre von einem leicht steigenden Marktvolumen aus.

Für das Jahr 2018 erwartet der Vorstand der zooplus AG innerhalb Europas ein Marktwachstum von rund 2 % bis 3 %. Deutschlandweit leben beispielsweise in rund einem Drittel aller Haushalte ein oder mehrere Heimtiere. Die Veränderungen des Markts sind zum einen bedingt durch sich verändernde Tierpopulationen, zum anderen durch eine Verschiebung im Absatzspektrum hin zu hochwertigeren Produkten und Kategorien innerhalb der Bereiche Futter und Zubehör („Premiumisierung“) sowie einer zunehmenden „Humanisierung“ der Haustiere.

Der Heimtiermarkt weist aufgrund wiederkehrender Bedarfsmuster vor allem im Bereich Tiernahrung eine nur sehr geringe Saisonalität auf. So betreffen beispielsweise bei zooplus rund 85 % der Gesamtnachfrage den Bereich Futtermittel, was dazu führt, dass aus Sicht des Konzerns eine überdurchschnittlich stabile mittel- und langfristige Nachfragestruktur existiert.

Entwicklung des Online-Handels

Von entscheidender Bedeutung aus Konzernsicht ist vor allem die Entwicklung des Internets als Vertriebskanal für Heimtierprodukte. Grundvoraussetzung des europäischen Online-Handels im Endkundenbereich ist der schnelle und zuverlässige Internetzugang für breite Schichten der Bevölkerung. Dies ist vor allem getrieben durch die Verfügbarkeit schneller und zuverlässiger stationärer wie zunehmend auch mobiler Internetzugänge. Als Folge dessen ist die Zahl der Internetnutzer in den vergangenen Jahren stark gestiegen. Dies wiederum führt dazu, dass im Zusammenhang mit der verstärkten Nutzung des Internets das allgemeine Interesse und die Aktivität im Bereich Online-Handel deutlich zugenommen haben. zooplus bietet seinen Kunden Zugang zu den Websites über Desktop, Tablet, Mobiltelefon oder eine eigene zooplus-App an.

E-Commerce als ein immer wichtiger werdender Vertriebskanal des Handels hat in den letzten Jahren stark an Bedeutung gewonnen. Gemäß Veröffentlichungen des Handelsverbands Deutschland werden die B2C-E-Commerce-Umsätze in Deutschland im Jahr 2018 rund 53,4 Mrd. EUR (Vorjahr 48,7 Mrd. EUR) betragen, was einer Steigerung von 10% gegenüber dem Vorjahr entspricht. Gerade im Hinblick auf die inhärenten Vorteile des Online-Handels gegenüber bestehenden stationären Handelskonzepten bezüglich Sortimentsbreite und Einkaufskomfort sowie Preisattraktivität scheint ein weiteres Wachstum des Online-Handels in Europa mehr als wahrscheinlich. Darüber hinaus unternehmen die Logistikdienstleister und Paketversender erhebliche Anstrengungen, um die Zustellqualität an die Endkunden weiter zu verbessern und zu flexibilisieren. Auch dies wird das Wachstum des Online-Markts zusätzlich unterstützen. Unabhängige Marktbeobachter wie Statista gehen deshalb auch davon aus, dass der Online-Handel in den kommenden Jahren weiterhin jährliche Zuwachsraten im zweistelligen Prozentbereich erreichen wird.

Im Bereich Heimtier ist jedoch im Vergleich zu anderen Produktkategorien der Anteil über das Internet verkaufter Artikel noch relativ gering und signifikant durch die von zooplus in den europäischen Märkten erzielten Umsätze bestimmt. Nach internen Schätzungen geht der Vorstand davon aus, dass bislang nur rund 10% des gesamten europäischen Heimtiermarkts auf den Vertriebskanal Internet entfallen.

zooplus ist deshalb als Marktführer sehr gut positioniert, um von diesen nachhaltigen Verschiebungen der existierenden Vertriebs- und Handelsstrukturen zukünftig weiter zu profitieren.

iv. Wettbewerbsposition

Vorsprung gegenüber Online-Wettbewerbern

Generell gelten im Bereich Internet niedrigere Markteintrittsbarrieren als im stationären Handel. zooplus ist deshalb im europäischen Markt neben internationalen (Online-)Retailern wie Amazon mit einer Vielzahl von meist regional tätigen Online-Anbietern im Bereich Heimtierbedarf konfrontiert. Zunehmend bauen aber auch größere stationäre Händler ihre Infrastrukturen

für den Online-Vertrieb aus bzw. dehnen andere lokale Online-Händler ihre Präsenz auf weitere Länder aus, die im direkten Wettbewerb zu zooplus stehen.

Im Gegensatz zu diesen beiden Gruppen ist zooplus jedoch strukturell in Bezug auf Größe und europäische Marktführerschaft in der Lage, mittelfristig entscheidende Vorteile aus Skalen- und Effizienzeffekten zu ziehen, welche existierenden kleineren Anbietern nicht in gleichem Maße möglich sind. Dieser strukturelle Vorsprung in Bereichen wie Einkauf, Eigenmarkenentwicklung, Logistik, Technologie, Kundenservice und Marketing ist entscheidend dafür, dass zooplus sich im Wettbewerb gut positioniert sieht. Hinzu kommen weitere relative Vorteile in Bezug auf Markenbekanntheit und Finanzstärke des Konzerns.

Vorteile gegenüber dem stationären Wettbewerb

Basis des zooplus-Geschäftsmodells ist eine schlanke, technologisch effiziente und skalierbare Wertschöpfungskette in Verbindung mit einem überzeugenden Einkaufserlebnis in Bezug auf Auswahl, Preis und Komfort, insbesondere bequemer Lieferung nach Hause.

zooplus unterhält keine Filialgeschäfte, sondern ist in der Lage, aus nunmehr 13 Fulfillmentcentern Kunden in ganz Europa mit einem gegenüber dem stationären Handel deutlich größeren Sortiment zu bedienen. Gleichzeitig erlauben die zentralisierte Struktur des Konzerns und damit einhergehende Effizienzvorteile in Verbindung mit weitgehend automatisierten Geschäftsprozessen, bestimmte aus dem Größenunterschied resultierende Nachteile gegenüber größeren stationären Fachhandelsketten, etwa im Produkteinkauf, zu kompensieren. zooplus geht davon aus, bereits heute Kostenführer im Online-Handel für Heimtierbedarf zu sein.

Ziel von zooplus ist und bleibt es, seine führende Stellung im Online-Bereich zu festigen und auszubauen sowie gleichzeitig seine Position im Gesamtmarkt online und stationär weiter zu verbessern und dabei vom weiteren substantziellen Wachstum des Online-Handels signifikant zu profitieren.

v. Konzernstruktur

Der Vollkonsolidierungskreis des Konzerns umfasst zum 30. September 2018 die zooplus AG, München, sowie die folgenden Tochtergesellschaften:

Tochtergesellschaft	Kapitalanteil	Geschäftstätigkeit
MATINA GmbH, München, Deutschland	100 %	Eigenmarken- geschäft
BITIBA GmbH, München, Deutschland	100 %	Zweitmarken- geschäft
zooplus services Ltd., Oxford, Großbritannien	100 %	Servicegesellschaft Großbritannien
zooplus italia s.r.l., Genua, Italien	100 %	Servicegesellschaft Italien
zooplus polska Sp. z o.o., Krakau, Polen	100 %	Servicegesellschaft Polen
zooplus services ESP S.L., Madrid, Spanien	100 %	Servicegesellschaft Spanien
zooplus france s.a.r.l., Straßburg, Frankreich	100 %	Servicegesellschaft Frankreich
zooplus Nederland B.V., Tilburg, Niederlande	100 %	Servicegesellschaft Niederlande
zooplus Austria GmbH, Wien, Österreich	100 %	Servicegesellschaft Österreich
zooplus Pet Supplies Import and Trade Ltd., Istanbul, Türkei	100 %	Vertriebsgesellschaft Türkei
Tifuve GmbH, München, Deutschland	100 %	Ruhende Gesellschaft
zooplus EE TOV, Kiew, Ukraine	100 %	Ruhende Gesellschaft
zooplus d.o.o., Zagreb, Kroatien	100 %	Ruhende Gesellschaft

Seit Beginn des Geschäftsjahres werden in den Konzernabschluss erstmals die

- im zweiten Quartal 2011 gegründete 100 %ige Tochtergesellschaft zooplus EE TOV, Kiew, Ukraine, mit einem Stammkapital von 10 TEUR;
- im Februar 2013 gegründete 100 %ige Tochtergesellschaft zooplus d.o.o., Zagreb, Kroatien, mit einem Stammkapital von 3 TEUR;
- im Mai 2013 gegründete 100 %ige Tochtergesellschaft Tifuve GmbH, München, Deutschland, mit einem Stammkapital von 25 TEUR einbezogen.

Die zooplus AG wurde in den ersten neun Monaten des Jahres 2018 bzw. zum 30. September 2018 von den folgenden Vorständen geleitet:

- Dr. Cornelius Patt, Vorstandsvorsitzender (Unternehmensführung, Gesamtverantwortung Business Development & Systementwicklung, IT, Logistik, Supply Chain Management und Human Resources)
- Andrea Skersies (Sales & Marketing, Category Management)
- Andreas Grandinger (Finanzen, Controlling, Recht, Investor Relations, Revision, Einkauf)

Gemäß Veröffentlichung der zooplus AG vom 8. Oktober 2018 wird Frau Skersies zum 30. November 2018 aus dem Vorstand ausscheiden. Ab dem 1. Dezember 2018 wird Florian Welz (39) den Vorstand der zooplus AG verstärken und zukünftig für die Bereiche Vendor Management (Einkauf / Category Management) und Vertrieb verantwortlich sein. Zugleich wird der Bereich Logistik künftig unter Dr. Mischa Ritter (44) ein eigenständiger Vorstandsbereich.

Der Vorstand wird durch den Aufsichtsrat beraten und kontrolliert. In den ersten neun Monaten des Jahres 2018 bzw. zum 30. September 2018 gehörten diesem Gremium folgende Mitglieder an:

- Christian Stahl (Vorsitzender des Aufsichtsrats), Partner und Geschäftsführer von Amlon Capital LLP, London, Vereinigtes Königreich
- Moritz Greve (Stellvertreter des Vorsitzenden), Partner und Geschäftsführer der Maxburg Capital Partners GmbH, München
- Karl-Heinz Holland, selbstständiger Unternehmensberater, Oberstenfeld
- Ulric Jerome, Director der MatchesFashion Limited (MatchesFashion.com), London, Vereinigtes Königreich
- Henrik Persson, Gründer und Manager der Sprints Capital Management Ltd., London, Vereinigtes Königreich
- Dr. Norbert Stoeck, selbstständiger Unternehmensberater, München

b. Unternehmensstrategie – nachhaltiges und profitables europaweites Wachstum

Ziel des Konzerns ist es, die bestehende Marktführerschaft im europäischen Online-Heimtierhandel im Bezug auf Umsatzerlöse zu behaupten, weiter auszubauen und damit das mittel- und langfristige Ertragspotenzial des Unternehmens deutlich zu steigern. Aus Sicht des Unternehmens bieten das Internet wie auch der Internet-handel in Europa weiterhin exzellente Wachstumsmöglichkeiten. Es gilt deshalb, den Konzern bereits heute so zu positionieren und die dabei notwendigen Strukturen zu schaffen, dass mittel- und langfristig und resultierend aus kritischer Größe und Marktführerschaft signifikant positive Renditen erzielt werden können.

