Geschäftsbericht 2008

zooplus AG

zooplus.de zooplus.com zooplus.co.uk zooplus.ie zooplus.fr zooplus.nl zooplus.be zooplus.it zooplus.es zooplus.pl

INHALTSVERZEICHNIS

HIGHLIGHTS 2008 03

AN DIE AKTIONÄRE 04

BRIEF AN DIE AKTIONÄRE 04

BERICHT DES AUFSICHTSRATS 06

DIE AKTIE 09

GESCHÄFTSMODELL 12

KONZERNLAGEBERICHT 19

GESCHÄFTS- UND RAHMENBEDINGUNGEN 19

ERTRAGS-, FINANZ- UND VERMÖGENSLAGE 26

RISIKEN UND CHANCEN 34

PROGNOSEBERICHT 35

KONZERNJAHRESABSCHLUSS 38

KONZERN-BILANZ 38

KONZERN-GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG 40

KONZERN-KAPITALFLUSSRECHNUNG 41

VERÄNDERUNG DES KONZERN-EIGENKAPITALS 42

KONZERNANHANG 43

VERSICHERUNG DER GESETZLICHEN VERTRETER 74

BESTÄTIGUNGSVERMERK DES ABSCHLUSSPRÜFERS 75

IMPRESSUM 76

HIGHLIGHTS 2008

Börsengang am Entry Standard der Frankfurter Wertpapierbörse

Erfolgreichstes Jahr in der Unternehmensgeschichte

Zuwachs von **54 %** der Gesamtleistung und damit Erhöhung auf **85,1 Mio. EUR** (Vorjahr: 55,4 Mio. EUR)

Ausbau des **EBIT** von 0,9 Mio. EUR auf **2,7 Mio. EUR** – EBIT-Marge von 3,2 %

Insgesamt **elf** Online-Shops in den wichtigsten Märkten Europas, davon zehn etablierte länderspezifische Webshops und ein länderübergreifender Auftritt unter www.zooplus.com

Über **7.000** Produkte werden derzeit in 15 Ländern angeboten – ein umfassendes Sortiment über alle Gattungen und Produktkategorien hinweg

BRIEF AN DIE AKTIONÄRE

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

2008 war in vielfacher Hinsicht ein besonderes Jahr für zooplus. Im zehnten Geschäftsjahr seit unserer Gründung 1999 erzielten wir die größte Gesamtleistung in der bisherigen Unternehmensgeschichte. Mit einem Zuwachs von rund 54 % gegenüber dem Vorjahr wurde dabei das durchschnittliche Wachstumstempo der vergangenen Jahre noch einmal erhöht. Der Unternehmensgewinn verbesserte sich gleichzeitig signifikant. Die Profitabilität des Geschäftsmodells ist nachhaltig gefestigt und steigt weiter dynamisch an. Im Zuge des Unternehmenswachstums war es uns möglich, die Mitarbeiterzahl von 51 auf 79 zu erhöhen und damit neue Arbeitsplätze an allen unseren Standorten in Deutschland, Frankreich und Großbritannien zu schaffen. Mit der erfolgreichen Einbeziehung der zooplus-Aktien in den Handel an der Frankfurter Wertpapierbörse legten wir im Frühjahr des Jahres 2008 zudem die Basis für die Öffnung unserer Gesellschaft gegenüber der Öffentlichkeit. Der Umzug unseres Hauptsitzes von Unterföhring nach München im September 2008 schuf gemeinsam mit den Erweiterungen unserer Logistik und dem Ausbau internationaler Niederlassungen auch die kapazitären Voraussetzungen für weiteres signifikantes Wachstum.

Heute ist zooplus Europas führender Internet-Händler für Heimtierprodukte. Wir sind in 15 Ländern mit einem Gesamtmarktvolumen im Bereich Heimtier von rund 17 Mrd. EUR vertreten. Erst ein geringer Bruchteil wird heute davon über das Internet vertrieben. Experten erwarten daher, dass das von zooplus bearbeitete Marktsegment erst am Anfang einer rasanten Entwicklung steht.

Wir wissen alle, dass die aktuelle weltweite konjunkturelle Verfassung und vor allem der Ausblick auf die nahe volkswirtschaftliche Zukunft negativ sind. Die möglichen weiteren Auswirkungen der wirtschaftlichen Krise dürfen nicht auf die leichte Schulter genommen werden. Auch für den Heimtiermarkt als Ganzes wird 2009 kein einfaches Jahr.

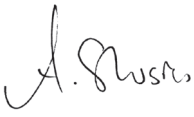
Gerade in Zeiten der gesamtwirtschaftlichen Krise werden wir unser Unternehmen aber auch 2009 klar wachstumsorientiert führen. Diese Strategie erscheint uns sinnvoll, um antizyklisch gerade in allgemein schwierigeren Zeiten unseren Wettbewerbsvorsprung weiter nachhaltig auszubauen. Aufgrund der starken internationalen Positionierung von zooplus, unserer operativen Stärken hinsichtlich Produktangebot und -entwicklung, Technologie, Logistik und Kundenloyalität sowie der weiter anhaltend hohen Wachstumsdynamik des E-Commerce gehen wir auch für 2009 von einer sehr positiven Entwicklung für zooplus mit einer deutlichen Umsatz- und Ergebnissteigerung aus.

Mittelfristig wird es entscheidend sein, dass wir uns weiterhin als klarer europäischer Marktführer im Online-Heimtierhandel positionieren werden. Wir sehen zooplus in einigen Jahren in der Lage, eine Gesamtleistung von 250 Mio. EUR bei Vorsteuerrenditen im Bereich zwischen 6 % und 8 % zu erzielen. Dafür wird noch viel Arbeit notwendig sein. Aber wir befinden uns auf einem guten Weg und freuen uns darauf, dieses Ziel gemeinsam mit unserem Team, unseren Partnern und Ihnen, unseren Aktionären, zu realisieren.

Der Vorstand, im April 2009

Dr. Cornelius Patt
(Vorsitzender)

Florian Seubert



Andrea Skersies

Guido Bienhaus

Florian Seubert

Vorstand

Finanzen und Recht

Andrea Skersies

Vorstand

Sales und Marketing

Dr. Cornelius Patt

Vorstandsvorsitzender

Unternehmensführung und Operations

Guido Bienhaus

Vorstand

Informationstechnologie

BERICHT DES AUFSICHTSRATS

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

das Geschäftsjahr 2008 der zooplus AG war erneut von starkem Wachstum in Umsatz und Ertrag geprägt. Inzwischen ist die Gesellschaft in allen wichtigen europäischen Ländermärkten vertreten und hat eine nachhaltig gefestigte und starke Marktposition inne. Ein besonderes Highlight des vergangenen Jahres war die Notierungsaufnahme der Aktien an der Frankfurter Wertpapierbörse. Dementsprechend beurteilt auch der Aufsichtsrat das abgelaufene Geschäftsjahr äußerst positiv.

Darüber hinaus blickt der Aufsichtsrat erneut auf eine enge und konstruktive Zusammenarbeit mit dem Vorstand zurück. Im Geschäftsjahr 2008 nahm der Aufsichtsrat die ihm nach Gesetz, Satzung und der Geschäftsordnung obliegenden Aufgaben eingehend wahr, überwachte und beriet dabei die Geschäftsführung kontinuierlich.

Durch die regelmäßige, zeitnahe und umfassende Berichterstattung des Vorstands konnte sich der Aufsichtsrat intensiv mit der Lage und Entwicklung des Unternehmens befassen. Bei der Unterrichtung über den Geschäftsverlauf und die Unternehmenspolitik ging der Vorstand auf alle relevanten Fragen der Planung, der Geschäftsentwicklung, der Risikolage und des Risikomanagements ein. In Entscheidungen von grundlegender Bedeutung für das Unternehmen war der Aufsichtsrat unmittelbar eingebunden.

In insgesamt vier Präsenzsitzungen hat sich der Aufsichtsrat umfassend anhand mündlicher und schriftlicher Berichte des Vorstands über die wirtschaftliche und finanzielle Entwicklung der Gesellschaft und ihres Umfeldes im abgelaufenen Geschäftsjahr informiert. Auch außerhalb der Sitzungen berichtete der Vorstand dem Aufsichtsrat regelmäßig über wichtige Geschäftsereignisse. So wurde der Aufsichtsrat über die Geschäftsentwicklung des Gesamtunternehmens sowie die Entwicklungen in den einzelnen Bereichen durchgängig unterrichtet. Alle Geschäfte und Maßnahmen, die nach Gesetz oder Satzung der Genehmigung durch den Aufsichtsrat bedurften, wurden mit dem Vorstand eingehend diskutiert und die notwendigen Beschlüsse durch den Aufsichtsrat gefasst. Dies erfolgte auch in fernmündlichen Sitzungen.

Inhalte der Beratungen waren die Billigung des Jahresabschlusses 2007, die Expansion der zooplus AG nach Italien, Spanien, Niederlande und andere europäische Märkte sowie die Einführung der zooplus-Aktie an der Frankfurter Wertpapierbörse. Darüber hinaus bildeten die außerordentliche Hauptversammlung im Dezember 2008 aufgrund der Sitzverlegung nach München wie auch die kontinuierliche Ausweitung des operativen Geschäfts thematische Schwerpunkte der Sitzungen.

Der vom Vorstand nach den Regeln des HGB aufgestellte Jahresabschluss, der IFRS-Konzernabschluss der zooplus AG sowie der jeweilige Lagebericht für das Geschäftsjahr 2008 wurden durch die Schaffer WP Partner GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Nürnberg, geprüft und mit uneingeschränktem Bestätigungsvermerk versehen. Jahresabschluss und Konzernjahresabschluss samt Lage- und Prüfungsbericht lagen dem Aufsichtsrat am 20. März 2009 zur Prüfung vor. Auf der Aufsichtsratssitzung am 25. März 2009 hat der Aufsichtsrat den Jahresabschluss und Konzernjahresabschluss einschließlich der Lageberichte gemeinsam mit dem Vorstand und dem Wirtschaftsprüfer erörtert und keine Einwände erhoben. Gleichfalls wurden die Prüfungsberichte zustimmend zur Kenntnis genommen. Der Aufsichtsrat hat deshalb den Jahresabschluss und den Konzernabschluss der zooplus AG in seiner Sitzung am 25. März 2009 gebilligt. Damit war der Jahresabschluss der zooplus AG ordnungsgemäß festgestellt. Der Aufsichtsrat hat sich dem Vorschlag des Vorstands für die Verwendung des Bilanzgewinns angeschlossen.

Der Aufsichtsrat dankt dem Vorstand und allen Mitarbeitern für ihren Einsatz und die geleistete Arbeit und gratuliert zu den erreichten Erfolgen.