Vor diesem Hintergrund stehen folgende Ziele im Mittelpunkt des Handelns:

- kontinuierliches Wachstum der Umsatzerlöse in allen europäischen Märkten
- weitere Durchdringung bestehender Landesmärkte
- Sicherung und Ausbau der Marktführerschaft im Bezug auf Umsatzerlöse
- Ausbau der Kundenbasis und Sicherung der hohen Kundenloyalität in allen europäischen Märkten
- weitere Verbesserung der Gesamtkostenquote

Oberste Priorität hat die Erzielung eines weiterhin hohen Wachstums zum Ausbau der Marktführerposition und als Basis für weitere Verbesserungen der Kosteneffizienz in Verbindung mit einer nachhaltigen operativen Profitabilität. Vor dem Hintergrund der exzellenten Wachstumsmöglichkeiten des Konzerns in ganz Europa erachtet das Management diese Strategie im Sinne einer langfristigen Unternehmenswertsteigerung auch für die kommenden Quartale bzw. Jahre für sinnvoll.

In allen Bereichen erfolgen die Steuerung und Kontrolle der Zielvorgaben über Kennzahlen, die regelmäßig überprüft und gegebenenfalls kurz- und mittelfristig angepasst und modifiziert werden können. Das Unternehmen legt dabei besonderen Wert auf eine klare Kommunikation der Unternehmensziele gegenüber Mitarbeitern und der Öffentlichkeit.

Die Mitarbeiter sind für zooplus ein entscheidender Erfolgsfaktor. Durch regelmäßig durchgeführte interne Mitarbeiterschulungen sowie die Teilnahme zahlreicher Mitarbeiter an externen Fortbildungsveranstaltungen konnten die Arbeitsqualität und das Wertschöpfungspotenzial unserer Belegschaft weiter erhöht werden.

c. Technologie und Entwicklung

zooplus versteht sich in erster Linie als technologieorientierter Internethandelskonzern. Die Neu- und Weiterentwicklung der Kernprozesse und wichtigsten Systeme unseres Geschäftsmodells werden hierbei hauptsächlich intern initiiert und vorangetrieben. Externe Partner werden dann herangezogen, wenn diese internes Know-how und Umsetzungskapazität sinnvoll ergänzen können.

Selbst erstellte Systeme und hochspezifische Softwarelösungen in allen wichtigen Unternehmensbereichen trugen in den letzten Jahren entscheidend zum Erfolg der zooplus AG sowie des zooplus-Konzerns bei und werden aus heutiger Sicht auch in Zukunft wesentlicher Baustein zur Erreichung der Unternehmensziele sein. Um der Bedeutung der internen Systeme noch stärker Rechnung zu tragen, die Produktqualität weiter zu verbessern und entsprechende interne Prozesse und Algorithmen zu optimieren, investiert zooplus aktuell verstärkt in den Aufbau zusätzlicher IT-Softwareentwicklungskapazitäten. Die Eigenentwicklungen werden durch marktgängige Standardsysteme ergänzt, um den spezifischen Anforderungen des Konzerns jederzeit gerecht werden zu können.

B. Ertrags-, Vermögens- und Finanzlage

a. Finanzielle und nichtfinanzielle Leistungsindikatoren

i. Finanzielle Leistungsindikatoren

Gradmesser für das Wachstum und den Geschäftserfolg des Konzerns sind die Umsatzerlöse. Ergebniskerngröße, die den Erfolg des Konzerns misst, ist das Ergebnis vor Steuern (EBT).

Zur weiteren Steuerung und Überwachung der Ertragssituation analysiert der zooplus-Konzern im Wesentlichen die Rohmarge, Aufwendungen der Warenabgabe und Aufwendungen für Werbung.

Die Leistungsindikatoren der Vermögenslage spiegeln sich in der Eigenkapitalquote wider. Die Kennzahlen werden nach IFRS und auf Konzernebene ermittelt.

ii. Nichtfinanzielle Leistungsindikatoren

Neben den finanziellen Leistungsindikatoren nutzt der Konzern auch nichtfinanzielle Leistungsindikatoren zur Steuerung. Zur wesentlichen Kerngröße zählt die Marktführerschaft im Online-Segment in Bezug auf Umsatzerlöse für Heimtierbedarf in Europa.

Darüber hinaus sind die Wiederkaufrate (wiederkehrende Umsatzerlöse im Geschäftsjahr von Neu- und Bestandskunden des Vorjahres in Relation zu den Umsatzerlösen des Vorjahres) und die Anzahl der Neukunden wesentliche Kerngrößen, welche das nachhaltige Wachstum der zooplus AG beeinflussen und im Fokus der Unternehmenssteuerung stehen.

b. Geschäftsentwicklung 9M/2018

i. Konjunktur und Gesamtmarkt

Es besteht das Risiko, dass die Effekte der Euroschuldenkrise sowie Währungskursrisiken inner- und außerhalb Europas signifikanten negativen Einfluss auf die europäische Realwirtschaft nehmen könnten. Darüber hinaus ist derzeit nicht klar, welche zusätzlichen Risiken sich aus dem Brexit-Votum sowie dessen Folgeeffekten ergeben könnten. Vor dem Hintergrund dieser Risiken sowie zusätzlicher weltpolitischer Stabilitätsrisiken ist eine rückläufige Konjunkturentwicklung nicht auszuschließen, die in Zukunft auch das Geschäft der zooplus AG beeinflussen könnte. Weiterhin ist aktuell nicht abzusehen, wie sich protektionistische Tendenzen auf den internationalen Warenverkehr und damit das allgemeine Wirtschaftswachstum und die Kaufkraft der Konsumenten auswirken. Einen wesentlich bedeutenderen Einflussfaktor, im Vergleich zur obigen Makro Betrachtung, stellt jedoch aus Sicht des Managements die Entwicklung des spezifischen Branchen- und Online-Handelsumfelds der zooplus AG in den jeweiligen Einzelmärkten dar.

ii. Entwicklung des zooplus-Konzerns im Berichtszeitraum

In den ersten neun Monaten 2018 konnte ein Anstieg der Umsatzerlöse um 23 % im Vergleich zum Vorjahr erzielt werden. Somit konnte in einem weiterhin sehr wettbewerbsintensiven Marktumfeld der im Zentrum der Unternehmensstrategie stehende Wachstumskurs fortgesetzt und die Position als europäischer Marktführer im Online-Handel für Heimtierprodukte gefestigt werden. Darüber hinaus konnte die Anzahl der registrierten Neukunden im dritten Quartal gegenüber dem Vorquartal deutlich gesteigert werden. Die Kennziffer zur Messung der Kundenloyalität konnte nochmals gesteigert werden und bewegt sich mit nunmehr 95 % (wechselkursbereinigt) auf einem Rekordniveau.

Die Rohmarge (Umsatzerlöse minus Materialaufwand) ist aufgrund von Umgliederungseffekten bedingt durch die verpflichtende Anwendung des IFRS 15 ab dem 1. Januar 2018 nicht direkt mit der Rohmarge des Vorjahres zu vergleichen. Während in den Vorjahren die Erträge aus Vermarktungsleistungen in Form von Werbekostenzuschüssen von Lieferanten noch innerhalb der sonstigen betrieblichen Erträge ausgewiesen wurden, erfolgt seit dem 1. Januar 2018 eine direkte Verrechnung der Erträge aus Vermarktungsleistungen mit dem Materialaufwand in Form einer Reduktion des Materialaufwands. Folglich erhöht sich ab dem 1. Januar 2018 die Rohmarge im Vergleich zum Vorjahr bei gleichzeitiger Reduktion der sonstigen betrieblichen Erträge.

Bei rechnerischer Berücksichtigung der Erträge aus Vermarktungsleistungen im Materialaufwand zur Herstellung der Vergleichbarkeit für den Vorjahreszeitraum ergäbe sich ein Rückgang der Rohmarge um 0,4 %-Punkte auf 28,0 % in den ersten neuen Monaten 2018 gegenüber 28,4 % für den Zeitraum der ersten neun Monate 2017. Allerdings konnte die im zweiten Quartal 2018 bereits verzeichnete Stabilisierung der Rohmarge auch im dritten Quartal fortgesetzt werden und gegenüber dem zweiten Quartal von 28,3 % auf 28,6 % im dritten Quartal 2018 erhöht werden.

Neben der Entwicklung der Rohmarge führten insbesondere Effizienzverbesserungen im gesamten Logistiknetzwerk zu einer Verbesserung des EBT um 5,3 Mio. EUR im dritten Quartal gegenüber dem im zweiten Quartal 2018 erzielten EBT. In den ersten neun Monaten wurde ein EBT von –7,6 Mio. EUR gegenüber 4,2 Mio. EUR im Vergleichszeitraum 2017 erzielt.

Auf Basis der Geschäftsentwicklung in den ersten neun Monaten 2018 bestätigt der Vorstand die Prognose für das Gesamtjahr 2018 mit einem Wachstum der Umsatzerlöse in Höhe von 21 % bis 23 % sowie einer EBT-Marge im Bereich von +0,5 % bis –0,5 %, bezogen auf die Umsatzerlöse.

c. Ertragslage

i. Entwicklung der Umsatzerlöse und Erträge

zooplus konnte auch in den ersten neun Monaten 2018 die Umsätze mit einem Wachstum von 22,6% gegenüber dem Vorjahreszeitraum deutlich steigern. Die Umsatzerlöse stiegen in den ersten neun Monaten 2018 auf 973,8 Mio. EUR gegenüber 794,5 Mio. EUR im Vergleichszeitraum 2017.

Wesentliche Ursache für diese Entwicklung war neben der Vergrößerung der Kundenbasis in allen geographischen Märkten des Konzerns, verbunden mit zweistelligen Wachstumsraten in allen 30 Ländermärkten, ein Wachstum sowohl im Bestandskunden- als auch im Neukundengeschäft.

Die hohe Loyalität der Bestandskunden sorgte dafür, dass die umsatzbezogene Wiederkaufrate mit 95 % (wechselkursbereinigt) ein neues Rekordniveau erreichte. Dies unterstreicht einmal mehr die große Nachhaltigkeit des Geschäftsmodells.

Die Umsatzerlöse spiegeln den reinen Warenverkauf wider. Das Geschäft mit Heimtierbedarfsartikeln ist kaum saisonal geprägt. Insgesamt zeigt sich in der Entwicklung der Umsatzerlöse deutlich, dass zooplus als Marktführer im Online-Handel von einer Migration der Nachfrage weg von klassischen Absatzkanälen im stationären Handel hin zum Online-Handel überproportional

profitiert. Mit weiterhin zweistelligen Wachstumsraten in allen nationalen Märkten ist die strategische Marktposition sehr gefestigt und bildet eine gute Basis für weiteres Wachstum.