München, den 25. März 2009

Felix von Schubert
Vorsitzender des Aufsichtsrates

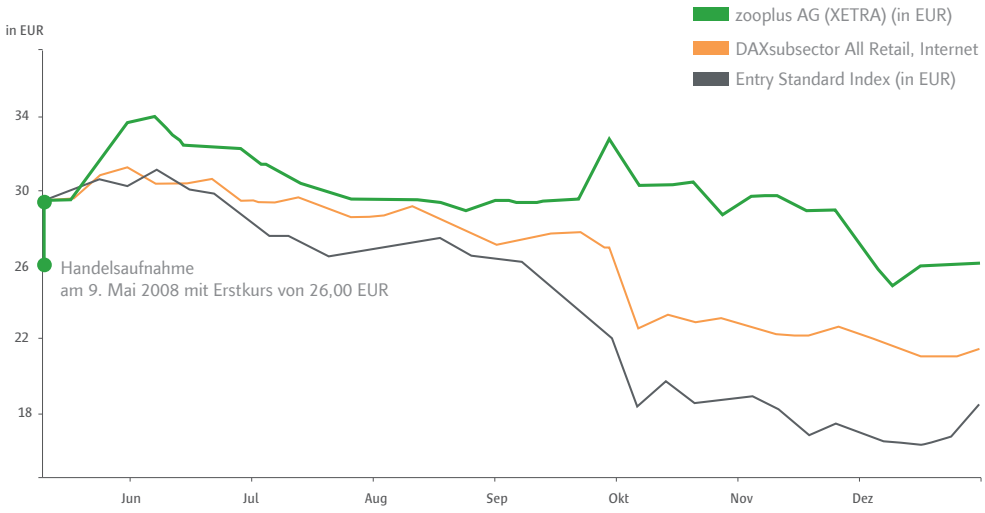
DIE AKTIE

Am 9. Mai 2008 startete die Aktie der zooplus AG erfolgreich im Entry Standard Segment der Frankfurter Wertpapierbörse. Der erste festgestellte Aktienkurs für ZO1 (Börsenkürzel der zooplus-Aktie) lag zum Handelsstart bei 26,00 EUR. Bei Handelsschluss notierte der Wert bereits bei 29,40 EUR. Im Anschluss entwickelte sich der Titel dynamisch und erreichte am 4. Juni 2008 seinen bisherigen Höchststand bei einer Marke von 34,57 EUR. Im Zuge der Entwicklung des allgemeinen Marktumfeldes folgte ab Herbst eine moderate Kurskorrektur. Der Jahresschlusskurs notierte bei 26,10 EUR und damit leicht über dem ersten Handelskurs. Dies entsprach einer Marktkapitalisierung von rund 62,3 Mio. EUR.

Im Vergleich mit dem DAXsubsector All Retail, Internet (ISIN DE000A0SM6Q2), der die Kursentwicklung aller in Deutschland börsennotierten Internet-Händler zusammenfasst, performte die zooplus-Aktie insbesondere in der zweiten Jahreshälfte deutlich stärker.

Bertrachtet man die zooplus AG im Vergleich zum Entry Standard Index allgemein (ISIN DE000A0G83N6), so ergibt sich eine deutliche Outperformance im Vergleich zum Index der 30 Unternehmen im Entry Standard mit den höchsten Börsenumsätzen.

Aktienchart zooplus AG 2008



Stammdaten der Aktie	
Wertpapierkennnummer	511170
ISIN	DE0005111702
Börsenkürzel	ZO1
Handelssegment	Entry Standard des Open Market der Frankfurter Wertpapierbörse
Art der Aktien	auf den Inhaber lautende Stammaktien ohne Nennbetrag (Stückaktien)
Grundkapital	2.406.020 EUR
Erstnotiz	9. Mai 2008
Designated Sponsor	JPMorgan Cazenove

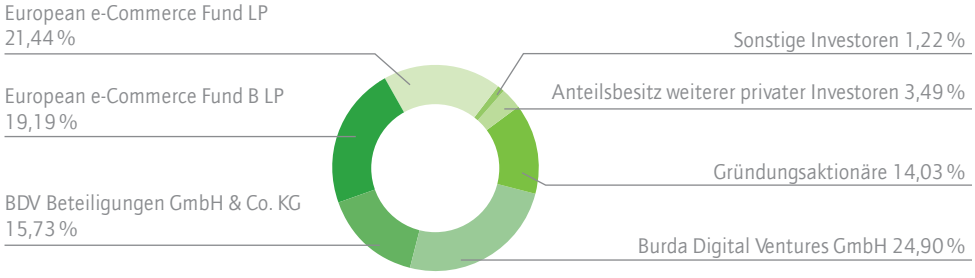
Innerhalb des Entry Standard stellt zooplus gemessen an der Marktkapitalisierung eines der größten Unternehmen dar. Die Aktie ist Bestandteil der Branchenindizes DAXsector All Retail (Gewichtung im Index 0,4 %) und DAXsubsector All Retail, Internet (14,0 %) und trägt rund 0,9 % zur Berechnung des Entry All Share bzw. 3,2 % des Entry Standard Index bei. (Stand: 6. April 2009)

Die Einbeziehung der Aktien in den Handel am Entry Standard sieht zooplus als ersten Schritt in Richtung Kapitalmarktpräsenz an. Ein späterer Segmentwechsel in den EU-regulierten Markt (Prime Standard) ist vorgesehen.

Finanzkalender 2009

Datum	
06.05.2009	Unternehmenspräsentation auf der Entry und General Standard Konferenz, Frankfurt
Juni 2009	Ordentliche Hauptversammlung 2009, München
02.06.2009	3-Monatsbericht 2009
01.09.2009	Halbjahresbericht 2009
30.11.2009	9-Monatsbericht 2009

AKTIONÄRSSTRUKTUR



Da die zooplus AG nicht an einem EU-regulierten Kapitalmarkt gelistet ist, erhält sie keine offiziellen Stimmrechtsmitteilungen seitens ihrer Anteilseigner. Die Aktionärsstruktur kann daher nur rückwirkend zum Tag des Börsengangs akkurat nachgebildet werden.

Im Wesentlichen ist der Kreis der zooplus-Anteilseigner durch die Gründer bzw. das Management sowie die dem Unternehmen seit 1999 verbundenen Investoren Burda Digital und zouk ventures Ltd. geprägt.

Zum Börsengang am 9. Mai 2008 hielten die Gründungsaktionäre kumuliert noch 14,03 % der Anteile. Die zur Hubert Burda Media Group gehörenden Risikokapitalgeber Burda Digital Ventures GmbH (24,90 %) sowie die BDV Beteiligungen GmbH & Co. KG (15,73 %)

verfügten über gut 40 % der Aktien. Die in London ansässige zouk ventures Ltd. war über ihren European e-Commerce Fund LP (21,44 %) und den European e-Commerce Fund B LP (19,19 %) mit ebenfalls etwas über 40 % investiert. Vervollständigt wird die Aktionärsstruktur mit einem Anteilsbesitz von weiteren privaten Investoren mit 3,49 % sowie sonstigen Investoren mit 1,22 %.

Im Nachgang zum Listing des Unternehmens wurden insgesamt ca. 5 % der Anteile durch Burda Digital, BDV sowie die beiden Fonds European e-Commerce Fund LP und European e-Commerce Fund B LP börslich platziert, um den Streubesitz des Unternehmens zu erhöhen und eine ausreichende Grundliquidität in der Aktie zu schaffen.

Dies sowie das Auslaufen letzter Lock-up-Fristen sollten den Freefloat der zooplus AG gemäß Definition der Frankfurter Wertpapierbörse voraussichtlich bis Mitte des Jahres 2009 auf rund 25 % steigern. Der Anteil des Streubesitzes stellt eine entscheidende Zulassungsvoraussetzung für den Wechsel der zooplus AG an den Prime Standard der Frankfurter Wertpapierbörse dar.

INVESTOR RELATIONS

Im Entry Standard der Frankfurter Wertpapierbörse sind sowohl die Veröffentlichung eines Jahres- sowie eines Halbjahresfinanzberichts vorgeschrieben. zooplus hat diese Anforderungen mit der Veröffentlichung von Quartalsberichten bereits freiwillig übertroffen. Einen weiteren Beitrag zur verbesserten Transparenz für Investoren leistet die zooplus AG zudem durch eine an die internationalen Rechnungslegungsstandards IFRS angepasste Bilanzierung sowie die zweisprachige Veröffentlichung aller Unternehmensinformationen einschließlich der Quartalsberichte in deutscher wie auch in englischer Sprache.

Mit dem geplanten Uplisting in ein von der Europäischen Union gesetzlich reguliertes Marktsegment (Prime Standard) wäre die zooplus AG zusätzlich zu weiteren Maßnahmen verpflichtet, um den höchsten Transparenzanforderungen gerecht zu werden.

Diese wären die Durchführung mindestens einer Analystenkonferenz pro Jahr sowie die ordnungsgemäße Veröffentlichung von Ad-hoc-Mitteilungen wie auch detailliertere Angaben zur Corporate Governance. Aus Sicht der zooplus AG sind diese Anforderungen sinnvoll und der Entwicklung einer erhöhten Kapitalmarktpräsenz förderlich.

Im Zuge dessen sollen auch intensivierte Aktivitäten im Bereich Investor Relations die Wahrnehmung des Unternehmens am Kapitalmarkt sukzessive erhöhen.

GESCHÄFTSMODELL

HISTORIE

Die zooplus AG ist nach eigener Einschätzung Europas führender Online-Händler im Bereich Heimtierbedarf. Nach Gründung im Jahr 1999 und anfänglicher Fokussierung der Kernaktivitäten auf Deutschland und Österreich, steht seit 2005 die europaweite Expansion des Unternehmens im Zentrum des unternehmerischen Handelns.

Seit Unternehmensgründung steht für zooplus das Erreichen nachhaltigen Wachstums mit gleichzeitiger kontinuierlicher Steigerung der Profitabilität im Mittelpunkt.

1999	Gründung von zooplus
2000	Markteintritt in Österreich
2001	Gesamtumsatz erstmalig über 10 Mio. EUR
2004	Einstieg in Eigenmarkenproduktion und -vermarktung
2005	Beginn der internationalen Expansion nach Großbritannien
2006	Eröffnung eines Online-Shops in Frankreich
2007	Erster Markteintritt in Osteuropa (Polen)
2008	Expansion nach Italien, Spanien und Niederlande
2008	Einführung der zooplus AG an der Frankfurter Wertpapierbörse Gesamtleistung: 85,1 Mio. EUR/EBIT: 2,7 Mio. EUR

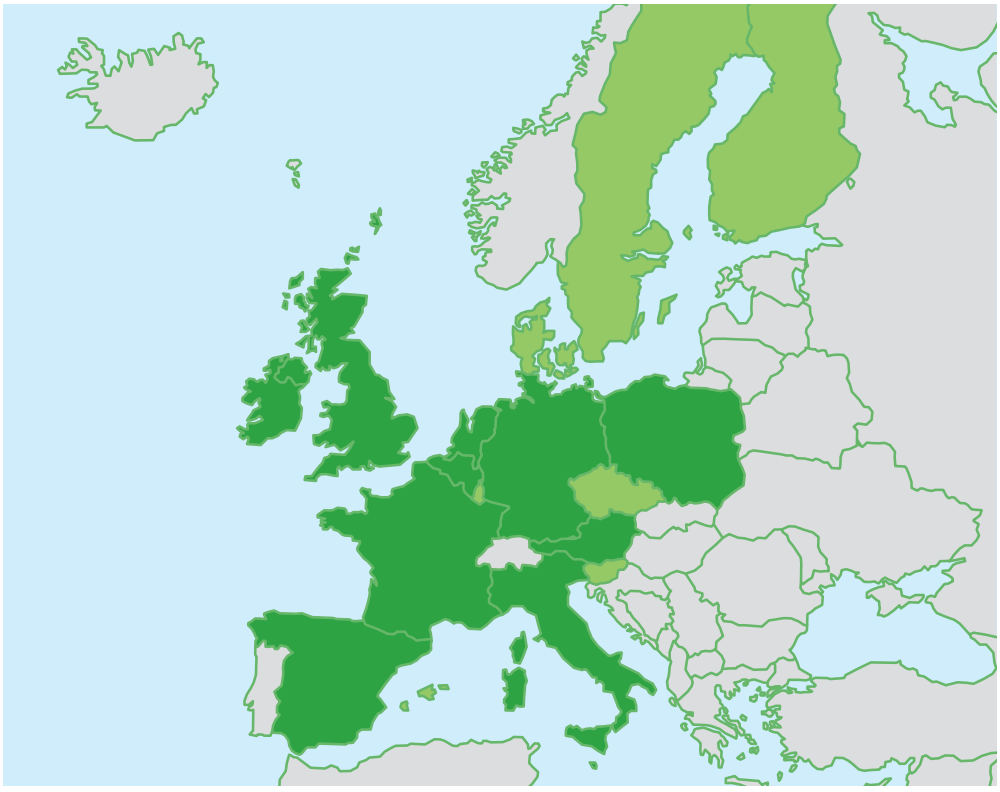
INTERNATIONALITÄT

zooplus ist es seit Gründung erfolgreich gelungen, sich als Online-Marktführer mit signifikantem Vorsprung gegenüber Wettbewerbern in allen wichtigen europäischen Märkten zu positionieren. Wachstum und Größe sind dabei nicht Ziele an sich, sondern Mittel zur Erreichung von langfristig kritischer Größe auf Basis nachhaltiger Profitabilität.