Die beschriebenen Anpassungen aufgrund der Neuregelungen des IFRS 15 führten zu einer starken Reduktion der sonstigen betrieblichen Erträge auf 6,1 Mio. EUR in den ersten neun Monaten 2018 gegenüber 39,9 Mio. EUR in den ersten neun Monaten 2017. Erträge aus Vermarktungsleistungen in Form von Werbekostenzuschüssen betrugen in den ersten neun Monaten insgesamt 37,3 Mio. EUR (9M/2017: 32,5 Mio EUR) und werden gegenüber den Vorjahren mit dem Materialaufwand verrechnet. Die sonstigen betrieblichen Erträge enthalten sonstige Erlöse sowie Erträge aus Fremdwährungsgewinnen.

zooplus fokussiert sich deutlich stärker auf eine Intensivierung des Ausbaus und der Verbesserung der eigenentwickelten Softwareplattform. Die Erhöhung der internen Kapazitäten für Softwareentwicklung und die daraus resultierenden geleisteten Entwicklungsarbeiten führten zu einer Aktivierung von selbst erstellten immateriellen Vermögensgegenständen und daraus resultierenden aktivierten Eigenleistungen in Höhe von 2,3 Mio. EUR.

ii. Aufwandsposten

Materialaufwand

Der Materialaufwand in den ersten neun Monaten 2018 ist aufgrund von Umgliederungseffekten bedingt durch die verpflichtende Anwendung des IFRS 15 ab dem 1. Januar 2018 nicht direkt mit dem Vorjahreszeitraum zu vergleichen. Während in den Vorjahren die Erträge aus Vermarktungsleistungen in Form von Werbekostenzuschüssen von Lieferanten noch innerhalb der sonstigen betrieblichen Erträge ausgewiesen wurden, erfolgt seit dem 1. Januar 2018 eine direkte Verrechnung der Erträge aus Vermarktungsleistungen mit dem Materialaufwand in Form einer Reduktion des Materialaufwands. Folglich erhöht sich ab dem 1. Januar 2018 die Rohmarge im Vergleich zum Vorjahr bei gleichzeitiger Reduktion der sonstigen betrieblichen Erträge.

Bei rechnerischer Berücksichtigung der Erträge aus Vermarktungsleistungen im Materialaufwand zur Herstellung der Vergleichbarkeit für den Vorjahreszeitraum ergäbe sich ein Rückgang der Rohmarge um 0,4 % auf 28,0 % in den ersten neun Monaten 2018 gegenüber 28,4 % für den Vergleichszeitraum. Dies resultiert aus einer Materialaufwandsquote in Höhe von 72,0 % der Umsatzerlöse für die ersten neun Monate 2018 sowie einer für Vergleichszwecke rechnerisch angepassten Materialaufwandsquote von 71,6 % für den Zeitraum der ersten neun Monate 2017. Die Entwicklung der Rohmarge ist das Ergebnis eines weiterhin sehr wettbewerbsintensiven Umfelds in der Kategorie Heimtierbedarf sowie von Preiserhöhungen der Lieferanten. zooplus konnte jedoch im zweiten und dritten Quartal 2018 durch gezielte Maßnahmen im Pricing sowie durch Verbesserungen in den Lieferantenkonditionen eine Stabilisierung der Rohmarge erzielen. So konnte die Rohmarge gegenüber dem ersten Quartal 2018 von 27,1 % auf 28,6 % im dritten Quartal 2018 erhöht werden.

Aufwendungen für Leistungen an Arbeitnehmer (Personalaufwand)

Die Leistungen an Arbeitnehmer stiegen von 26,0 Mio. EUR in den ersten neun Monaten 2017 auf 34,7 Mio. EUR in den ersten neun Monaten 2018. Dies entspricht einer gegenüber dem Vorjahr um 0,3 Prozentpunkte erhöhten Personalaufwandsquote auf 3,6 % (bezogen auf die Umsatzerlöse).

Aufwendungen für Abschreibungen

Der Aufwand für planmäßige Abschreibungen erhöhte sich in den ersten neun Monaten 2018 auf 6,6 Mio. EUR gegenüber 3,1 Mio. EUR im Vergleichszeitraum 2017. Der Anstieg resultiert im Wesentlichen aus Abschreibungen, bedingt durch den Zugang und die Aktivierung von Sachanlagen in Folge von Finanzierungsleasing im Zusammenhang mit der Verlängerung des Lagerlogistikvertrags in Tilburg, Niederlande, sowie den als Finanzierungsleasing klassifizierten Verträgen der neu im dritten Quartal 2018 in Betrieb genommenen Logistiklager in Krosno Odrzanskie, Polen, sowie Cabanillas del Campo, Spanien.

Sonstige Aufwendungen

Die sonstigen Aufwendungen erhöhten sich im Berichtszeitraum für die ersten neun Monaten 2018 gegenüber dem Vorjahreszeitraum von 199,8 Mio. EUR auf 247,0 Mio. EUR. Bestandteil der sonstigen Aufwendungen sind im Wesentlichen Aufwendungen der Warenabgabe, Aufwendungen für Werbung sowie Aufwendungen des Zahlungsverkehrs. Ihr prozentualer Anteil, bezogen auf die Umsatzerlöse des Konzerns, erhöhte sich von 25,1 % auf 25,4 %. Ursächlich für diese Veränderung sind im Wesentlichen die in der zweiten Jahreshälfte 2017 eingeleiteten und auch in 2018 weiterhin fortgesetzten erhöhten Aufwendungen zur Neukundenakquisition.

Aufwendungen für Warenabgabe

Die Aufwendungen für Warenabgabe erreichten in den ersten neun Monaten 2018 ein Niveau von 19,8 %, bezogen auf die Umsatzerlöse, gegenüber 19,7 % im Vorjahreszeitraum. Gegenüber der Entwicklung im ersten Halbjahr 2018 konnten im dritten Quartal 2018 signifikante Effizienzverbesserungen innerhalb des gesamten Logistiknetzwerks erzielt werden. Dies resultiert in einer Verbesserung der Aufwendungen für Warenabgabe im Verhältnis zu den Umsatzerlösen gegenüber dem ersten und zweiten Quartal 2018.

Demgegenüber stehen Anlaufkosten im Zusammenhang mit der im zweiten Quartal erfolgten Inbetriebnahme der neuen, deutlich vergrößerten Logistikkapazitäten in Coventry, Vereinigtes Königreich, sowie dem weiteren Ausbau der Logistikkapazitäten in Polen und Spanien im dritten Quartal 2018.

Im Zusammenhang mit der Aktivierung von Sachanlagen infolge von Finanzierungsleasing werden Aufwendungen für Logistikdienstleistungen in Höhe von 3,6 Mio. EUR als Abschreibungen klassifiziert und auch innerhalb der Abschreibungen ausgewiesen sowie 0,3 Mio. EUR als Zinsaufwendungen klassifiziert und im Finanzergebnis ausgewiesen. Im Vergleichszeitraum 2017 wurden Logistikaufwendungen in Höhe von 1,6 Mio. EUR als Abschreibungen sowie 0,2 Mio. EUR als Zinsaufwendungen klassifiziert und im Finanzergebnis ausgewiesen.

Aufwendungen für Werbung

Der Anstieg der Aufwendungen für Werbung im Verhältnis zu den Umsatzerlösen von 1,7 % in den ersten neun Monaten 2017 auf 2,0 % im gleichen Zeitraum 2018 spiegelt den vom Vorstand eingeschlagenen Kurs, in die nachhaltige Neukundenakquisition und den Ausbau der Marktposition verstärkt zu investieren, wider. Die Anzahl der registrierten Neukunden hat sich gegenüber dem zweiten Quartal deutlich erhöht.

Trotz des Anstiegs der Aufwendungen für Werbung ist die insgesamt weiterhin sehr niedrige Quote für Marketingaufwendungen zusammen mit einem sehr hohen Kundenloyalitätswert einmal mehr ein Indiz für die große Effizienz des Marketingsansatzes und die europaweit überaus hohe Kundenzufriedenheit mit dem Produktangebot von zooplus.

Die umsatzbezogene Wiederkauftrate liegt nunmehr mit 95 % (wechsellkursbereinigt) auf Rekordniveau.

Aufwand für Kosten des Zahlungsverkehrs

Im Bereich Zahlungsverkehr betrugen die Gesamtkosten in den ersten neun Monaten des laufenden Geschäftsjahres 10,4 Mio. EUR gegenüber 8,0 Mio. EUR im Vorjahreszeitraum. Sie liegen mit einem anteiligen Verhältnis in Höhe von 1,1 % der Umsatzerlöse leicht über dem Niveau des Vorjahres.

Sonstige Aufwendungen

Die zusätzlich zu den oben geschilderten Bereichen Warenabgabe, Werbung und Zahlungsverkehr anfallenden Aufwendungen umfassten im Berichtszeitraum vor allem die Bereiche Kundenservice, Raumkosten, allgemeine Verwaltungskosten, Technologie und sonstige im Rahmen der normalen Geschäftstätigkeit angefallene Aufwendungen. Sie erreichten in den ersten neun Monaten ein Niveau von 2,5 % der Umsatzerlöse gegenüber 2,7 % im Vergleichszeitraum 2017.

iii. Ergebnisentwicklung

zooplus erzielte in den ersten neun Monaten 2018 ein Ergebnis vor Steuern (EBT) in Höhe von – 7,6 Mio. EUR nach 4,2 Mio. EUR im Vorjahreszeitraum. Eine Stabilisierung der Rohmarge im zweiten und dritten Quartal 2018 sowie Effizienzverbesserungen im Logistiknetzwerk führten zu einer signifikanten Verbesserung des EBT im dritten Quartal 2018. Insgesamt ist das EBT in den ersten neun Monaten durch den Ausbau und die Optimierung der Logistik sowie weiteres Wachstum in einem Gesamtmarkt mit überaus großem Marktpotenzial belastet.

Darüber hinaus wurde ein Konzernergebnis von – 5,7 Mio. EUR (Vorjahr: 2,0 Mio. EUR) erzielt. Das Gesamtergebnis differiert um die Hedge Reserve von 0,7 Mio. EUR und den Unterschied aus der Währungsumrechnung von – 1,0 Mio. EUR zum Konzernergebnis und beträgt – 6,0 Mio. EUR (Vorjahr: – 0,4 Mio. EUR).

d. Vermögenslage

Die langfristigen Vermögenswerte beliefen sich zum 30. September 2018 auf insgesamt 63,1 Mio. EUR gegenüber 28,1 Mio. EUR Ende des Jahres 2017. Der Anstieg ist im Wesentlichen bedingt durch die Aktivierung von Sachanlagen im Zusammenhang mit Finanzierungsleasing in Tilburg, Niederlande, aufgrund der Verlängerung des Lagerlogistikvertrags sowie den als Finanzierungsleasing klassifizierten Verträgen der neu im dritten Quartal 2018 in Betrieb genommenen Logistiklager in Krosno Odrzanskie, Polen, sowie Cabanillas del Campo, Spanien.

Der dazugehörige Nettobuchwert sämtlicher Finanzierungsleasingobjekte beträgt zum 30. September 2018 insgesamt 42,3 Mio. EUR gegenüber 11,0 Mio. EUR zum 31. Dezember 2017.

Innerhalb der kurzfristigen Vermögenswerte reduzierten sich die Vorräte gegenüber Ende 2017 von 104,5 Mio. EUR auf 89,7 Mio. EUR zum 30. September 2018. Der Rückgang ist auf die Reduktion der Lagerreichweiten bei gleichbleibend hoher Produktverfügbarkeit zurückzuführen.

Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen erreichten zum 30. September 2018 einen Saldo von 31,5 Mio. EUR (Vorjahr: 26,4 Mio. EUR).