Seit 2005 verfolgt zooplus neben der Konzentration auf die deutschsprachigen Heimatmärkte eine dynamische europäische Expansionsstrategie. Ziel ist es hierbei, unter Nutzung der bestehenden operativen Strukturen und substantieller Skaleneffekte in den Kernmärkten der Europäischen Union ein aus Kundensicht dem traditionellen Stationärhandel klar überlegenes Produkt anzubieten.

Zum Stand März 2009 betreibt zooplus insgesamt zehn landesspezifische Webshops in Deutschland/Österreich (zwei Markenauftritte), Frankreich, Großbritannien, Niederlande, Spanien, Italien, Belgien, Irland und Polen zusätzlich zum internationalen Angebot des Unternehmens über zooplus.com, das ergänzend die Länder Slowenien, Finnland, Schweden, Luxemburg, Dänemark und die Tschechische Republik umfasst.

Ziel der kommenden Jahre ist es, die jeweiligen Marktpräsenzen umfassend zu erhöhen und die Marktführerschaft bei deutlich wachsenden Umsätzen auszubauen. Mittelfristig geht zooplus davon aus, den Hauptanteil der Umsätze der Gesellschaft im nicht-deutschsprachigen Bereich der Europäischen Union zu erzielen.



Etablierte landesspezifische Webshops

Internationales Angebot über www.zooplus.com

MARKT, WETTBEWERB UND PRODUKTANGEBOT

Heimtierfutter und -zubehör stellt mit ca. 17 Mrd. EUR Jahresvolumen ein bedeutsames Nischensegment innerhalb der europäischen Handelslandschaft dar. Entscheidender Vorteil seitens zooplus gegenüber bisherigen Stationäranbietern wie Supermärkten, dem Zoofachhandel und sonstigen Wettbewerbern wie Gartencentern oder Heimwerkermärkten ist die Fähigkeit, dem Kunden ein deutlich größeres Produktspektrum bei gleichzeitig hohem Einkaufskomfort („Lieferung bis zur Haustür") und attraktiven Preisen zu bieten.

Entscheidend hierfür ist die grundsätzlich fast unbegrenzte Fähigkeit des Online-Handels, sehr breite und tiefe Sortimente aus einem zentralen Warenlager zu vertreiben, während der Stationärhandel hier räumlich und auch aufgrund der erhöhten Kosten einer dezentralisierten Filialverteilung engen Beschränkungen unterliegt. Dies ist aus Sicht des Kunden ein entscheidender Vorteil.

zooplus-Eigenmarken: Ein breites Markenspektrum für unsere Kunden

Insgesamt bietet zooplus ein umfassendes Sortiment über alle Gattungen und Produktkategorien hinweg mit insgesamt rund 7.000 Futter- und Zubehörartikeln in den Bereichen Hund, Katze, Kleintier, Vogel, Reptil, Aquaristik und Pferd an. Dies beinhaltet Produkte des täglichen Bedarfs wie fachhandelsübliche Markenfutter und zooplus-Eigenmarken sowie auch Spezialartikel wie Spielzeuge, Pflegeprodukte oder sonstige Accessoires. Ob ausgefallenes Spezialfutter oder großvolumiges Aquarium: Der Kunde findet eine einzigartige Auswahl vor.

In Summe bestehen aus Sicht der zooplus AG eine Reihe von Eintrittsbarrieren für potentielle neue Wettbewerber. Diese sind vor allem in den bestehenden eigenentwickelten und technologisch anspruchsvollen Systemen in den Bereichen Logistik, Fulfillment, Kundenakquisition und Webtechnologie begründet. Sie stellen die Grundvoraussetzung unserer mittel- und langfristigen Profitabilität dar und sind nur unter hohem Aufwand replizierbar.

Daneben sind Konditions- und Volumeneffekte im Einkauf ebenfalls wichtige Wettbewerbsvorteile gegenüber Wettbewerbern.

Produkt- und Distributionsübersicht

	Nassfutter	Trockenfutter	Zubehör
Beispiele			
Abmessung/Größe	Klein bis mittel	Groß	Vielfältig
Gewicht	<1kg	<15kg	Verschiedene
Handelsspanne	-	+	++
Eignung für den Stationärhandel	Hoch	Mittel	Gering
Absatzkanäle	zooplus Fachhandel Supermarkt/ Discounter		

umfasst Kernprodukte — beinhaltet zusätzliche Produktpalette

MARKTTRENDS UND KUNDENVERHALTEN

In der jüngsten Vergangenheit hat sich die Rolle von Heimtieren in der westlichen Welt fundamental gewandelt. Hunde, Katzen und Co. werden heute zunehmend als vollwertige Familienmitglieder oder auch als Familienersatz verstanden und entsprechend versorgt und behandelt. Im Umgang mit Tieren im Haushalt werden deshalb immer mehr menschliche Maßstäbe angelegt. Diese Humanisierung führt dazu, dass Heimtierhalter ihren Tieren einen ähnlich hohen Lebensstandard ermöglichen wollen wie sich selbst. Entsprechend nimmt die Bedeutung von Spezialfuttern, Accessoires, Gesundheits-, Wellness- und Hygieneprodukten kontinuierlich zu. Gleichzeitig werden höhere qualitative Ansprüche an die Produkte gestellt.

zooplus profitiert von diesen Entwicklungen: Mit reichhaltigem Produktspektrum in den Produktbereichen, einzigartigem Einkaufskomfort und preislich attraktiver Positionierung ist es Ziel des Unternehmens, sich in allen großen europäischen Märkten als erste Einkaufsadresse verantwortungsvoller Heimtierbesitzer zu etablieren.

POSITIONIERUNG UND WETTBEWERBSSTÄRKE

Vor diesem Hintergrund gelingt es zooplus, durch seine einzigartige Positionierung gegenüber bestehenden Anbietern die Stärken seines Geschäftsmodells konsequent auszuspielen:

- Einkaufsmöglichkeiten online 24h / Tag – 365 Tage / Jahr; keine Einschränkungen durch Öffnungszeiten oder geographische Verfügbarkeit
- Breites Sortimentsspektrum und breite Auswahl; alle Shopprodukte sind direkt ab Zentrallager lieferbar
- Produkte und Marken sind dem Kunden in der Regel bekannt; die Notwendigkeit persönlicher Anschauung oder eines Produkttests im stationären Handel entfällt; alle produktrelevanten Informationen können hervorragend online kommuniziert werden und bieten ein echtes Online-Einkaufserlebnis
- Zeitvorteil durch Bestellung zu Hause oder vom Arbeitsplatz aus; Lieferung erfolgt frei Haus bereits ab niedrigen Bestellwerten
- Attraktive Preispositionierung auf Basis schlanker und effizienter Geschäftsstrukturen; Ziel ist, zooplus aus Kundensicht zum „Best Value"-Lieferanten zu machen

OPERATIVE LEISTUNGSFÄHIGKEIT

Grundlage der Leistungsfähigkeit der zooplus AG sind die operativen Back-End-Strukturen des Unternehmens selbst. Diese umfassen eine leistungsstarke europäische Zentrallogistik und internationale Warenwirtschaft, paneuropäisch integrierte IT-Plattformen sowie die direkte Steuerung der einzelnen Ländermärkte in den Bereichen Marketing, Kundenakquisition, Sortiments- und Preissteuerung über die in München angesiedelte Zentrale beziehungsweise aus den Niederlassungen in Frankreich und Großbritannien heraus. Diese Strukturen ermöglichen die Realisierung substantieller Skaleneffekte auf Basis dynamischen Unternehmenswachstums und schaffen gleichzeitig die Grundlage weiterer Umsatzsteigerungen für die Zukunft.

Konsequente Produktdifferenzierung bestehender Eigenmarken

Wichtiges Element der paneuropäischen Expansion sind dabei auch die zentrale Entwicklung und Vermarktung der zooplus Eigenmarken und Direktimporte.

In Bereichen, in denen stark manuell geprägte Prozesse in Westeuropa nicht effizient abgewickelt werden können, arbeitet das Unternehmen auch eng mit Dienstleistern in

Osteuropa zusammen. Dies betrifft vor allem den mehrsprachigen Kundenservice und erhöht wiederum die Skalierbarkeit des Unternehmens.

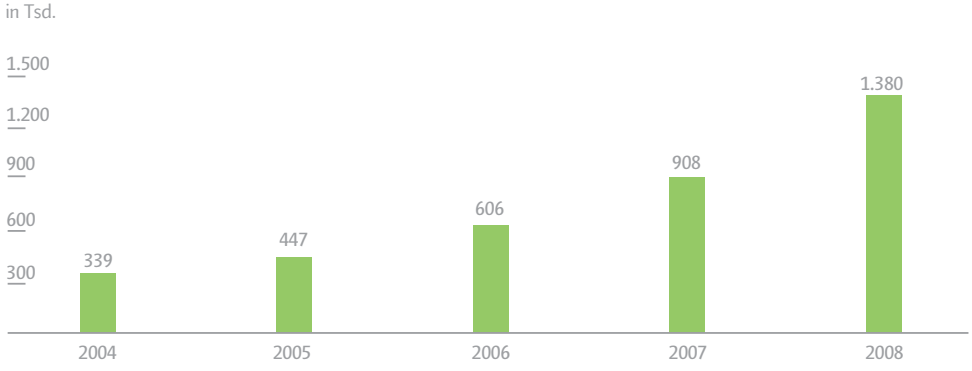
Insgesamt überzeugt zooplus aus Sicht des Kunden auf Basis operativer Exzellenz und eines überlegenen Produktangebots. Klarer Erfolgsmaßstab sind hierbei die außerordentlich hohe Kundenloyalität und Wiederkauffrequenz bestehender Kunden in allen Ländermärkten. Der Erfolg von zooplus hängt entscheidend davon ab, aus Erstkunden zufriedene Wiederkäufer zu machen. Der Erfolg der vergangenen Jahre bestätigt das Geschäftsmodell der zooplus AG hier nachhaltig.

EINZIGARTIGES EINKAUFSERLEBNIS AUS SICHT DES KUNDEN

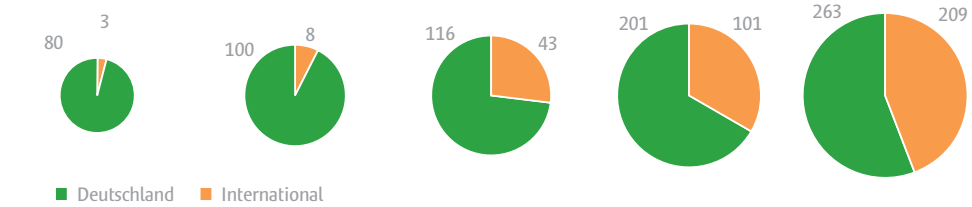
Aus Kundenperspektive ist der Einkauf bei zooplus kaum einfacher denkbar: Sind im Online-Shop aus bis zu 7.000 Artikeln die richtigen Produkte im Warenkorb ausgewählt, erfolgt die Zahlung je nach Wahl des Kunden per Rechnung, Lastschrift, Kreditkarte oder anderen länderspezifischen Zahlungsmethoden. Die Bestellung des Kunden wird in Echtzeit in das zooplus-Distributionszentrum übermittelt und dort im Regelfall binnen 24 Stunden kommissioniert und versandt. So hält der Kunde meist bereits nach zwei Werktagen die bestellte Ware nach der Auslieferung durch Paketdienstleister in den Händen – ein Service, der seinesgleichen sucht.

Mehr und mehr Heimtierbesitzer aus ganz Europa entdecken Online-Shopping für sich und ihr Tier – ein Trend, von dem zooplus in den kommenden Jahren nachhaltig profitieren wird.

Gesamtkundenkonten



Entwicklung der Neukundenakquisitionsleistung (in Tsd.)



KONZERNLAGEBERICHT

GESCHÄFTS- UND RAHMENBEDINGUNGEN

Konzernstruktur und Geschäftstätigkeit

Geschäftsfelder

Die zooplus AG wurde im Jahr 1999 in München gegründet. 2008 war damit das zehnte Geschäftsjahr der Gesellschaft. Das Unternehmen ist im Geschäftsfeld E-Commerce im internetbasierten Handel mit Heimtierprodukten im Endkundenbereich tätig. zooplus ist hierbei das europaweit klar führende Unternehmen in Bezug auf Umsatz, Ertrag und Kundenbasis.

Insgesamt vertreibt zooplus rund 7.000 Futter- und Zubehörartikel in den Gattungen Hund, Katze, Kleintier, Vogel, Reptil, Aquaristik und Pferd. Dies umfasst Produkte des täglichen Bedarfs wie fachhandelsübliche Markenfutter, zooplus-Eigenmarken und Spezialartikel wie Spielzeuge, Pflegeprodukte oder sonstige Accessoires. Auf seinen Webseiten bietet zooplus den Kunden zudem diverse kostenfreie Informationsangebote wie tierärztliche Beratung sowie interaktive Bereiche wie Diskussionsforen und Blogs. Darüber hinaus können Kunden die erworbenen Produkte direkt online bewerten.

zooplus erlöst den größten Teil seiner Umsätze mit dem Verkauf eigener Lagerware aus dem deutschen Zentrallager in Staufenberg/Niedersachsen. Die zentrale Bevorratung ermöglicht es, eine schnelle und einheitliche Lieferung zusammen mit hoher allgemeiner Produktverfügbarkeit gegenüber Kunden in ganz Europa zu gewährleisten. Einen kleineren Teil der Umsätze erzielt zooplus im so genanten „Streckengeschäft", bei dem zooplus Produkte ausgewählter Lieferanten aus deren Lagern verkauft und die Versendung von dort direkt zum Kunden erfolgt. Der Verkauf erfolgt jedoch stets über einen von zooplus betriebenen Online-Shop. Die Auslieferung an den Endkunden übernehmen ausgewählte Paketdienstleister wie DHL, GLS oder andere nationale und internationale Anbieter.

Insgesamt zeichnet sich das von zooplus betriebene Geschäftsmodell durch eine Kombination von breiter Sortimentspalette und effizienten Warenflussprozessen in Verbindung mit einfacher und bequemer Handhabung aus Sicht des Kunden aus.

Märkte

zooplus ist mit einer Reihe von landesspezifischen wie auch länderübergreifenden Online-Shops europaweit in 15 Ländern mit einem Gesamtmarktvolumen im Bereich Heimtier von rund 17 Mrd. EUR vertreten. Nach eigener Einschätzung ist die zooplus AG dabei in allen europäischen Volumenmärkten (Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Niederlande, Spanien und Italien) Marktführer nach Umsatz und Kundenanzahl im Bereich Online.

Zum Stand März 2009 betreibt zooplus insgesamt zehn landesspezifische Webshops: Neben den sechs erwähnten Volumenmärkten (in Deutschland vertreten mit zwei Webschops) zudem Belgien, Irland und Polen. Über zooplus.com werden zusätzlich die Länder Slowenien, Finnland, Schweden, Luxemburg, Dänemark und die Tschechische Republik mit einem englischsprachigen Angebot bedient.

Wesentliche Einflussfaktoren

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

Entwicklung des europäischen Heimtiermarktes

Der europäische Heimtiermarkt in den Ländern der Europäischen Union umfasst ein Marktvolumen von ca. 17 Mrd. EUR (Stand 2007) und ist damit im Vergleich etwa halb so groß wie der europäische Buchmarkt. Allein die sechs Volumenmärkte Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Spanien, Niederlande und Italien umfassen hiervon mit rund 13 Mrd. EUR ca. 75 % des Gesamtvolumens.

Hauptabsatzkanäle für Heimtierbedarfsprodukte sind in allen Ländern der Europäischen Union 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 ca. 150 - 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 (u. a. Spielzeug, Hygieneprodukte, Tiermöbel und Technik) ab.

Insgesamt geht zooplus für die kommenden Jahre von einem stabilen bis leicht steigenden Marktvolumen aus. Historische Zahlen weisen für die vergangenen Jahre 2000 - 2008 durchschnittliche Wachstumszahlen des Gesamtmarktes im niedrigen einstelligen Prozentbereich aus. Europaweit leben in rund einem Drittel aller Haushalte ein oder mehrere Heimtiere. Dies ist bedingt durch leicht wachsende Tierpopulationen, aber auch durch eine Verschiebung im Absatzspektrum hin zu hochwertigeren Produkten und Kategorien innerhalb der Bereiche Futter und Zubehör („Premiumisierung").

Der Heimtiermarkt weist aufgrund der wiederkehrenden Bedarfsmuster vor allem im Bereich Tiernahrung eine nur sehr geringe Saisonalität auf. Rund 70 % der Gesamtnachfrage wird im Bereich der Futtermittel selbst generiert, was dazu führt, dass aus Sicht des Unternehmens

eine überdurchschnittlich stabile mittel- und langfristige Nachfragestruktur existiert. Dies führt auch dazu, dass in einem allgemein wirtschaftlich schwierigeren und rezessionsgeprägten Umfeld der Heimtiermarkt relativ gesehen weniger konjunkturanfällig als andere Konsumgütermärkte ist.

Entwicklung des Online-Handels

Von entscheidender Bedeutung aus Unternehmenssicht ist die Entwicklung des Internets als neuem Vertriebskanal für Heimtierprodukte. Dies wird entscheidend durch drei Faktoren bestimmt, von denen nur einer der direkten Einflussmöglichkeit des Unternehmens unterliegt:

Grundvoraussetzung des europäischen Online-Handels im Endkundenbereich ist der schnelle und zuverlässige Internet-Zugang für breite Schichten der Bevölkerung. Dies ist vor allem getrieben durch die Verfügbarkeit schneller und zuverlässiger stationärer wie zunehmend auch mobiler Internet-Zugänge. Als Folge dessen ist die Zahl der Internet-Nutzer in den vergangenen Jahren stark gestiegen. Dies wiederum führt dazu, dass im Zusammenhang mit der verstärkten Nutzung von Suchmaschinen und anderen Informationsplattformen wie Preisauskünften und Produktvergleichen das allgemeine Interesse an und die Aktivität im Bereich Online-Handel deutlich zugenommen haben.

E-Commerce ist ein zunehmend wichtiger Vertriebskanal des Handels geworden. In Deutschland wurden beispielsweise im Jahr 2007 über 18 Mrd. EUR insgesamt im Online-Handel mit Endverbrauchern umgesetzt. Gerade im Hinblick auf die inhärenten Vorteile des Online-Handels gegenüber bestehenden stationären Handelskonzepten bezüglich Sortimentsbreite und Einkaufskomfort scheint ein weiteres Wachstum dieses Segments in Europa wahrscheinlich. Unabhängige Marktbeobachter wie Forrester Research oder TNS Infratest gehen deshalb auch davon aus, dass der Online-Handel in den kommenden fünf bis sieben 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 Heimtierartikel noch relativ gering und signifikant durch die von zooplus in den europäischen Märkten erzielten Umsätze bestimmt. Nach internen Schätzungen geht das Unternehmen davon aus, dass bislang nur rund 1,5 % des gesamten europäischen Heimtiermarkts auf den Vertriebskanal Internet entfallen.

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

Wettbewerbsposition

Vorsprung gegenüber Online-Wettbewerbern

Generell gelten im Bereich Internet niedrigere Markteintrittsbarrieren als im stationären Handel. zooplus ist deshalb in allen europäischen Märkten mit einer Reihe von meist regional tätigen Kleinanbietern konfrontiert, beispielsweise unabhängigen Zoohandlungen mit individuellem Webshop und lokaler Auslieferméglichkeit.

Im Gegensatz zu diesen ist jedoch allein zooplus strukturell in Bezug auf Größe und europäischer Marktführerschaft in der Lage, entscheidende Vorteile aus Skalen- und Effizienzeffekten zu ziehen, welche existierenden kleineren Anbietern verschlossen bleiben. Dieser Vorsprung in Bereichen wie Einkauf, Eigenmarkenentwicklung, Logistik, Technologie, Kundenservice und Marketing sind entscheidend dafür, dass zooplus sich im Wettbewerb sehr gut aufgestellt sieht. Hinzu kommen weitere relative Vorteile in Bezug auf Markenbekanntheit und Finanzstärke des Unternehmens.

Gleichzeitig trägt die bestehende Kundenbasis von rund einer Million europäischer Kundenaccounts dazu bei, dass zooplus von einer substantiellen Eigendynamik in der Neukundengewinnung durch Empfehlungen („word-of-mouth") bestehender Kunden profitiert.

Vorteile gegenüber dem stationären Wettbewerb

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

zooplus unterhält keine Filialgeschäfte, sondern ist in der Lage, aus einem Zentrallager Kunden in ganz Europa mit einem gegenüber dem stationären Handel deutlich größeren Sortiment zu bedienen. Gleichzeitig erlauben die zentralisierte Struktur des Unternehmens und die damit einhergehenden Effizienzvorteile bestimmte aus dem Größenunterscheid resultierende Nachteile gegenüber den größeren stationären Fachhandelsketten, etwa im Produkteinkauf, wettzumachen.

Mittelfristiges Ziel von zooplus ist es, seine führende Stellung im Bereich Online zu verteidigen und weiter auszubauen und vom erwarteten weiteren substantiellen Wachstum des Online-Handels nachhaltig zu profitieren.

Konzernstruktur

Der zooplus-Konzern umfasst drei 100 %ige Tochtergesellschaften, die im Konzernabschluss konsolidiert werden und vom Konzern abhängig sind.

zooplus AG, München, Deutschland

- bitiba GmbH, München, Deutschland
- matina GmbH, München, Deutschland
- zooplus services Ltd., Oxford, Großbritannien

Die zooplus AG wird von vier Vorständen geleitet:

Dr. Cornelius Patt, Vorstandsvorsitzender (Unternehmensführung, Operations)
Guido Bienhaus (Informationstechnologie)
Florian Seubert (Finanzen, Recht)
Andrea Skersies (Sales, Marketing)

Der Vorstand wird durch den Aufsichtsrat beraten und kontrolliert. Dem Gremium gehören zum Jahresende an:

Felix von Schubert (Vorsitzender)
Frank Seehaus (stellvertretender Vorsitzender)
Dr. Norbert Stoeck

Die Mitarbeiterzahl wurde im Geschäftsjahr von 51 auf 79 Vollzeitbeschäftigte (exklusive Vorstand) per Jahresende erhöht. Darüber hinaus beschäftigt das Unternehmen rund 20 weitere Teilzeit- sowie studentische Hilfskräfte. Die Fluktuationsrate unserer festen Mitarbeiter ist weiterhin branchenunüblich niedrig.