Der Rückgang der sonstigen kurzfristigen Vermögensgegenstände von 27,5 Mio. EUR zum Jahresende 2017 auf 20,6 Mio. EUR zum 30. September 2018 ist im Wesentlichen bedingt durch die verpflichtenden Umgliederungen gemäß den ab 1. Januar 2018 anzuwendenden Regelungen des IFRS 15. Sonstige Forderungen gegenüber Lieferanten aus Werbekostenzuschüssen in Höhe von 13,0 Mio. EUR werden nunmehr als Vertragsvermögenswerte klassifiziert und in dem eigenständigen Bilanzposten Vertragsvermögenswerte ausgewiesen.

Darüber hinaus verzeichneten die liquiden Mittel gegenüber dem Vorjahreswert von 51,2 Mio. EUR einen Anstieg um 10,0 Mio. EUR auf 61,2 Mio. EUR zum 30. September 2018. Der Anstieg ist im Wesentlichen bedingt durch den gestiegenen positiven Cashflow aus der operativen Geschäftstätigkeit in den ersten neun Monaten 2018.

Das Eigenkapital betrug zum 30. September 2018 insgesamt 107,0 Mio. EUR gegenüber 111,4 Mio. EUR zum Ende des Jahres 2017. Der Rückgang resultiert im Wesentlichen aus dem reduzierten Konzernergebnis in den ersten neun Monaten 2018. Die Eigenkapitalquote zum 30. September 2018 beträgt 38,1 % und liegt damit im Plankorridor der Gesellschaft.

Die Erhöhung der langfristigen und kurzfristigen Leasingverbindlichkeiten zum 30. September 2018 gegenüber dem Vorjahresende resultiert aus der Klassifizierung von Sachanlagen als Finanzierungsleasing im Zusammenhang mit der Vertragsverlängerung des Lagerlogistikvertrags in Tilburg, Niederlande sowie den als Finanzierungsleasing klassifizierten Verträgen der neu im dritten Quartal 2018 in Betrieb genommenen Logistiklager in Krosno Odrzanskie, Polen sowie Cabanillas del Campo, Spanien. Darüber hinaus bestehen zukünftige Leasingzahlungen im Zusammenhang mit Leasingobjekten im Fulfillmentcenter in Breslau, Polen. Insgesamt wird ein Anteil in

Höhe von 8,0 Mio. EUR als kurzfristige Leasingverbindlichkeiten bilanziert.

Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen erhöhten sich zum 30. September 2018 auf 91,0 Mio. EUR gegenüber 78,1 Mio. EUR zum Jahresende 2017. Die sonstigen Verbindlichkeiten betreffen im Wesentlichen Umsatzsteuerverbindlichkeiten.

Gemäß den ab 1. Januar 2018 anzuwendenden Regelungen des IFRS 15 werden nunmehr Geschäftsvorfälle, welche im Vorjahr als sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten, Rückstellungen bzw. als passive Abgrenzungen erfasst wurden ab dem Geschäftsjahr 2018 in dem eigens dafür vorgesehenen Bilanzposten „Vertragsverbindlichkeiten“ ausgewiesen. Hierbei handelt es sich um Vertragsverbindlichkeiten aus erhaltenen Anzahlungen und Rückerstattungen an Kunden, aus Kundenbindungsprogrammen, Verkaufsgutscheinen, Kundenretouren sowie gültige Sparpläne von Kunden. Ein entsprechender Rückgang liegt zum 30. September 2018 bei den sonstigen kurzfristigen Verbindlichkeiten, den sonstigen Rückstellungen sowie passiven Abgrenzungen vor.

Insgesamt betrug die Bilanzsumme des Unternehmens damit 281,0 Mio. EUR zum Ende des Berichtszeitraums gegenüber 239,5 Mio. EUR zum 31. Dezember 2017.

e. Finanzlage

Der positive Cashflow aus der laufenden Geschäftstätigkeit belief sich für die ersten neun Monate 2018 auf insgesamt 20,4 Mio. EUR gegenüber 1,5 Mio. EUR im Vergleichszeitraum 2017. Entscheidende Einflussfaktoren sind hierbei der Rückgang der Vorräte sowie weitere Verbesserungen in der Entwicklung des Working Capitals.

Der negative Cashflow aus Investitionstätigkeit (–6,1 Mio. EUR in den ersten neun Monaten 2018 gegenüber –5,3 Mio. EUR im Vergleichszeitraum 2017) ist beeinflusst durch Investitionen in Hard- und Softwarekomponenten in Form von Anschaffung und Investitionen in selbst erstellte immaterielle Vermögensgegenstände sowie Geschäfts- und Betriebsausstattung.

Der Cashflow aus Finanzierungstätigkeit (–3,8 Mio. EUR in den ersten neun Monaten 2018 gegenüber 0,6 Mio. EUR im Vergleichszeitraum 2017) betrifft im Wesentlichen die Tilgung der Finanzierungsleasingverbindlichkeiten in Höhe von –3,5 Mio. EUR sowie gezahlte Zinsen.

Insgesamt unterliegt zooplus als Handelskonzern deutlichen Volatilitäten in bilanz- und cashflowrelevanten Größen wie Lagerbestand, Verbindlichkeiten oder Umsatzsteuer. Dies führt zu einer im Vergleich zu den dargestellten Ergebnisgrößen deutlich höheren Fluktuation dieser Werte im Jahresverlauf.

Die Gesamtentwicklung der Liquidität im Jahresverlauf war hauptsächlich Resultat des starken Wachstums der Gesellschaft und der Veränderungen im Working Capital.

Die verfügbare Liquidität aus den dem Konzern zur Verfügung stehenden Kreditlinien war zu jedem Zeitpunkt höher, als es für die Sicherung des Geschäftsbetriebs nötig gewesen wäre. zooplus konnte in den ersten neun Monaten des laufenden Geschäftsjahres zu jedem Zeitpunkt alle Zahlungsverpflichtungen erfüllen.

f. Gesamtaussage zur wirtschaftlichen Lage

Mit einem Wachstum der Umsatzerlöse um 23 % in einem sehr wettbewerbsintensiven Marktumfeld sowie einer sehr hohen Kundenloyalität in Form der Kennzahl zur Messung der Wiederkauftrate mit einem Rekordwert von 95 % (wechselkursbereinigt) können die ersten neun Monate als positiv in Bezug auf die Umsatzentwicklung und die weitere langfristige Entwicklung von zooplus beurteilt werden. Hervorzuheben sind darüber hinaus im dritten Quartal 2018 die weitere Stabilisierung der Rohmarge bei gleichzeitigem Anstieg des Wachstums der registrierten Neukunden und Effizienzverbesserungen

innerhalb des gesamten Logistiknetzwerks, was folglich zu einer deutlichen Verbesserung im EBT führte. Das hohe Wachstum konnte abermals vollständig aus dem operativen Cashflow finanziert werden.

2. Nachtragsbericht

Nach Ablauf der ersten neun Monate des Jahres 2018 sind keine Vorgänge von besonderer Bedeutung eingetreten, die Auswirkungen auf die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage haben.

3. Prognose-, Risiko- und Chancenbericht

A. Prognosebericht

Die konjunkturellen Rahmenbedingungen sollten sich gemäß jüngsten Konjunkturprognosen 2018 nicht signifikant verändern. Weiterhin bleibt abzuwarten, welche Auswirkungen sich infolge der Brexit-Entscheidung auf die Mitgliedsstaaten der EU sowie auf paneuropäisch tätige Unternehmen ergeben. Außerdem ist aktuell nicht abzusehen, wie sich protektionistische Tendenzen auf den internationalen Warenverkehr und damit das allgemeine Wirtschaftswachstum und die Kaufkraft der Konsumenten auswirken.

Unabhängig davon nehmen wir an, dass der Vertrieb über das Internet (E-Commerce) in den kommenden Jahren noch weiter zunehmen wird und somit überproportional zum Gesamtmarkt wächst. Hiervon wird zooplus als europäischer Marktführer im Online-Handel für Heimtierprodukte deutlich profitieren. Für unsere Branche Heimtierbedarf gehen wir 2018 von leicht steigenden Gesamtumsätzen aus.

Auch im Geschäftsjahr 2018 legen wir den Schwerpunkt auf Wachstum und die langfristige Wertentwicklung des Unternehmens. Dafür konzentrieren wir uns auf nachhaltiges und perspektivisch ertragsstarkes Wachstum und investieren deshalb gezielt in Produktangebot, Logistik und IT. Es geht uns also um den Ausbau unserer Position als europäischer Marktführer im Online-Handel für Heimtierprodukte.

Insgesamt erwarten wir für das Geschäftsjahr 2018 folgende Ergebnisse:

- Wachstum der Umsatzerlöse um 21 % bis 23 % gegenüber dem Vorjahr
- EBT-Marge im Bereich von +0,5 % bis –0,5 %, bezogen auf die Umsatzerlöse

Zur voraussichtlichen Entwicklung wesentlicher Faktoren im Bereich der Ertrags-, Vermögens- und Finanzlage gegenüber dem Vorjahr vor der Änderung von Bilanzierungs- und Bewertungsvorschriften bedingt durch neue IFRS Vorschriften:

- Wir erwarten für 2018 eine Rohmarge (bezogen auf die Umsatzerlöse) auf dem Niveau des Vorjahres.
- Wir gehen davon aus, dass die Aufwendungen der Warenabgabe im Verhältnis zu den Umsatzerlösen 2018 auf dem Niveau des Vorjahres liegen.
- Im Bereich der Neukundenakquisition gehen wir für 2018 von im Verhältnis zu den Umsatzerlösen stabilen bis leicht steigenden Aufwendungen für Werbung aus.
- Die Eigenkapitalquote planen wir vor Abschluss neuer Finanzierungsleasingverhältnisse im Korridor zwischen 35 % und 55 %.

- Wir erwarten, wie auch im Vorjahr, die Position der Marktführerschaft im Online-Heimtierhandel im Bezug auf Umsatzerlöse zu behaupten.
- Wir erwarten die Kennziffer für Kundenloyalität (Sales Retention) auf Höhe des Vorjahres.
- Wir erwarten einen moderaten Anstieg der Neukunden gegenüber dem Vorjahr.

Wie in den Vorjahren gilt auch 2018 das Primat des Wachstums. Dabei konzentrieren wir uns auf nachhaltiges und perspektivisch ertragreiches Wachstum.

B. Risikobericht

Die Risikosituation der zooplus AG hat sich gegenüber der Darstellung im Geschäftsbericht 2017 (Seiten 66 bis 71) nicht wesentlich verändert.

C. Chancenbericht

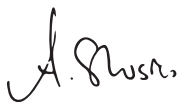
Die Chancensituation der zooplus AG hat sich gegenüber der Darstellung im Geschäftsbericht 2017 (Seiten 71 und 72) nicht wesentlich verändert.