Für zooplus ist das Humankapital unserer Mitarbeiter eine entscheidende Stellgröße des Erfolges. Durch regelmäßig durchgeführte interne Mitarbeiterschulungen sowie die Teilnahme zahlreicher Mitarbeiter an externen Lehrgängen konnte die Arbeitsqualität und das Wertschöpfungspotential unserer Belegschaft weiter erhöht werden.

Unternehmensstrategie – Profitables europaweites Wachstum

Ziel des Managements ist es, die bestehende Marktführerschaft im europäischen Online-Heimtierhandel zu behaupten und auszubauen und gleichzeitig die Erträge des Unternehmens gemessen am Gewinn vor Steuern kontinuierlich zu steigern.

Vor diesem Hintergrund stehen folgende Ziele im Mittelpunkt des Handelns:

- Ausbau und Wachstum der Kundenbasis in allen europäischen Märkten
- Erhöhung des durchschnittlichen Umsatzes und variablen Deckungsbeitrags pro Account und Jahr
- Unterproportionale Steigerung der fixen und quasi-fixen Kosten des Unternehmens (gemessen am Umsatz)

Zur Erreichung dieser Ziele arbeitet das Unternehmen mit einer Reihe von Steuerungsgrößen finanzieller und nicht-finanzieller Art, insbesondere mit folgenden Schwerpunktbereichen:

- Preis- und Sortimentspolitik
- Zukunftsorientierte Neukundenakquisition und Kundenmanagement
- Logistik- und Distributionsmanagement
- Working Capital Management und Zahlungsverkehrsoptimierung

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

Technologie und Entwicklung

zooplus versteht sich in erster Linie als technologieorientiertes Internet-Handelsunternehmen. Die Neu- und Weiterentwicklungen 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 interne Umsetzungskapazität sinnvoll ergänzen können.

Selbstentwickelte Systeme und hochspezifische Software-Lösungen in allen wichtigen Unternehmensbereichen trugen in den vergangenen Jahren entscheidend zum Erfolg der zooplus AG bei und werden aus heutiger Sicht auch in Zukunft wesentlicher Baustein zur Erreichung der Unternehmensziele sein.

Geschäftsbereiche, in denen eigenentwickelte Systeme maßgeblich zum Einsatz kommen sind unter anderem:

- Preis- und Margenmanagement
- Logistiksteuerung und –controlling
- Nationaler und internationaler Zahlungsverkehr
- Online-Marketing und Kundenakquisition
- Working Capital Management und Beschaffung
- Finanzcontrolling

Geschäftsentwicklung 2008

Konjunktur und Gesamtmarkt

Die Weltkonjunktur entwickelt sich seit Anfang 2008 negativ. Die im Jahr 2007 als Subprime-Krise in den Vereinigten Staaten begonnene wirtschaftliche Eintrübung hat sich zum Jahresende hin zu einer umfassenden Rezession in allen führenden Industrieländern entwickelt, die nach Umfang und Ausmaß seit dem Zweiten Weltkrieg singulär erscheint. Das Wachstum der großen internationalen Volkswirtschaften verlangsamte sich im Jahresverlauf rapide, so dass de fakto in Westeuropa und Nordamerika das volkswirtschaftliche Realwachstum 2008 gegen null tendierte. Der wirtschaftliche Ausblick für das Gesamtjahr 2009 sieht eine weitere deutliche Verschlechterung der Gesamtlage voraus.

Auswirkungen auf die Entwicklung der zooplus AG

zooplus geht aus heutiger Sicht davon aus, dass der europäische Heimtiermarkt sich auch in einem von wirtschaftlicher Rezession geprägten Umfeld relativ krisenresistent zeigen wird. Vor dem Hintergrund eines weiterhin sehr starken allgemeinen Wachstums im Bereich Online-Handel und des hohen Umsatzanteils wiederkehrender Bedarfe im Heimtiermarkt allgemein sehen wir zooplus als relativ gut positioniert an, um das laufende Geschäftsjahr 2009 erfolgreich zu meistern.

Generell erwarten wir für den Online-Heimtiermarkt eine Fortsetzung des starken Wachstums in allen europäischen Volumenmärkten.

Besonders im möglichen Falle einer sich verschärfenden konjunkturellen Situation ist eine negative Veränderung des gegenwärtigen Preis- und Margengefüges der Heimtierindustrie insgesamt jedoch nicht auszuschließen. Wir glauben aber auch hier, dass sich zooplus relativ zu anderen Marktteilnehmern in einer guten Ausgangslage befindet, um auch solche – aller Voraussicht nach zeitlich begrenzte – Entwicklungen gut meistern und kompensieren zu können.

Eine detailliertere Unternehmensprognose 2009 findet sich im Abschnitt Prognosebericht dieses Lageberichts.

ERTRAGS-, FINANZ- UND VERMÖGENSLAGE

Ertragssituation

Umsatzentwicklung

zooplus konnte als europäischer Marktführer auch im abgelaufenen Geschäftsjahr die Umsätze und die Gesamtleistung deutlich steigern. Die Gesamtleistung als Summe der Umsatzerlöse und sonstigen betrieblichen Erträge wuchs von 55,4 Mio. EUR um 54 % auf 85,1 Mio. EUR an.

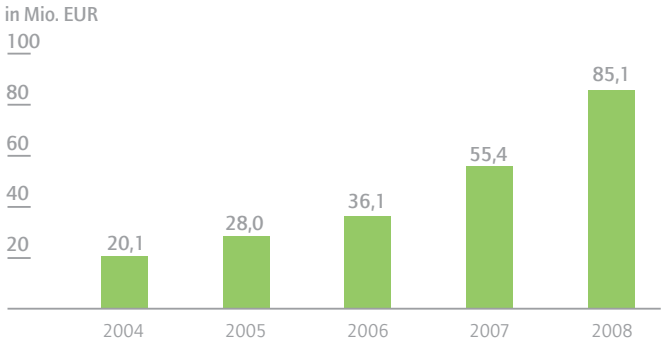
Wesentliche Ursache für diese Entwicklung war neben der signifikanten Vergrößerung der Kundenbasis in allen geographischen Märkten des Unternehmens auch weiterhin die hohe Kundenloyalität und Wiederkaufsrate bestehender Kunden. Beide Trends unterstreichen und belegen nachhaltig den Markterfolg unseres Geschäftsmodells.

Im einzelnen stiegen die Umsatzerlöse von 2007 auf 2008 von 52,5 Mio. EUR auf 80,3 Mio. EUR an. Die sonstigen betrieblichen Erträge erhöhten sich von 2,8 Mio. EUR auf 4,8 Mio. EUR im Berichtszeitraum. Während die Umsatzerlöse den reinen Warenverkauf widerspiegeln, finden sich im Bereich der sonstigen betrieblichen Erträge vor allem branchenübliche Werbekostenerlöse und sonstige Vergütungen. Diese sind historisch relativ konstant proportional zu den erzielten Umsatzerlösen.

Das Geschäft mit Heimtierbedarfsartikeln ist kaum saisonal geprägt.

Insgesamt zeigt sich in der Entwicklung der Umsatzerlöse wie auch der Gesamtleistung deutlich, dass zooplus als Marktführer von einer Migration der Nachfrage weg von klassischen Absatzkanälen im stationären Handel hin zum Online-Handel profitiert.

Gesamtleistung (Umsatz und sonstige betriebliche Erträge)



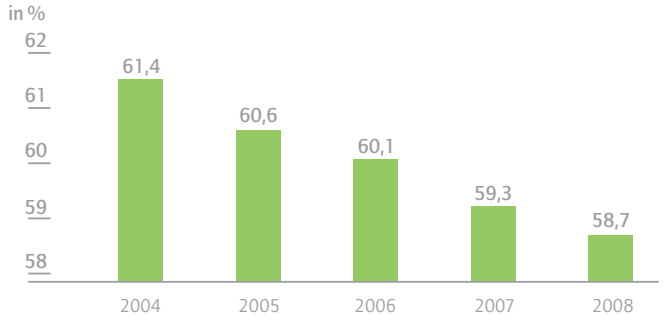
Aufwandspositionen

Im Folgenden sollen die wichtigsten Aufwandspositionen kurz im Überblick in Höhe und Entwicklung dargestellt werden. Für detaillierte Zahlen wird auf den Konzernjahresabschluss und dessen Anhang verwiesen. Alle prozentualen Angaben im folgenden Abschnitt sind Rundungswerte und können im Vergleich zu den Zahlen des Konzernabschlusses geringen Differenzen unterliegen.

Materialaufwand

Der Materialaufwand des Unternehmens wuchs im Berichtszeitraum nur unterproportional zum Vorjahr. Die in 2008 erzielte Materialaufwandsquote in Höhe von 58,7 % der Gesamtleistung verbesserte sich von 59,3 % im Vorjahr. Im Umkehrschluss stieg damit die realisierte Nettowareneinsatzmarge des Unternehmens von 40,7 % in 2007 auf 41,3 % in 2008 an.

Materialaufwandsquote



Hauptgründe dieser Entwicklung waren die kontinuierlich weiterentwickelte Preispolitik des Unternehmens sowie verbesserte Einkaufskonditionen im Herstellergeschäft (Volumeneffekte in Eigen- und Fremdmarken). Gegenläufiger Trend im Berichtsjahr war die sich negativ auswirkende Entwicklung des britischen Pfund Sterling. Hier konnten nicht alle sich durch fallende Pfundkurse real verschlechternde Euroerlöse durch Anpassung lokaler Preise in Großbritannien zeitgleich kompensiert werden.

Aufwendungen für Leistungen an Arbeitnehmer (Personalaufwand)

Hervorzuheben sind auch die sich deutlich unterproportional zur Gesamtleistung entwickelnden Aufwendungen für Leistungen an Arbeitnehmer. Diese stiegen von 3,4 Mio. EUR in 2007 auf 4,2 Mio. EUR in 2008 – dem entspricht eine verbesserte Personalaufwandsquote in Höhe von 4,9 % (bezogen auf die Gesamtleistung) gegenüber 6,1 % im Vorjahr.

Insgesamt wurden durch die hohe Effizienz der betrieblichen Abläufe die Personalkosten in 2008 nur unterproportional zur Steigerung der Gesamtleistung erhöht, was zur Realisierung deutlicher Skaleneffekte führte. Zum Jahresende 2008 waren bei zooplus 79 Mitarbeiter beschäftigt (51 Mitarbeiter zum Ende 2007).

Aufwand für planmäßige Abschreibungen

Der Aufwand für planmäßige Abschreibungen betrug 0,4 Mio. EUR in 2008 gegenüber 0,3 Mio. EUR im Vorjahr. Dies entspricht einem prozentualen Anteil von 0,4 % der Gesamtleistung in 2008 (Vorjahr: 0,6 %)

Aufwand für Kosten der Warenabgabe (Logistik und Distribution)

Das Geschäftsmodell der zooplus AG erfordert die Lagerung, Kommissionierung und den Versand verkaufter Produkte an den Endkunden. Darüber hinaus entstehen zusätzliche Aufwendungen in Bereichen wie Retourenabwicklung, Einlagerung und sonstige Kosten der Logistik und Distribution. Dieser Bereich ist das zooplus-Äquivalent der Filialkosten und sonstigen Verteilkosten des stationären Handels.

Der Aufwand für die Kosten der Warenabgabe stieg von 12,5 Mio. EUR in 2007 auf 17,6 Mio. EUR in 2008, was einer prozentualen Reduktion (bezogen auf die Gesamtleistung) von 22,5 % auf 20,7 % entsprach.

Dies ist vor allem das Resultat nachhaltiger Skaleneffekte im Logistikzentrum der zooplus AG in Staufenberg/Niedersachsen. Das dortige Distributionszentrum nähert sich mittelfristig einer maximalen Jahreskapazität von 130 - 140 Mio. EUR Umsatz an und soll ab dem vierten Quartal 2009 durch ein separates Versandzentrum in den Niederlanden ergänzt werden (siehe auch Prognosebericht).