München, den 14. November 2018

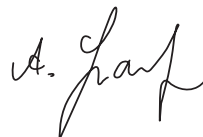
Der Vorstand



Dr. Cornelius Patt



Andrea Skersies



Andreas Grandinger

Konzern-Bilanz	18
Konzern-Gesamtergebnisrechnung	19
Konzern-Kapitalflussrechnung	20
Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung	21

Konzernzwischen- abschluss

Konzern-Bilanz zum 30. September 2018 nach IFRS

Vermögenswerte

in EUR	30.09.2018	31.12.2017
A. LANGFRISTIGE VERMÖGENSWERTE		
I. Sachanlagen	48.088.952,60	14.953.996,71
II. Immaterielle Vermögenswerte	14.362.815,21	13.068.635,16
III. Sonstige finanzielle Vermögenswerte	0,00	37.708,71
IV. Aktive latente Steuern	677.657,42	0,00
Langfristige Vermögenswerte, gesamt	63.129.425,23	28.060.340,58
B. KURZFRISTIGE VERMÖGENSWERTE		
I. Vorräte	89.697.260,97	104.542.066,62
II. Geleistete Anzahlungen	631.472,32	628.240,48
III. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	31.472.015,92	26.387.959,32
IV. Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	20.564.243,28	27.474.816,50
V. Vertragsvermögenswerte	13.016.076,73	n/a
VI. Steuerforderungen	748.146,71	1.169.804,50
VII. Derivative Finanzinstrumente	548.821,54	0,00
VIII. Zahlungsmittel	61.225.188,67	51.191.242,91
Kurzfristige Vermögenswerte, gesamt	217.903.226,14	211.394.130,33
	281.032.651,37	239.454.470,91

Eigenkapital und Schulden

in EUR	30.09.2018	31.12.2017
A. EIGENKAPITAL		
I. Gezeichnetes Kapital	7.142.678,00	7.137.578,00
II. Kapitalrücklage	100.212.354,52	98.831.984,63
III. Sonstige Rücklagen	- 1.672.776,89	- 1.379.456,36
IV. Ergebnis der Periode und Gewinn- / Verlustvortrag	1.353.692,10	6.789.493,63
Eigenkapital, gesamt	107.035.947,73	111.379.599,90
B. LANGFRISTIGE SCHULDEN		
I. Rückstellungen	402.984,00	1.190.060,16
II. Passive latente Steuern	0,00	1.010.240,95
III. Finanzierungsleasingverbindlichkeiten	34.190.723,20	8.869.681,49
Langfristige Schulden, gesamt	34.593.707,20	11.069.982,60
C. KURZFRISTIGE SCHULDEN		
I. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	90.998.712,04	78.132.936,61
II. Derivative Finanzinstrumente	0,00	509.085,60
III. Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	20.266.546,96	24.564.100,54
IV. Vertragsverbindlichkeiten	17.163.873,31	n/a
V. Steuerschulden	91.578,44	1.344.271,91
VI. Finanzierungsleasingverbindlichkeiten	7.959.290,26	2.078.750,41
VII. Rückstellungen	2.922.995,43	7.447.738,92
VIII. Passive Abgrenzungen	0,00	2.928.004,42
Kurzfristige Schulden, gesamt	139.402.996,44	117.004.888,41
	281.032.651,37	239.454.470,91

Konzern-Gesamtergebnisrechnung vom 1. Januar bis 30. September 2018 nach IFRS

in EUR	9M 2018	9M 2017
Umsatzerlöse	973.838.328,80	794.512.546,76
Sonstige Erträge	6.071.440,30	39.923.377,95
aktivierte Eigenleistungen	2.280.546,00	0,00
Materialaufwand	– 700.962.273,38	– 601.025.658,94
Aufwendungen für Leistungen an Arbeitnehmer	– 34.728.951,52	– 26.033.211,58
davon zahlungswirksam	(– 33.560.108,63)	(– 25.150.165,14)
davon aktienbasiert und zahlungsunwirksam	(– 1.168.842,89)	(– 883.046,44)
Aufwendungen für planmäßige Abschreibungen	– 6.630.472,52	– 3.080.333,73
Sonstige Aufwendungen	– 246.964.147,83	– 199.799.100,70
davon Aufwendungen für Warenabgabe	(– 193.149.014,31)	(– 156.674.296,89)
davon Aufwendungen für Werbung	(– 19.271.961,87)	(– 13.307.049,30)
davon Aufwendungen für Zahlungsverkehr	(– 10.394.493,40)	(– 8.044.483,92)
davon sonstige Aufwendungen	(– 24.148.678,26)	(– 21.773.270,60)
Ergebnis aus der laufenden Geschäftstätigkeit	– 7.095.530,15	4.497.619,76
Finanzergebnis	– 495.587,40	– 315.026,20
Ergebnis vor Steuern	– 7.591.117,55	4.182.593,56
Steuern vom Einkommen und Ertrag	1.928.663,64	– 2.212.141,29
Konzernergebnis	– 5.662.453,91	1.970.452,27
Sonstige Gewinne und Verluste (nach Steuern)		
Unterschied aus Währungsumrechnung	– 1.002.382,79	– 330.191,04
Hedge-Reserve	709.062,26	– 2.058.126,70
Posten, die anschließend in den Gewinn oder Verlust umgeliedert werden	– 293.320,53	– 2.388.317,74
Gesamtergebnis	– 5.955.774,44	– 417.865,47
Konzernergebnis je Aktie		
unverwässert (EUR / Aktie)	– 0,79	0,28
verwässert (EUR / Aktie)	– 0,79	0,28

Konzern-Kapitalflussrechnung vom 1. Januar bis 30. September 2018 nach IFRS

in EUR	9M 2018	9M 2017
Cashflow aus der laufenden Geschäftstätigkeit		
Ergebnis vor Steuern	- 7.591.117,55	4.182.593,56
Berichtigungen für:		
Abschreibungen auf das Anlagevermögen	6.630.472,52	3.080.333,73
Zahlungsunwirksame Personalaufwendungen	1.168.842,89	883.046,44
Sonstige zahlungsunwirksame Geschäftsvorfälle	- 1.002.382,79	- 330.191,04
Zinsaufwendungen und ähnliche Aufwendungen	495.587,40	319.586,00
Zinserträge und ähnliche Erträge	0,00	- 4.559,81
Veränderungen der:		
Vorräte	14.844.805,65	- 5.530.575,44
Geleistete Anzahlungen	- 3.231,84	- 2.202.583,35
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	- 5.084.056,60	- 5.922.126,24
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	6.910.573,22	4.062.277,66
Vertragsforderungen	- 13.016.076,73	n/a
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	12.865.775,43	2.867.756,38
Sonstige Verbindlichkeiten	- 4.297.553,58	3.559.860,70
Vertragsverbindlichkeiten	17.163.873,31	n/a
Kurzfristige Rückstellungen	- 4.524.743,49	343.892,54
Langfristige Rückstellungen	- 787.076,16	- 376.631,46
Passive Abgrenzungen	- 2.928.004,42	306.918,59
Gezahlte Ertragsteuern	- 447.435,14	- 3.768.168,88
Erhaltene Zinsen	0,00	4.559,81
Cashflow aus der laufenden Geschäftstätigkeit	20.398.252,12	1.475.989,19
Cashflow aus der Investitionstätigkeit		
Auszahlungen für Gegenstände des Sachanlagevermögens/ immateriellen Anlagevermögens	- 6.129.365,39	- 5.278.942,64
Cashflow aus der Investitionstätigkeit	- 6.129.365,39	- 5.278.942,64
Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit		
Einzahlung aus Kapitalerhöhung	216.627,00	2.530.057,00
Tilgung Finanzierungsleasingverbindlichkeit	- 3.527.025,01	- 1.603.978,34
Gezahlte Zinsen	- 495.587,40	- 319.586,00
Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit	- 3.805.985,41	606.492,66
Einfluss von Wechselkurseffekten auf die Zahlungsmittel	- 428.955,56	- 71.802,29
Nettoveränderung der liquiden Mittel	10.033.945,76	- 3.268.263,08
Zahlungsmittel zu Beginn der Periode	51.191.242,91	54.923.661,37
Zahlungsmittel am Ende der Periode	61.225.188,67	51.655.398,29
Zusammensetzung des Finanzmittelbestands am Ende der Periode		
Kassenbestand und Guthaben bei Kreditinstituten	61.225.188,67	51.655.398,29
	61.225.188,67	51.655.398,29

Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung zum 30. September 2018 nach IFRS

in EUR	Gezeichnetes Kapital	Kapital- rücklage	Sonstige Rücklagen	Ergebnis der Periode und Gewinn- / Verlustvortrag	Gesamt
Stand am 1. Januar 2018	7.137.578,00	98.831.984,63	- 1.379.456,36	6.789.493,63	111.379.599,90
Erhöhung aus Aktienoptionen	5.100,00	1.380.369,89	0,00	0,00	1.385.469,89
Währungsausgleichsposten	0,00	0,00	- 1.002.382,79	0,00	- 1.002.382,79
Ergebnis 9M 2018	0,00	0,00	0,00	- 5.662.453,91	- 5.662.453,91
IFRS 9 Anpassung	0,00	0,00	0,00	226.652,38	226.652,38
Hedge-Reserve	0,00	0,00	709.062,26	0,00	709.062,26
Stand am 30. September 2018	7.142.678,00	100.212.354,52	- 1.672.776,89	1.353.692,10	107.035.947,73
Stand am 1. Januar 2017	7.060.902,00	94.810.944,46	1.147.161,06	4.851.179,83	107.870.187,35
Erhöhung aus Aktienoptionen	69.576,00	3.343.527,44	0,00	0,00	3.413.103,44
Währungsausgleichsposten	0,00	0,00	- 330.191,04	0,00	- 330.191,04
Ergebnis 9M 2017	0,00	0,00	0,00	1.970.452,27	1.970.452,27
Hedge-Reserve	0,00	0,00	- 2.058.126,70	0,00	- 2.058.126,70
Stand am 30. September 2017	7.130.478,00	98.154.471,90	- 1.241.156,68	6.821.632,10	110.865.425,32

Konzernanhang

23

Impressum

34

Konzernanhang

Konzernanhang

Anhangangaben und Erläuterungen zum Konzernzwischenabschluss

Grundlagen der Rechnungslegung

Der vorliegende 9-Monatsbericht zum 30. September 2018 wurde in Übereinstimmung mit den International Financial Reporting Standards, wie sie in der europäischen Union (EU) anzuwenden sind, erstellt. Dieser Konzernabschluss stimmt mit IAS 34 „Zwischenberichterstattung“ überein.

Mit Ausnahme der verpflichtenden erstmaligen Anwendung nachfolgend genannter neuer Standards werden die Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden des Konzernabschlusses zum 31. Dezember 2017 unverändert angewendet.

Übernahme von IFRS 15

IFRS 15 ersetzt IAS 18, der bisher die Bilanzierung von Verkäufen von Gütern und Erbringung von Serviceleistungen regelt, sowie IAS 11, in dem die Bilanzierung von Fertigungsaufträgen dargestellt wird. Der neue Standard regelt die Erlösrealisierung auf Basis eines einheitlichen, prinzipienbasierten fünfstufigen Modells für alle Verträge mit Kunden. Zusätzlich definiert der Standard umfassende Anhangangabepflichten. zooplus wendet IFRS 15 erstmalig prospektiv für Geschäftsjahre beginnend am 1. Januar 2018 an. Die Effekte aus der Umstellung werden ab dem Geschäftsjahr 2018 und in Folgeperioden erfasst. Die Erstanwendung des Standards erfordert Änderungen in den Bilanzierungsrichtlinien des Konzerns und hat Auswirkungen auf den Ausweis der im Folgenden dargestellten Sachverhalte.

IFRS 15 verlangt den separaten Ausweis von Vertragsvermögenswerten und Vertragsverbindlichkeiten in der Bilanz. Dies führt per 1. Januar 2018 zu Umgliederungen von Forderungen aus Vermarktungsleistungen und Verbindlichkeiten im Zusammenhang mit erhaltenen Anzahlungen und Rückerstattungen, Rückstellungen aus Kundengutscheinen, Rückstellungen für Kundenbindungsprogramme, Retouren sowie passiven Abgrenzungen, die derzeit in anderen Bilanzposten enthalten sind. Folgende Sachverhalte wurden identifiziert und wurden am 1. Januar 2018 umgegliedert bzw. im Ansatz und Ausweis geändert. Entsprechend der von uns gewählten Übergangsmethode gemäß IFRS 15 erfolgt keine Anpassung der Vorperioden.

In den ersten neun Monaten 2018 ergaben sich folgende Auswirkungen aus der Änderung der Bilanzierungsmethoden:

- Forderungen an Lieferanten aus Vermarktungsleistungen in Form von Werbekostenzuschüssen in Höhe von 14,5 Mio. EUR, die bislang unter den sonstigen kurzfristigen Vermögensgegenständen bilanziert waren, wurden zum 1. Januar 2018 in die Vertragsvermögenswerte umgegliedert.
- Verbindlichkeiten aus erhaltenen Anzahlungen und Rückerstattungen an Kunden in Höhe von 6,1 Mio. EUR, die bislang als kurzfristige sonstige Verbindlichkeit bilanziert waren, wurden zum 1. Januar 2018 in die Vertragsverbindlichkeiten umgegliedert.
- Passive Abgrenzungen in Höhe von 2,9 Mio. EUR wurden zum 1. Januar 2018 in die Vertragsverbindlichkeiten umgegliedert.
- Rückstellungen aus dem Kundenbindungsprogramm/Treueprämien in Höhe von 4,0 Mio. EUR, die bislang unter den sonstigen Rückstellungen bilanziert waren, wurden zum 1. Januar 2018 in die Vertragsverbindlichkeiten umgegliedert.

- Rückstellungen für Kundenretouren in Höhe von 0,8 Mio. EUR, die bislang unter den sonstigen Rückstellungen bilanziert waren, wurden zum 1. Januar 2018 in die Vertragsverbindlichkeiten umgegliedert.
- Rückstellungen für noch einzulösende Kundengutscheine in Höhe von 0,4 Mio. EUR, die bislang unter den sonstigen Rückstellungen bilanziert waren, wurden zum 1. Januar 2018 in die Vertragsverbindlichkeiten umgegliedert.
- Erträge aus Vermarktungsleistungen in Form von Werbekostenzuschüssen, welche im Vorjahr bislang unter den sonstigen Erträgen erfasst waren, werden ab dem Geschäftsjahr 2018 in die Materialaufwendungen umgegliedert. Die Erträge aus Vermarktungsleistungen betrugen in den ersten neun Monaten 2018 insgesamt 37,3 Mio. EUR.

Nachfolgende Tabelle zeigt die Umgliederung in den Bilanzposten:

in Mio. EUR	IAS 18 Buchwert 31. Dez 17	Umgliederung	IFRS 15 Buchwert 01. Jan 18
Sonstige kurzfristige Vermögensgegenstände	27,5	– 14,5	13
Vertragsforderungen	0	14,5	14,5
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	24,6	– 6,1	18,5
Vertragsverbindlichkeiten	0	14,2	14,2
kurzfristige Rückstellungen	7,4	– 5,2	2,2
Passive Abgrenzungen	2,9	– 2,9	0

Übernahme von IFRS 9

IFRS 9 (2014) in der finalen Fassung ersetzt IAS 39 Finanzinstrumente: Ansatz und Bewertung und alle schon zuvor veröffentlichten Regelungen. Der Standard enthält Regelungen zur Klassifizierung und Bewertung von finanziellen Vermögenswerten. Ferner sieht er ein neues Wertminderungsmodell vor, das auf den erwarteten Kreditausfällen basiert. IFRS 9 enthält darüber hinaus neue Regelungen zur Anwendung von Hedge Accounting. zooplus wendet den neuen Standard erstmalig für das Geschäftsjahr 2018 an.

Nach IFRS 9 sind finanzielle Vermögenswerte bei Zugang in einer der Kategorien „erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet“ (FVPL), „erfolgsneutral über das sonstige Ergebnis zum beizulegenden Zeitwert bewertet“ oder „zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertet“ zu klassifizieren. Für Fremdkapitalinstrumente hängt die Klassifizierung von dem jeweils zugrunde liegenden Geschäftsmodell sowie den Vertragsbedingungen des jeweiligen Instruments ab. Finanzielle Vermögenswerte, die zur Vereinnahmung der vertraglichen Zahlungsströme gehalten werden (Geschäftsmodell „Halten“) und deren Zahlungsströme ausschließlich Tilgungen und Zinsen auf das ausstehende Kapital darstellen, sind der Kategorie „zu fortgeführten Anschaffungskosten“ zuzuordnen. Dies trifft auf alle finanziellen Vermögenswerte von zooplus zu.

Dagegen sind Eigenkapitalinstrumente grundsätzlich als „erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet“ zu klassifizieren. Es besteht allerdings bei Zugang die unwiderrufliche Möglichkeit, die Fair Value Änderungen im sonstigen Ergebnis zu erfassen, sofern die entsprechenden Instrumente nicht zu Handelszwecken gehalten werden. Tochterunternehmen, die aufgrund ihrer untergeordneten Bedeutung bisher nicht in den Konzernabschluss einbezogen wurden und unter IAS 39 als „Zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte“ zu Anschaffungskosten ausgewiesen wurden, werden ab dem Geschäftsjahr 2018 vollkonsolidiert.

Hinsichtlich der Klassifizierung von finanziellen Verbindlichkeiten haben sich lediglich für aufgrund der Fair-Value-Option zum beizulegenden Zeitwert bewertete finanzielle Verbindlichkeiten Änderungen ergeben. Hiervon ist zooplus nicht betroffen, da die Fair Value Option weder unter IAS 39 noch unter IFRS 9 genutzt wurde bzw. wird.

Das in IFRS 9 enthaltene neue Modell zur Erfassung von Wertminderungen stellt künftig auf erwartete Ausfälle ab („expected loss model“) im Gegensatz zum bisherigen Modell der bereits eingetretenen Verlustereignisse („incurred loss model“). Die Höhe der Risikovorsorge bestimmt sich dabei grundsätzlich nach einem Drei-Stufen-Modell („General Approach“), welches auf die Entwicklung des Kreditrisikos abstellt. Davon ausgenommen sind Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie Vertragsvermögenswerte nach IFRS 15, sofern sie keine signifikante Finanzierungskomponente beinhalten, sowie Forderungen aus Leasingverhältnissen, auf die das vereinfachte Wertminderungsmodell („Simplified Approach“) angewendet wird. Danach wird die Risikovorsorge der Instrumente unabhängig von der Kreditqualität in Höhe der erwarteten Verluste über die Restlaufzeit erfasst. Finanzielle Vermögenswerte, für die nach dem vereinfachten Wertminderungsmodell eine Risikovorsorge getroffen wird, sind bei Vorliegen objektiver Hinweise auf Wertminderung in die wertberichtigten finanziellen Vermögenswerte umzugliedern. Durch die Anwendung des vereinfachten Wertminderungsmodells auf Forderungen aus Lieferungen und Leistungen wird sich der Bestand an Wertminderungen geringfügig verändern.

Die für die Bilanzierung von Sicherungsbeziehungen (Hedge Accounting) neuen Regelungen des IFRS 9 stellen auf eine stärkere Verbindung zwischen Risikomanagement und Rechnungswesen ab. Für die Regelungen des Hedge Accountings ergeben sich keine wesentlichen Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns. Die bestehenden Hedges konnten ohne Anpassungseffekte zum 1. Januar 2018 fortgeführt werden.

Die Erstanwendung von IFRS 9 hat grundsätzlich retrospektiv zu erfolgen, wobei Vereinfachungen gewährt werden. zooplus wendet hierbei unter anderem das Wahlrecht an, die Vorjahresvergleichszahlen nicht anzupassen. Der kumulierte Effekt aus der Erstanwendung wird erfolgsneutral im Eigenkapital erfasst.

Die nachfolgende Tabelle zeigt die Überleitung der bisherigen Bewertungskategorien und Buchwerte nach IAS 39 auf die Bewertungskategorien und Buchwerte nach IFRS 9 zum 1. Januar 2018:

in TEUR	Bewertungskategorien		Buchwert	
	IAS 39	IFRS 9	IAS 39	IFRS 9
Finanzielle Vermögenswerte				
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	LaR	AC	26.388	26.615
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	AFS	n/a ¹	38	n/a
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte davon Finanzinstrumente	LaR	AC	23.598	9.091
		n/a ²		n/a ²
Derivative Finanzinstrumente	n/a ³	n/a ³	0	0
Zahlungsmittel	LaR	AC	51.191	51.191

¹ Bisher aus Unwesentlichkeit nicht konsolidierte Tochterunternehmen werden ab dem 1.1.2018 vollkonsolidiert

² Vertragsvermögenswerte nach IFRS 15

³ Derivate wurden unter IAS 39 und werden unter IFRS 9 als Sicherungsinstrumente im Hedge Accounting designiert und fallen somit in keine Kategorie

in TEUR	Bewertungskategorien			Buchwert
	IAS 39	IFRS 9	IAS 39	IFRS 9
Finanzielle Verbindlichkeiten				
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	FLaC	FLaC	78.133	78.133
Sonstige Verbindlichkeiten – davon Finanzinstrumente	FLaC	FLaC	6.600	518
		n/a ¹		n/a ¹
Derivative Finanzinstrumente	n/a ²	n/a ²	509	509

¹ Vertragsverbindlichkeiten nach IFRS 15

² Derivate wurden unter IAS 39 und werden unter IFRS 9 als Sicherungsinstrumente im Hedge Accounting designiert und fallen somit in keine Kategorie

Die Bestände der finanziellen Vermögenswerte nach Bewertungskategorien gemäß IAS 39 werden wie folgt auf die Bewertungskategorien des IFRS 9 übergeleitet:

in TEUR	AC (LaR 2017)	AfS at cost (nur 2017)	FVTPL	Finanzielle Vermögenswerte gesamt
Buchwert 31.12.2017 (IAS 39)	101.537	38	0	101.575
Umwidmung als IFRS 15-Vertragsvermögenswert	– 14.507			– 14.507
Anpassung aufgrund Vollkonsolidierung		– 38		– 38
Neubewertung nach IFRS 9	227			227
Buchwert 1.1.2018 (IFRS 9)	87.257	0	0	87.257

Aufgrund der erstmaligen Anwendung von IFRS 9 wurden die Wertberichtigungen auf Forderungen aus Lieferungen und Leistungen zum 1. Januar 2018 um TEUR 227 verringert. Der Effekt wurde im Eigenkapital erfasst.

Die nachfolgende Tabelle zeigt die Überleitung der bisherigen Wertminderungen nach IAS 39 auf die Wertminderungen nach IFRS 9 zum 1. Januar 2018:

in TEUR	Forderungen Lieferungen und Leistungen
Bewertungskategorien	
Nach IAS 39	LaR
Nach IFRS 9	AC
Wertberichtigungen	
Bestand 31.12.2017 (IAS 39)	3.206
Neubewertung aufgrund IFRS 9	– 227
Bestand 1.1.2018 (IFRS 9)	2.979

Aus Wesentlichkeitsgründen wurden keine Wertberichtigungen auf Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente, Vertragsvermögenswerte und auf die in den sonstigen kurzfristigen Vermögenswerten enthaltenen finanziellen Vermögenswerte erfasst.