Aufwand für Kosten der Werbung (Marketing)

Die Kosten für Werbung sind entschieden getrieben durch die Akquisition neuer Kunden in allen europäischen Märkten. Dies geschieht vor allem im Bereich des Online-Marketings, wo die Effizienz einzelner Maßnahmen kontinuierlich gemessen und einzelne Aktivitäten regelmäßig entsprechend adjustiert werden können. Dies betrifft das gesamte Spektrum von Suchmaschinenoptimierung und -marketing über Affiliate-Marketing, sonstige Online-Partnerschaften und Online-Direktmarketing. Darüber hinaus finden ergänzende Aktivitäten im Bereich des klassischen und nicht-online basierten Marketing statt. zooplus legt Wert darauf, dass alle Kernkompetenzen im Bereich des Marketing im Unternehmen selbst vertreten sind, obgleich teilweise auch mit Drittparteien bei der Duchführung von Projekten kooperiert wird.

Der Aufwand für Werbung stieg von 3,0 Mio. EUR in 2007 auf 5,3 Mio. EUR in 2008, was einer prozentualen Erhöhung (bezogen auf die Gesamtleistung) von 5,4 % auf 6,2 % entspricht. Die Erhöhung erfolgte bewusst im Rahmen der Gesamtstrategie des Unternehmens, alle wichtigen europäischen Märkte zu besetzen und kunden- wie umsatzseitig eine kritische Größe sowie die Marktführerschaft zu erlangen. Dies ist aus Sicht des Unternehmens langfristig vor dem Hintergrund des Ziels der nachhaltigen Steigerung des Unternehmenswerts betriebswirtschaftlich sinnvoll und notwendig.

Aufwand für Kosten des Zahlungsverkehrs

Der Aufwand für die Kosten des Zahlungsverkehrs stieg von 0,5 Mio. EUR in 2007 auf 0,8 Mio. EUR in 2008, was insgesamt einem fast gleichbleibenden Verhältnis im Bezug auf die Gesamtleistung des Unternehmens entspricht.

Andere Aufwendungen

Andere Aufwendungen zusätzlich zu den oben geschilderten Bereichen Warenabgabe, Werbung und Zahlungsverkehr umfassten im Berichtszeitraum vor allem die Bereiche Kundenservice, Raumkosten, allgemeine Verwaltungskosten, Technologie und sonstige im Rahmen der normalen Geschäftstätigkeit angefallenen Aufwendungen.

Aufwand des Börsengangs

Der Börsengang der Gesellschaft fand am 9. Mai 2008 am Entry Standard Segment der Frankfurter Wertpapierbörse statt. Das Unternehmen befand sich bereits seit Ende 2006 in der Vorbereitungsphase dieses Schrittes. Die gesamte Projektierung und Umsetzung erfolgte aufgrund des später vorgesehenen Segmentwechsels nach Möglichkeit gemäß den Anforderungen des strikter reglementierten Prime Standard.

Die im Abschluss bilanzierten Aufwendungen umfassen den Gesamtzeitraum 2006 bis Projektende im Juni 2008 und betragen in Summe 2,0 Mio. EUR. Wie in der Konzernkapitalflussrechnung ersichtlich, waren davon nur ca. ein Drittel in 2008 cashwirksam. Der Großteil der Aufwendungen war bereits in 2006 und 2007 cashwirksam und ist in den Vorjahren angefallen.

Finanzaufwendungen

Zur Finanzierung des Working Capitals nutzt die zooplus AG teilweise eine variable Kreditlinie seitens der Hausbank des Unternehmens. Diese Finanzierungsfazilität umfasst insgesamt 3,0 Mio. EUR und wird nicht voll genutzt. Unterjährig schwankte die Nutzung zwischen maximal ca. 2 Mio. EUR und 0 bzw. positivem Saldo der Zahlungsmittel in Höhe von ca. 1,5 Mio. EUR. Hieraus erklären sich auch sowohl die Finanzaufwendungen (Zinskosten) wie auch die Finanzerträge (Zinseinkünfte) des Unternehmens. Darüber hinaus ist zu beachten, dass im ersten Halbjahr eine Rückführung des letzten verbliebenen Aktionärsdarlehens erfolgte, welches bis zur Rückzahlung zinswirksam war.

Steuerertrag

Neben den Kosten des Börsengangs stellt der Ertragsteuerertrag in 2008 den zweiten Ergebnisposten dar, der in Form und Inhalt singulär war und aller Voraussicht nach in den Folgejahren nicht mehr anfallen wird.

Bedingt durch einen in der ersten Hälfte 2008 erfolgten und final positiven Bescheid zur Nutzung der bereits unter HGB bilanziell erfassten Verlustvorträge aus der Anfangsphase des Unternehmens sind diese auch gemäß Internationalen Rechnungslegungsstandards (IFRS) in 2008 – dem Jahr des Bescheids – ergebniswirksam zu erfassen. Aus dieser Situation heraus ergibt sich daher der für 2008 einmalige Effekt eines Steuerertrags aus der Aktivierung latenter Steuern aus Verlustvorträgen in Höhe von 4,9 Mio. EUR.

Ergebnisentwicklung

Wie bereits oben ausgeführt unterliegt das Konzernergebnis 2008 zwei in ihrer Art einmaligen Sonderfaktoren, die in der Betrachtung der allgemeinen Ergebnissituation nach Auffassung des Unternehmens berücksichtigt werden sollten.

Hierbei handelt es sich zum einen um die Kosten des Börsengangs 2008 sowie zum anderen um den Ertrag aus der Aktivierung von latenten Steuern aus Verlustvorträgen aus der Gründungszeit des Unternehmens.

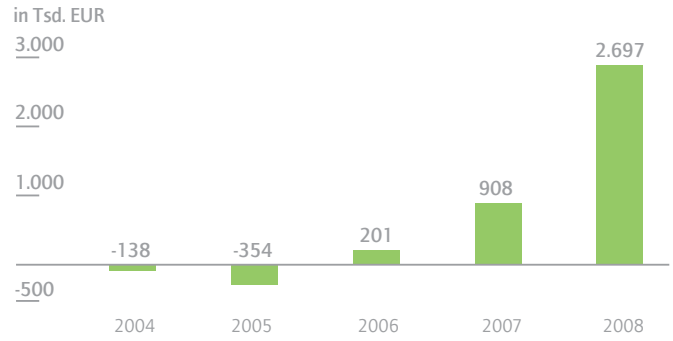
Diese Sonderfaktoren betragen in Summe saldiert 2,9 Mio. EUR, verbessern also das Gesamtergebnis deutlich.

Aus vergleichender Sicht erscheint deshalb das Ergebnis aus der laufenden Geschäftstätigkeit vor den Aufwendungen für den Börsengang am aussagekräftigsten.

Ergebnis aus der laufenden Geschäftstätigkeit vor Aufwendungen Börsengang/EBIT

Das Ergebnis aus der laufenden Geschäftstätigkeit vor Aufwendungen Börsengang verbesserte sich im Berichtszeitraum deutlich von 0,9 Mio. EUR um rund 200 % auf 2,7 Mio. EUR und betrug damit ca. 3,2 % der Gesamtleistung gegenüber 1,6 % in 2007.

EBIT vor Aufwendungen Börsengang



Positive Effekte auf die Entwicklung dieses Ergebnispostens waren unter anderem:

- Senkung der Materialaufwandsquote
- Senkung der prozentualen Kosten der Warenabgabe
- Senkung der Personalaufwandsquote

Negativen Einfluss hatten:

- Erhöhung der Werbeausgaben im Rahmen der Steigerung der Kundenakquisitionsleistung

Ergebnis aus der laufenden Geschäftstätigkeit (nach Aufwendungen Börsengang)/EBIT

Bedingt durch die in 2008 erfolgte Bilanzierung der Gesamtkosten des Börsengangs betrug das Ergebnis aus der laufenden Geschäftstätigkeit (nach Aufwendungen Börsengang)/EBIT insgesamt 0,7 Mio. EUR gegenüber 0,9 Mio. EUR in 2007.

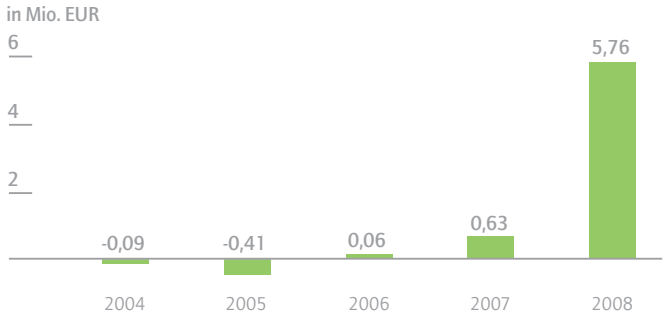
Ergebnis vor Steuern/EBT

Das Ergebnis vor Steuern betrug im Berichtszeitraum 0,6 Mio. EUR gegenüber 0,9 Mio. EUR. Die Veränderung umfasst die Bilanzierung der Gesamtkosten des Börsengangs im Berichtsjahr.

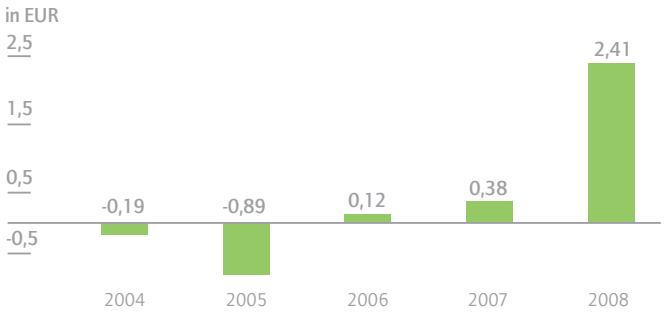
Konzernergebnis

Das Konzernergebnis betrug im Berichtszeitraum 5,8 Mio. EUR gegenüber 0,6 Mio. EUR im Vorjahr. Die Veränderung umfasst die Bilanzierung der Gesamtkosten des Börsengangs wie auch die Sondereffekte aus der Aktivierung latenter Steuern auf Verlustvorträge aus der Gründungszeit des Unternehmens.

Jahresüberschuss



Gewinn pro Aktie



Vermögenssituation

Die langfristigen Vermögenswerte betrugen zum Ende 2008 insgesamt 5,9 Mio. EUR gegenüber 1,0 Mio. EUR zum Ende des Jahres 2007. Dies ist hauptsächlich auf die Aktivierung latenter Steuern auf Verlustvorträge aus der Anfangszeit des Unternehmens zurückzuführen.

Die kurzfristigen Vermögenswerte stiegen im Berichtszeitraum auf 16,8 Mio. EUR zum Ende 2008 gegenüber 10,6 Mio. EUR zum 31.12.2007 an. Hauptgrund hierfür ist die deutliche Erhöhung der Vorräte – bedingt durch die Ausweitung des Eigenmarkengeschäfts wie auch der

bewussten Steigerung von Produktverfügbarkeit und Sortimentsbreite in allen europäischen Märkten. Bezogen auf 2007 ergibt sich hier eine deutlich überproportionale Erhöhung gegenüber dem erzielten Umsatzwachstum. Dies ist jedoch als bewusste Strategie und Entscheidung des Managements zu verstehen.

Gerade in den Bereichen der allgemeinen Produktverfügbarkeit wie auch in den – längerfristigen Bezugszyklen unterliegenden – Eigenmarken sind erhöhte Lagerreichweiten entscheidender Treiber des generierten Umsatzes pro Kundenaccount wie auch der erfolgreichen Margenmaximierung.

Darüber hinaus stiegen im Rahmen des Wachstums des Unternehmens auch erwartungsgemäß die bilanziell erfassten Forderungen aus Lieferungen und Leistungen – dies jedoch deutlich unterproportional zum erzielten Umsatzwachstum. Die Gesamtabschreibung auf diese Forderungen ist mit ca. 1 % der Umsatzerlöse weiterhin auf konstant niedrigem Niveau.

Das Eigenkapital betrug zum Ende 2008 insgesamt 9,9 Mio. EUR gegenüber 4,0 Mio. EUR zum Ende des Jahres 2007. Die Eigenkapitalquote zum 31.12.2008 belief sich damit auf rund 43 %.

Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen betrugen zum 31.12.2008 8,1 Mio. EUR gegenüber 3,1 Mio. EUR zum Jahresende 2007. zooplus nutzt in der Regel die gewährten maximalen Zahlungsziele nur zu ca. 20 % aus, um daraus resultierende Konditions- und Margenverbesserungen zu erzielen. Dies erscheint aus betriebswirtschaftlicher Sicht wie auch vor dem Hintergrund der stabilen Finanzierungslage des Unternehmens sinnvoll. zooplus wird auch in Zukunft je nach Marktlage Frühzahlungen durchführen, um Margen- und Ertragspotentiale zu maximieren.

Das Unternehmen verfügt über eine flexible Kreditlinie seitens unserer Hausbank. Diese wurde im Laufe des Jahres von 1,25 Mio. EUR auf nunmehr 3,0 Mio. EUR erhöht. Insgesamt ist zu vermerken, dass zooplus keinen besonderen Beschränkungen unterliegt, die die Verfügbarkeit von Finanzmitteln hätten beeinträchtigen können.

Die sonstigen Verbindlichkeiten und Finanzschulden blieben im Berichtszeitraum mit 3,3 Mio. EUR zum Ende des Jahres 2008 gegenüber 3,2 Mio. EUR zum 31.12.2007 weitgehend konstant. Wichtigste Veränderung war hier im Berichtszeitraum die erstmalige Abführung für 2006 bis 2008 bisher als Verbindlichkeit erfasster ausländischer Umsatzsteuer in Höhe von ca. 2,5 Mio. EUR aufgrund durch verzögerte steuerliche Registrierung in Frankreich und Großbritannien.

Insgesamt betrug die Bilanzsumme des Unternehmens damit 22,7 Mio. EUR zum Ende des Berichtszeitraumes gegenüber 11,6 Mio. EUR zum 31.12.2007.

Kapitalfluss, Liquidität und Finanzierungssituation

Der Cash-Flow aus der laufenden Geschäftstätigkeit betrug in 2008 - 0,7 Mio. EUR gegenüber -0,5 Mio. EUR im Jahr 2007. Entscheidende Einflussfaktoren waren hierbei die erstmalige Abführung ausländischer Umsatzsteuer in Frankreich und Großbritannien wie auch die bewusste und deutliche Erhöhung der Lagerreichweiten.

Leicht bzw. deutlich niedriger waren der Cash-Flow aus Investitionstätigkeit (-0,6 Mio. EUR in 2008 gegenüber -0,8 Mio. EUR im Jahr 2007) sowie der Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit (-0,7 Mio. EUR in 2008 durch Tilgung des letzten Gesellschafterdarlehens gegenüber 1,9 Mio. EUR in 2007 – letzteres hauptsächlich bedingt durch die in H1 2007 durchgeführte Kapitalerhöhung des Unternehmens als Voraussetzung zur Erreichung der für den Börsengang notwendigen Aktienstückzahl).

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

Insgesamt sieht das Unternehmen sich vor dem Hintergrund des starken Eigenkapitals, der dynamischen und positiven Ergebnissituation wie auch der bestehenden und stabilen Finanzierungen im Fremdkapitalbereich gut gerüstet, auch im kommenden Jahr ein starkes Wachstum mit den einhergehenden Effekten im Working Capital Bereich (hauptsächlich Lageraufbau und Kundenforderungen) finanzierungsseitig gut abbilden zu können.

Gesamtaussage zur wirtschaftlichen Lage der zooplus AG

Die zooplus AG hat sich im Geschäftsjahr 2008 gut entwickelt. Mit einem Wachstum der Gesamtleistung um 54 % auf 85,1 Mio. EUR und einer überproportionalen Steigerung des Ergebnisses der laufenden Geschäftstätigkeit (vor Kosten des Bösengangs) um 200 % auf 2,7 Mio. EUR sowie einem Anstieg des Konzernergebnisses auf 5,8 Mio. EUR (letzteres auch beeinflusst durch deutliche Steuererträge) ist es in 2008 wie auch in 2007 gelungen, dynamisches Wachstum und deutliche Profitabilitätssteigerung miteinander zu verbinden.

RISIKEN UND CHANCEN

Als international aufgestellter Konzern ist zooplus einem Wechselspiel unterschiedlichster Risiken und Chancen ausgesetzt. Die dynamische Erschließung und der Aufbau marktführender Positionen in den wichtigen europäischen Märkten sind die Kernelemente unseres unternehmerischen Handelns. Der Vorstand hat daher frühzeitig ein Risiko- und Chancenmanagement etabliert. Für die Identifizierung und Bewertung von Risiken sowie der daraus resultierenden Maßnahmen sind die einzelnen Funktionsbereiche des Unternehmens verantwortlich.

Wesentliche Chancen und Risiken

Im Folgenden findet sich eine Auswahl der wichtigsten Chancen und Risiken für die Geschäftstätigkeit der zooplus AG.

Wesentliche Chancen

- Nachhaltig wachsendes Marktvolumen im europäischen Internet-Handel
- Erschließung des europäischen Online-Heimtierhandels
- Etablierung eines Online-Marktführers im europäischen Online-Heimtierhandel
- Erreichen von substantiellen und langfristig steigenden Umsatz- und Profitabilitätsniveaus

Wesentliche Risiken

- Langfristige Akzeptanz des Internets als Medium zum Kauf von Heimtierprodukten
- Funktionsfähigkeit interner und externer IT-Systeme und Netzwerke
- Qualität von Produkten und Dienstleistungen externer Lieferanten
- Fremdwährungsrisiken
- Sonstige im Rahmen der allgemeinen Geschäftstätigkeit auftretende Risiken

Vor dem Hintergrund der positiven Gesamtentwicklung des Unternehmens erscheinen aus heutiger Sicht sowohl Risiken als auch Gefährdungspotentiale begrenzt und kontrollierbar. Gegenwärtig und in absehbarer Zeit existieren aus Sicht des Unternehmens keine bestandsgefährdenden Einzelrisiken. Auch gefährden die Einzelrisiken in Summe nicht den Fortbestand unseres Unternehmens.

PROGNOSEBERICHT

Die konjunkturellen volkswirtschaftlichen Rahmenbedingungen werden sich in 2009 gegenüber 2008 vermutlich deutlich verschlechtern. Aus heutiger Sicht bleibt abzuwarten, ob sich der europäische Heimtiermarkt von diesen Tendenzen grundsätzlich wird abkoppeln können. Für unsere Industrie als Ganzes gehen wir für 2009 deshalb von stagnierenden bis leicht schrumpfenden Gesamtumsätzen aus. Es ist damit zu rechnen, dass zumindest kurzfristig in Bereichen des täglichen Bedarfs (Futter) der allgemeine Preis- und Margendruck zunehmen wird. zooplus wird diesbezüglich mit einer Ausweitung des Eigenmarkenspektrums und mit Hilfe einer dynamischeren und flexibleren Preis- und Margensteuerung entgegenwirken.

Unabhängig davon gehen wir jedoch davon aus, dass die Bedeutung des Internets als Absatzkanal auch im kommenden Jahr signifikant zunehmen wird. Hiervon wird auch zooplus deutlich profitieren.

Insgesamt erwarten wir folgende Resultate für das Geschäftsjahr 2009:

- Steigerung der Gesamtleistung um 40 % von 85 Mio. EUR auf 120 Mio. EUR
- Steigerung des Ergebnis vor Zinsen und Steuern von 2,7 Mio. EUR auf 3,4 - 4,0 Mio. EUR

Zur voraussichtlichen Entwicklung wesentlicher Faktoren im Bereich Umsatz und Aufwand:

- Wir rechnen mit einer deutlichen Steigerung der Gesamtumsätze in allen europäischen Märkten auf Basis einer insgesamt deutlich steigenden Zahl von aktiven Kunden (Neu- und Altkunden).
- Wir erwarten für 2009 eine nur leichte Steigerung der Einkaufsmarge vor dem Hintergrund zu erwartender rezessionsbedingter Preis- und Margenvolatilitäten.
- Wir gehen davon aus, dass sich die Logistikkosten im Vergleich zum Umsatz in 2009 leicht erhöhen werden. Dies ist vor allem bedingt durch die geplante Eröffnung eines zweiten Logistikstandorts in den südlichen Niederlanden, der in 2009 zu einem Ansteigen sprungfixer Kosten und einem einmaligen Aufwand in Höhe von ca. 0,8 - 1,0 Mio. EUR führen wird und in der Unternehmensprognose (s. o.) berücksichtigt ist. Langfristig erwarten wir hiervon jedoch eine deutliche Senkung der internationalen Distributionskosten sowie eine nachhaltige Optimierung internationaler Paketlaufzeiten.
- Aufgrund der geplanten deutlichen Steigerung im Bereich der Neukundenakquisition gehen wir für 2009 von leicht steigenden Marketingkosten im Verhältnis zum Umsatz aus. Wir planen für 2009 eine Akquisitionsleistung von ca. 550.000 neuen Kundenaccounts (gegenüber ca. 400.000 neuen Accounts in 2008). Diese zukunftsorientierte Neukundenakquisition stellt aus Unternehmenssicht einen entscheidenden Baustein auf dem Weg zu nachhaltig kritischer Unternehmensgröße und europäischer Marktführerschaft dar.
- Wir gehen von der Realisierung substantieller Skaleneffekte im Bereich Personal, Technologie und den sonstigen betrieblichen Aufwendungen aus.

Wie in den Vorjahren gilt auch in 2009 das Primat des Wachstums für zooplus. Aus Unternehmenssicht ist entscheidend, dass sich zooplus weiterhin als klarer europäischer Marktführer im Online-Heimtierhandel positionieren kann und in den wichtigen Kernmärkten seine Position weiter ausbauen wird. Wir werden deshalb zooplus auch in 2009 klar wachstumsorientiert führen und sehen diese antizyklische Strategie gerade in Zeiten der gesamtwirtschaftlichen Krise als sinnvoll an, um den relativen Vorsprung gegenüber unserem Wettbewerb auszubauen.

Des Weiteren strebt das Unternehmen einen Segmentwechsel vom Entry Standard in den Prime Standard der Frankfurter Wertpapierbörse an. Die Kosten eines möglichen Segmentwechsels sind in der Ergebnisprognose nicht berücksichtigt.

Mittelfristiges Ziel ist die Erreichung der 250 Mio. EUR Marke im gesamteuropäischen Umsatz bei Vorsteuerrenditen im Bereich zwischen 6,0 und 8,0 %.

Gesamtaussage

Der europäische Online-Heimtiermarkt wird weiter nachhaltig wachsen und an Attraktivität gewinnen. Die zooplus AG ist hervorragend aufgestellt, um von diesen Entwicklungen überproportional profitieren zu können. Der Vorstand geht deshalb auch für 2009 von einer günstigen Geschäftsentwicklung aus.