IFRS 16

Am 13. Januar 2016 hat das IASB IFRS 16 Leasing zur Bilanzierung von Leasingverhältnissen veröffentlicht. Der neue Standard löst IAS 17 Leasingverhältnisse sowie die zugehörigen Interpretationen ab und führt ein einheitliches Modell zur Leasingbilanzierung ein. Demnach sind zukünftig beim Leasingnehmer für alle Leasingverträge mit einer Laufzeit von mehr als 12 Monaten Vermögenswerte (für das Nutzungsrecht) und Leasingverbindlichkeiten anzusetzen. Die derzeit laufende Analyse durch den Konzern hat ergeben, dass es sich bei den zukünftig zu bilanzierenden Leasingverhältnissen im Wesentlichen um Gebäude- und Büromietverträge, IT-Leasing und Fuhrparkleasing handelt. Diese werden zukünftig als Anlagevermögen in der Bilanz ausgewiesen. zooplus prüft derzeit, welche Auswirkungen die Anwendung von IFRS 16 auf den Konzernabschluss der Gesellschaft hat und wird den Standard erstmals für das Geschäftsjahr 2019 unter Berücksichtigung der modifizierten retrospektiven Methode anwenden.

Aktienoptionsprogramm

Auf der Grundlage des Beschlusses der Hauptversammlung vom 31. Mai 2016 haben Vorstand und Aufsichtsrat der Gesellschaft die Auflage des Aktienoptionsprogramms 2016 zur Ausgabe von Aktienoptionen mit Bezugsrecht auf Aktien der zooplus AG an Mitglieder des Vorstands sowie ausgewählte Führungskräfte der zooplus AG und verbundener Unternehmen im In- und Ausland beschlossen. Nach dem Aktienoptionsprogramm 2016 können Mitglieder des Vorstands bis zu 100.000 Stückaktien sowie ausgewählte Führungskräfte der zooplus AG und verbundener Unternehmen im In- und Ausland bis zu 150.000 Stückaktien der Gesellschaft beziehen. Jede Option berechtigt zum Bezug von einer auf den Inhaber lautenden nennwertlosen Stückaktie der zooplus AG mit einem rechnerischen Anteil am Grundkapital von 1,00 EUR je Aktie. Der Ausübungspreis je Aktie entspricht dem volumengewichteten 6-Monats-Durchschnittskurs der zooplus-Aktie im Xetra-Handel (oder einem vergleichbaren Nachfolgesystem) an der Frankfurter Wertpapierbörse vor dem Ausgabebetrag der Aktienoptionen, mindestens aber dem geringsten Ausgabebetrag im Sinne von § 9 Abs. 1 AktG.

Im April 2018 wurden 85.600 Aktienoptionen an Mitarbeiter der zooplus AG, jeweils mit dem Recht auf den Bezug von je einer auf den Inhaber lautenden nennwertlosen Stückaktie der zooplus AG mit einem rechnerischen Anteil am Grundkapital von 1,00 EUR je Aktie, ausgegeben. Der Bezugspreis dieser im April 2018 ausgegebene Optionen beträgt 154,01 EUR je Aktie.

Im September 2016 wurden bereits 100.000 Aktienoptionen an Mitglieder des Vorstands sowie 48.400 Optionen an Mitarbeiter der zooplus AG, jeweils mit dem Recht auf den Bezug von je einer auf den Inhaber lautenden nennwertlosen Stückaktie der zooplus AG mit einem rechnerischen Anteil am Grundkapital von 1,00 EUR je Aktie, ausgegeben. Der Bezugspreis dieser im September 2016 ausgegebene Optionen betrug 124,45 EUR je Aktie.

Auf der Grundlage des Beschlusses der Hauptversammlung vom 13. Juni 2018 haben Vorstand und Aufsichtsrat der Gesellschaft die Auflage des Aktienoptionsprogramms 2018 zur Gewährung von Bezugsrechten auf Aktien der zooplus AG an Mitglieder des Vorstands der zooplus AG, an Mitglieder von Geschäftsleitungsorganen verbundener Unternehmen im In- und Ausland sowie an ausgewählte Führungskräfte und Mitarbeiter der zooplus AG und verbundener Unternehmen im In- und Ausland beschlossen. Nach dem Aktienoptionsprogramm 2018 können Mitglieder des Vorstands bis zu 150.000 Stückaktien, Mitglieder von Geschäftsleitungsorganen verbundener Unternehmen im In- und Ausland bis zu 15.000 Stückaktien sowie ausgewählte Führungskräfte und Mitarbeiter der Gesellschaft und verbundener Unternehmen im In- und Ausland bis zu 200.000 Stückaktien der Gesellschaft beziehen.

Im August 2018 wurden 80.000 Aktienoptionen an Mitglieder des Vorstands der zooplus AG, jeweils mit dem Recht auf den Bezug von je einer auf den Inhaber lautenden nennwertlosen Stückaktie der zooplus AG mit einem rechnerischen Anteil am Grundkapital von 1,00 EUR je Aktie, ausgegeben. Der Bezugspreis dieser im August 2018 ausgegebenen Optionen beträgt 162,32 EUR je Aktie.

Die Optionsrechte unter den Aktienoptionsprogrammen 2016 und 2018 können frühestens nach Ablauf von vier Jahren seit Gewährung der Optionsrechte ausgeübt werden. Die Aktienoptionen können nur ausgeübt werden, wenn und soweit die Erfolgsziele wie nachfolgend beschrieben erreicht werden:

Die Erfolgsziele sind an die absolute Kursentwicklung der zooplus-Aktie während der Wartezeit gekoppelt. Je ein Drittel der Aktienoptionen kann ausgeübt werden, wenn der volumengewichtete 6-Monats-Durchschnittskurs der Aktie der Gesellschaft im Xetra-Handel (oder einem vergleichbaren Nachfolgesystem) an der Frankfurter Wertpapierbörse bei Ablauf der Wartezeit mindestens 20 % über dem Ausübungspreis liegt (Erfolgsziel I, in diesem Fall kann ein Drittel der Aktienoptionen ausgeübt werden), mindestens 30 % über dem Ausübungspreis liegt (Erfolgsziel II, in diesem Fall können zwei Drittel der Aktienoptionen ausgeübt werden) sowie mindestens 50 % über dem Ausübungspreis liegt (Erfolgsziel III, in diesem Fall können sämtliche Aktienoptionen ausgeübt werden).

Die Ausübung der Bezugsrechte ist innerhalb von zwei Jahren, beginnend mit Ablauf der Wartezeit, möglich. Sämtliche Optionen können nur in Eigenkapitalinstrumenten bedient werden.

Sachanlagevermögen

Der Anstieg ist im Wesentlichen bedingt durch die Aktivierung von Sachanlagen im Zusammenhang mit Finanzierungsleasing in Tilburg, Niederlande, aufgrund der Verlängerung des Lagerlogistikvertrags sowie den als Finanzierungsleasing klassifizierten Verträgen der neu im dritten Quartal 2018 in Betrieb genommenen Logistiklager in Krosno Odrzanskie, Polen, sowie Cabanillas del Campo, Spanien.

Der dazugehörige Nettobuchwert sämtlicher Finanzierungsleasingobjekte beträgt zum 30. September 2018 insgesamt 42,3 Mio. EUR.

Latente Steuern

in TEUR	aktive latente Steuern		passive latente Steuern	
	30.09.2018	31.12.2017	30.09.2018	31.12.2017
Latente Steuern				
derivative Finanzinstrumente	0	168	181	0
Finanzierungsleasing Vermögenswert	0	0	13.953	3.623
Finanzierungsleasingverbindlichkeit	13.969	3.610	0	0
steuerliche Verlustvorträge	2.221	0	0	0
Vorräte	612	164	0	0
selbsterstellte immaterielle Vermögenswerte	0	0	1.990	1.329
Gesamt	16.802	3.942	16.124	4.952
davon langfristig	13.494	2.925	13.242	4.262
davon kurzfristig	3.308	1.017	2.882	690
Gesamt	16.802	3.942	16.124	4.952

Umsatzerlöse

in TEUR	9M 2018	9M 2017
Deutschland	222.910	195.988
Frankreich	163.110	133.533
Italien	78.984	64.730
Polen	78.726	56.525
Großbritannien	78.045	65.898
Niederlande	62.585	53.283
Spanien	56.176	45.161
Belgien	44.003	34.865
Schweiz	29.653	21.514
Österreich	27.238	23.100
Tschechien	23.545	18.229
Dänemark	22.086	17.923
Schweden	19.830	15.858
Finnland	17.522	14.877
Sonstige	49.425	33.028
Total	973.838	794.513

Die Umsatzerlöse des Konzerns betreffen im Wesentlichen den Verkauf von Gütern des Heimtierbereichs in Deutschland und anderen europäischen Ländern. Von den Umsatzerlösen werden 85% im Wesentlichen mit dem Verkauf von Futter generiert. Die verbleibenden 15% entfallen im Wesentlichen auf Zubehörartikel.

Angaben zum beizulegenden Zeitwert

Der beizulegende Zeitwert ist der Betrag, zu dem zwischen sachverständigen, vertragswilligen und voneinander unabhängigen Geschäftspartnern ein Vermögenswert getauscht oder eine Schuld beglichen werden könnte.

Die folgende Tabelle zeigt Finanzinstrumente, die zum beizulegenden Zeitwert bewertet werden, differenziert nach den Ebenen der Fair Value-Hierarchie. Die verschiedenen Ebenen stellen sich wie folgt dar:

- Ebene 1: Nicht angepasste quotierte Preise auf aktiven Märkten für identische Vermögenswerte und Verbindlichkeiten
- Ebene 2: Direkt oder indirekt beobachtbare Inputfaktoren, die nicht der Ebene 1 zuzuordnen sind
- Ebene 3: Nicht beobachtbare Inputfaktoren

Die folgende Tabelle zeigt die Vermögenswerte und Schulden, die am 30. September 2018 zum beizulegenden Zeitwert bemessen werden:

	Ebene 1	Ebene 2	Ebene 3
Vermögenswerte in TEUR			
Derivative Finanzinstrumente als Sicherungsinstrumente	0	549	0
Schulden in TEUR			
Derivative Finanzinstrumente als Sicherungsinstrumente	0	0	0

Die folgende Tabelle zeigt die Vermögenswerte und Schulden, die am 31. Dezember 2017 zum beizulegenden Zeitwert bemessen werden:

	Ebene 1	Ebene 2	Ebene 3
Vermögenswerte in TEUR			
Derivative Finanzinstrumente als Sicherungsinstrumente	0	0	0
Schulden in TEUR			
Derivative Finanzinstrumente als Sicherungsinstrumente	0	509	0

Umgliederungen innerhalb der jeweiligen Ebenen haben im Berichtszeitraum nicht stattgefunden. Wenn Umstände eintreten, die eine andere Einstufung erfordern, werden diese quartalsweise umgegliedert.

Der beizulegende Zeitwert von Finanzinstrumenten, die auf dem aktiven Markt gehandelt werden, basiert auf dem am Bilanzstichtag notierten Marktpreis. Der Markt gilt als aktiv, wenn notierte Preise an einer Börse, von einem Händler, einem Broker, einer Branchengruppe, einem Preisberechnungsservice oder einer Aufsichtsbehörde leicht und regelmäßig erhältlich sind und diese Preise aktuelle und regelmäßig auftretende Markttransaktionen wie unter unabhängigen Dritten darstellen. Für Vermögenswerte, die der Konzern hält, entspricht der sachgerechte notierte Marktpreis dem vom Käufer gebotenen Geldkurs.

Der beizulegende Zeitwert von Finanzinstrumenten, die nicht auf einem aktiven Markt gehandelt werden (z. B. Over-the-Counter-Derivate), wird anhand eines Bewertungsverfahrens ermittelt. Der beizulegende Zeitwert wird somit auf Grundlage der Ergebnisse eines Bewertungsverfahrens ermittelt, das sich in größtmöglichem Umfang auf Marktdaten und so wenig wie möglich auf unternehmensspezifische Daten stützt. Wenn alle zum beizulegenden Zeitwert benötigten Daten beobachtbar sind, wird das Instrument in Ebene 2 eingeordnet. Falls ein oder mehrere bedeutende Daten nicht auf beobachtbaren Marktdaten basieren, wird das Instrument in Ebene 3 eingeordnet.

Spezifische Bewertungsverfahren, die zur Bewertung von Finanzinstrumenten verwendet werden, beinhalten unter anderem Barwertmodelle auf Basis am Stichtag gültiger Marktdaten.

Zusätzliche Informationen über Finanzinstrumente

Die nachfolgende Tabelle zeigt Buchwerte und beizulegende Zeitwerte sämtlicher im Konzernabschluss erfasster Finanzinstrumente und zeigt die Zuordnung der Aktiva und Passiva bzw. von Teilen der Bilanzposten auf die Bewertungskategorien nach IFRS 9:

in TEUR	Bewertungskategorie		Buchwert		Beizulegender Zeitwert	
	30.09.2018	31.12.2017	30.09.2018	31.12.2017	30.09.2018	31.12.2017
Finanzielle Vermögenswerte						
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	AC	LaR	31.472	26.388	31.472	26.388
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	n/a	AfS	n/a	38	n/a	n/a
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte davon Finanzinstrumente nach IFRS 7	AC	LaR	16.930	23.958	16.930	23.958
Derivative Finanzinstrumente	n/a	n/a	549	0	549	0
Zahlungsmittel	AC	LaR	61.225	51.191	61.225	51.191
Gesamt			110.176	101.575	110.176	101.537
Finanzielle Verbindlichkeiten						
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	FLaC	FLaC	90.999	78.133	90.999	78.133
Sonstige Verbindlichkeiten davon Finanzverbindlichkeiten nach IFRS 7	FLaC	FLaC	627	6.600	627	6.600
Finanzierungsverbindlichkeiten	n/a	n/a	42.150	10.949	42.150	10.949
Derivative Finanzinstrumente	n/a	n/a	0	509	0	509
Gesamt			133.776	96.191	133.776	96.191

AC (Amortized Cost)
 LaR (Loans and Receivables)
 AfS (Available for Sale)
 FLaC (Financial Liability at amortized Cost)

Die Marktwerte der zum 30. September 2018 bzw. 31. Dezember 2017 ausgewiesenen Zahlungsmittel, Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, kurzfristigen Vermögenswerte, Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstigen kurzfristigen Verbindlichkeiten entsprechen den Buchwerten. Der Grund dafür ist vor allem die kurze Laufzeit solcher Instrumente.

Summiert nach Bewertungskategorien des IFRS 9 ergibt sich folgendes Bild:

in TEUR	Bewertungskategorie		Buchwert		Beizulegender Zeitwert	
	30.09.2018	31.12.2017	30.09.2018	31.12.2017	30.09.2018	31.12.2017
Finanzielle Vermögenswerte						
Loans and Receivables	AC	LaR	109.627	101.537	109.627	101.537
Available for Sale	n/a	AfS	n/a	38	n/a	n/a
Finanzielle Verbindlichkeiten						
Financial Liability at amortized Cost	FLaC	FLaC	91.626	84.733	91.626	84.733

Die in den ersten neun Monaten erfassten Wertminderungsaufwendungen wurden aus Wesentlichkeitsgesichtspunkten nicht separat in der Konzerngewinn- und verlustrechnung ausgewiesen, sondern sind im Posten sonstige betriebliche Aufwendungen enthalten.

Konsolidierungskreis

Der Vollkonsolidierungskreis des Konzerns umfasst zum 30. September 2018 die zooplus AG, München, sowie die folgenden Tochtergesellschaften:

Tochtergesellschaft	Kapitalanteil	Geschäftstätigkeit
MATINA GmbH, München, Deutschland	100 %	Eigenmarkengeschäft
BITIBA GmbH, München, Deutschland	100 %	Zweitmarkengeschäft
zooplus services Ltd., Oxford, Großbritannien	100 %	Servicegesellschaft Großbritannien
zooplus italia s.r.l., Genua, Italien	100 %	Servicegesellschaft Italien
zooplus polska Sp. z o.o., Krakau, Polen	100 %	Servicegesellschaft Polen
zooplus services ESP S.L., Madrid, Spanien	100 %	Servicegesellschaft Spanien
zooplus france s.a.r.l., Straßburg, Frankreich	100 %	Servicegesellschaft Frankreich
zooplus Nederland B.V., Tilburg, Niederlande	100 %	Servicegesellschaft Niederlande
zooplus Austria GmbH, Wien, Österreich	100 %	Servicegesellschaft Österreich
zooplus Pet Supplies Import and Trade Ltd., Istanbul, Türkei	100 %	Vertriebsgesellschaft Türkei
Tifuve GmbH, München, Deutschland	100 %	Ruhende Gesellschaft
zooplus EE TOV, Kiew, Ukraine	100 %	Ruhende Gesellschaft
zooplus d.o.o., Zagreb, Kroatien	100 %	Ruhende Gesellschaft

Seit dem Geschäftsjahr 2018 werden in den Konzernabschluss erstmals die

- im zweiten Quartal 2011 gegründete 100 %ige Tochtergesellschaft zooplus EE TOV, Kiew, Ukraine, mit einem Stammkapital von 10 TEUR;
- im Februar 2013 gegründete 100 %ige Tochtergesellschaft zooplus d.o.o., Zagreb, Kroatien, mit einem Stammkapital von 3 TEUR;
- im Mai 2013 gegründete 100 %ige Tochtergesellschaft Tifuve GmbH, München, Deutschland, mit einem Stammkapital von 25 TEUR einbezogen.

Segmentberichterstattung

Der zooplus Konzern ist nur in einem Geschäftsbereich tätig, dem Vertrieb und Verkauf von Haustierbedarf in Staaten der EU und Europas. Die von der Gesellschaft vertriebenen Produkte sind in sich homogen und nicht trennbar. Als Internetanbieter bietet die Gesellschaft ihre Produkte zentral von einem Standort aus an, unabhängig von der geographischen Lage der Endkunden. Somit liegen auch keine geographischen Segmente im Sinne von IFRS vor. Auch intern erfolgt derzeit keine Berichterstattung nach Segmenten. Der Konzern erstellt daher keine Segmentberichterstattung.

Ergebnis je Aktie

Das unverwässerte Ergebnis je Aktie wird ermittelt als Quotient aus dem den Inhabern von Stammaktien des Mutterunternehmens zuzurechnenden Periodenergebnis und dem gewichteten Durchschnitt der während der Berichtsperiode sich im Umlauf befindlichen Stammaktien. Das Konzernergebnis für die ersten neun Monate 2018 beträgt – 5,7 Mio. EUR (Vorjahr: 2,0 Mio. EUR). Die durchschnittliche Anzahl der Aktien in den ersten neun Monaten 2018 beträgt 7.139.569. Dementsprechend ergibt sich ein unverwässertes Ergebnis je Aktie von – 0,79 EUR (Vorjahr: 0,28 EUR).

Das verwässerte Ergebnis je Aktie wird ermittelt, indem das den Inhabern von Stammaktien des Mutterunternehmens zuzurechnende Periodenergebnis durch die gewichtete durchschnittliche Anzahl an während der Berichtsperiode sich im Umlauf befindlichen Stammaktien zuzüglich der zu einer Verwässerung führenden Aktienäquivalente geteilt wird. Dies ergibt ein rechnerisches Ergebnis von – 0,79 EUR (Vorjahr: 0,28 EUR).

Angabe gemäß § 115 Abs. 5 WpHG

Der vorliegende Zwischenabschluss und der Zwischenlagebericht wurden wie alle regulären Zwischenberichte der Gesellschaft keiner prüferischen Durchsicht durch einen Abschlussprüfer unterzogen.

Deutscher Corporate Governance Kodex

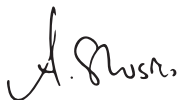
Die zooplus Aktiengesellschaft hat die nach § 161 des Aktiengesetzes vorgeschriebene Erklärung zum Deutschen Corporate Governance Kodex abgegeben und ihren Aktionären auf der Internetseite <http://investors.zooplus.com/de/corporate-governance/entsprechenserklrung.html> zugänglich gemacht.

München, den 14. November 2018

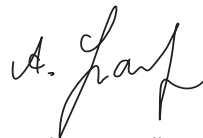
Der Vorstand



Dr. Cornelius Patt



Andrea Skersies



Andreas Grandinger

Impressum

Herausgeber

zooplus AG
Sonnenstraße 15
80331 München
Deutschland
Tel.: +49 (0) 89 95 006 – 100
Fax: +49 (0) 89 95 006 – 500

E-Mail: kontakt@zooplus.de
www.zooplus.de

Investor Relations

cometis AG
Unter den Eichen 7
65195 Wiesbaden
Deutschland
Tel.: +49 611 20 58 55 – 0
Fax: +49 611 20 58 55 – 66

E-Mail: info@cometis.de
www.cometis.de

Konzept, Redaktion, Layout & Satz:

cometis AG

Fotos:

zooplus AG

Der 9-Monatsbericht liegt auch in englischer Sprache vor. Bei Unterschieden ist die deutsche Fassung maßgeblich.

Als digitale Version stehen der vorliegende 9-Monatsbericht der zooplus AG sowie die Geschäftsberichte jeweils im Internet unter www.zooplus.de in der Rubrik „Investor Relations / Finanzberichte“ zur Verfügung.

Zukunftsgerichtete Aussagen und Prognosen

Dieser Bericht enthält zukunftsgerichtete Aussagen. Diese Aussagen basieren auf den gegenwärtigen Erfahrungen, Vermutungen und Prognosen des Vorstands sowie den ihm derzeit verfügbaren Informationen. Die zukunftsgerichteten Aussagen sind nicht als Garantien der darin genannten zukünftigen Entwicklungen und Ergebnisse zu verstehen. Die zukünftigen Entwicklungen und Ergebnisse sind vielmehr von einer Vielzahl von Faktoren abhängig. Sie beinhalten verschiedene Risiken und Unwägbarkeiten und beruhen auf Annahmen, die sich möglicherweise als nicht zutreffend erweisen. Zu diesen Risikofaktoren gehören insbesondere die im Risikobericht auf der Seite 16 genannten Faktoren. Wir übernehmen keine Verpflichtung, die in diesem Bericht gemachten zukunftsgerichteten Aussagen zu aktualisieren.



zooplus AG
Sonnenstraße 15
80331 München
Deutschland