Dr. Cornelius Patt
für den Vorstand der zooplus AG

München, den 30. März 2009

KONZERN-BILANZ

AKTIVA

in EUR	Anhang	31.12.2008	31.12.2007
A. LANGFRISTIGE VERMÖGENSWERTE			
I. Sachanlagen	7	617.976,05	495.724,38
II. Immaterielle Vermögenswerte	8	380.710,71	440.530,54
III. Finanzielle Vermögenswerte		0,00	22.483,50
IV. Aktive latente Steuern	9	4.925.571,12	48.870,22
Langfristige Vermögenswerte, gesamt		**5.924.257,88**	**1.007.608,64**
B. KURZFRISTIGE VERMÖGENSWERTE			
I. Vorräte	10	9.046.252,31	3.347.914,84
II. Geleistete Anzahlungen	11	545.535,66	369.983,34
III. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	12	4.162.587,35	2.572.256,53
IV. Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	13	2.571.722,54	2.939.630,99
V. Zahlungsmittel	14	465.235,72	1.408.758,81
Kurzfristige Vermögenswerte, gesamt		**16.791.333,58**	**10.638.544,51**
Bilanzsumme		**22.715.591,46**	**11.646.153,15**

PASSIVA

in EUR	Anhang	31.12.2008	31.12.2007
A. EIGENKAPITAL			
I. Gezeichnetes Kapital	15	2.406.020,00	2.386.150,00
II. Kapitalrücklage	15	20.556.046,46	20.458.480,93
III. Sonstige Rücklagen		-402,18	-9,32
IV. Ergebnis der Periode und Verlustvortrag	15	-13.083.113,10	-18.838.800,92
Eigenkapital, gesamt		**9.878.551,18**	**4.005.820,69**
B. LANGFRISTIGE VERBINDLICHKEITEN			
Passive latente Steuern	9	**0,00**	**384.939,37**
C. KURZFRISTIGE VERBINDLICHKEITEN			
I. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	17	8.065.705,53	3.134.639,42
II. Finanzschulden	18	1.203.057,45	839.417,51
III. Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	19	3.358.303,17	3.237.888,83
IV. Steuerschulden		144.074,13	47,33
V. Rückstellungen	20	65.900,00	43.400,00
Kurzfristige Verbindlichkeiten, gesamt		**12.837.040,28**	**7.255.393,09**
Bilanzsumme		**22.715.591,46**	**11.646.153,15**

KONZERN-GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

(Gesamtkostenverfahren)

in EUR	Anhang	2008	2007
Umsatzerlöse	21	**80.336.315,74**	**52.546.465,67**
Sonstige Erträge	23	**4.770.559,30**	**2.816.687,96**
Gesamtleistung		**85.106.875,04**	**55.363.153,63**
Materialaufwand		-49.952.043,03	-32.847.769,70
Aufwendungen für Leistungen an Arbeitnehmer	22	-4.171.050,35	-3.354.604,76
davon zahlungswirksam		(-4.082.227,62)	(-3.292.612,39)
davon aktienbasiert und zahlungsunwirksam		(-88.822,73)	(-61.992,37)
Aufwand für planmäßige Abschreibungen	7, 8	-380.547,25	-311.335,45
Andere Aufwendungen	23	-27.905.949,81	-17.940.790,23
davon Kosten der Warenabgabe		(-17.594.794,06)	(-12.454.355,22)
davon Kosten für Werbung		(-5.277.523,63)	(-3.032.871,35)
davon Kosten für Zahlungsverkehr		(-812.284,99)	(-465.493,20)
Ergebnis aus der laufenden Geschäftstätigkeit vor Aufwendungen Börsengang		**2.697.284,59**	**908.653,48**
Aufwendungen Börsengang	13	-1.992.936,72	0,00
Ergebnis aus der laufenden Geschäftstätigkeit		**704.347,87**	**908.653,48**
Finanzerträge	23	20.549,07	24.475,16
Finanzaufwendungen	23	-80.044,28	-53.719,40
Ergebnis vor Steuern		**644.852,66**	**879.409,24**
Ertragsteuerertrag/-aufwand	9	5.110.835,16	-253.394,19
Konzernergebnis		**5.755.687,82**	**626.015,05**
Konzernergebnis je Aktie			
unverwässert	24	2,41	0,38
verwässert	24	2,29	0,38

KONZERN-KAPITALFLUSSRECHNUNG

in EUR	Anhang	2008	2007
Cash-Flow aus der laufenden Geschäftstätigkeit			
Ergebnis vor Steuern aus der laufenden Geschäftstätigkeit		644.852,66	879.409,24
Berichtigungen für:			
Abschreibungen auf das Anlagevermögen	7, 8	380.547,25	311.335,45
Zahlungsunwirksame Personalaufwendungen	16	88.822,73	61.992,37
Zahlungsunwirksame Aufwendungen für Börsengang	13	1.371.110,83	0,00
Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen		109.922,87	1.081,55
Zinsaufwendungen	23	80.044,28	53.719,40
Zinserträge	23	-20.549,07	-24.475,16
Veränderungen der:			
Vorräte		-5.698.337,47	-778.737,70
Geleistete Anzahlungen		-175.552,32	-327.914,73
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen		-1.590.330,82	-1.081.966,70
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte		-983.784,27	-1.582.637,90
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		4.931.066,11	-73.804,76
Sonstigen Verbindlichkeiten		120.414,34	1.996.898,55
Rückstellungen		22.500,00	14.800,00
Gezahlte Ertragsteuern		-6.778,31	0,00
Erhaltene Zinsen		20.549,07	24.475,16
Cash-Flow aus der laufenden Geschäftstätigkeit		**-705.502,12**	**-525.825,23**
Cash-Flow aus der Investitionstätigkeit			
Einzahlungen aus Abgängen von Gegenständen des Sachanlagevermögens/immateriellen Anlagevermögens		28.310,36	0,00
Auszahlungen für Sachanlageinvestitionen (netto)	7, 8	-578.539,79	-797.409,21
Cash-Flow aus der Investitionstätigkeit		**-550.229,43**	**-797.409,21**
Cash-Flow aus der Finanzierungstätigkeit			
Einzahlung aus Kapitalerhöhung	15	28.612,80	1.919.896,00
Tilgung von Darlehen	18	-610.233,64	0,00
Gezahlte Zinsen		-80.044,28	-13.719,40
Cash-Flow aus der Finanzierungstätigkeit		**-661.665,12**	**1.906.176,60**
Nettoveränderung der liquiden Mittel und Wertpapiere		**-1.917.396,67**	**582.942,16**
Zahlungsmittel zu Beginn der Periode		1.179.574,94	596.632,78
Zahlungsmittel am Ende der Periode		**-737.821,73**	**1.179.574,94**
Zusammensetzung des Finanzmittelbestandes am Ende der Periode			
Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten und Schecks	14	465.235,72	1.408.758,81
Kontokorrentverbindlichkeiten	18	-1.203.057,45	-229.183,87
Zahlungsmittel am Ende der Periode		**-737.821,73**	**1.179.574,94**

VERÄNDERUNG DES KONZERN-EIGENKAPITALS

in EUR	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklage	Sonstige Rücklagen	Angesammelte Ergebnisse	Gesamt
Stand am 01. Januar 2008	**2.386.150,00**	**20.458.480,93**	**-9,32**	**-18.838.800,92**	**4.005.820,69**
Erhöhung aus Aktienoptionen	19.870,00	97.565,53	0,00	0,00	117.435,53
Währungsausgleichsposten	0,00	0,00	-392,86	0,00	-392,86
Jahresergebnis 2008	0,00	0,00	0,00	5.755.687,82	5.755.687,82
Stand am 31. Dezember 2008	**2.406.020,00**	**20.556.046,46**	**-402,18**	**-13.083.113,10**	**9.878.551,18**
Stand am 01. Januar 2007	**460.000,00**	**20.388.942,56**	**0,00**	**-19.464.815,97**	**1.384.126,59**
Erhöhung aus Wandelschuld-verschreibung	13.800,00	0,00	0,00	0,00	13.800,00
Kapitalerhöhung gegen Bareinlagen	1.895.200,00	0,00	0,00	0,00	1.895.200,00
Erhöhung aus Aktienoptionen	17.150,00	69.538,37	0,00	0,00	86.688,37
Währungsausgleichsposten	0,00	0,00	-9,32	0,00	-9,32
Jahresergebnis 2007	0,00	0,00	0,00	626.015,05	626.015,05
Stand am 31. Dezember 2007	**2.386.150,00**	**20.458.480,93**	**-9,32**	**-18.838.800,92**	**4.005.820,70**

(Anhang: 15)

KONZERNANHANG

1. INFORMATIONEN ZUM UNTERNEHMEN

Die zooplus AG (nachfolgend „Gesellschaft") ist eine nach deutschem Recht errichtete Aktiengesellschaft, deren Aktien seit 2008 öffentlich gehandelt werden. Sitz der Gesellschaft ist Sonnenstraße 15, 80331 München, Deutschland.

Die zooplus AG und ihre Tochterunternehmen sind im Bereich des Einzelhandels in Bezug auf Haustierbedarf in Deutschland und Europa tätig. Unter Haustierbedarf sind im Wesentlichen Fertignahrung sowie Accessoires zu verstehen. Der Geschäftsbetrieb wird über die Internet-Seiten der Gesellschaft abgewickelt.

Der Konzernabschluss wurde am 31. März 2009 durch den Vorstand zur Veröffentlichung freigegeben.

2. GRUNDLAGEN DER ERSTELLUNG DES ABSCHLUSSES

Der Konzernabschluss der zooplus AG und ihrer Tochterunternehmen (der „Konzern") zum 31. Dezember 2008 wurde in Übereinstimmung mit den International Financial Reporting Standards (IFRS) des International Accounting Standard Board (IASB), wie sie in der Europäischen Union anzuwenden sind, aufgestellt.

Die Erstellung des Konzernabschlusses erfolgt mit Ausnahme der Neubewertung von bestimmten langfristigen Vermögenswerten und Finanzinstrumenten grundsätzlich unter Anwendung des Anschaffungskostenprinzips. Die Gewinn- und Verlustrechnung ist nach dem Gesamtkostenverfahren aufgestellt worden.

Der Konzernabschluss wird in EUR, der funktionalen Währung und der Darstellungswährung des Konzerns, aufgestellt. Sofern nichts anderes angegeben ist, werden sämtliche Werte in ganzen EUR-Zahlen mit Cent-Angaben angegeben.

3. GRUNDSÄTZE DER KONSOLIDIERUNG

Der Konzernabschluss umfasst den Abschluss der zooplus AG und ihrer Tochterunternehmen zum 31. Dezember eines jeden Geschäftsjahres. Die Abschlüsse der Tochterunternehmen werden unter Anwendung konzerneinheitlicher Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden zum gleichen Bilanzstichtag aufgestellt wie der Abschluss des Mutterunternehmens.

Tochtergesellschaften werden ab dem Erwerbszeitpunkt, d. h. ab dem Zeitpunkt, an dem der Konzern die Beherrschung erlangt, voll konsolidiert. Die Einbeziehung in den Konzernabschluss endet, sobald die Beherrschung durch das Mutterunternehmen nicht mehr besteht.

Die Kapitalkonsolidierung erfolgt nach der Erwerbsmethode. Dazu werden die im Rahmen eines Unternehmenszusammenschlusses identifizierbaren Vermögenswerte, Schulden und Eventual-

verbindlichkeiten bei der Erstkonsolidierung mit ihren beizulegenden Zeitwerten bewertet. Der Überschuss der Anschaffungskosten des Erwerbs über den Anteil des Konzerns an dem zum beizulegenden Zeitwert bewerteten Nettovermögen wird als Geschäftswert angesetzt.

Aufwendungen, Erträge, Forderungen und Verbindlichkeiten zwischen den einbezogenen Gesellschaften sowie Zwischengewinne aus konzerninternen Lieferungen von Vorräten und von immateriellen Vermögenswerten werden eliminiert. Auf ergebniswirksame Konsolidierungsvorgänge werden latente Steuern abgegrenzt.

Folgende Tochterunternehmen werden unverändert zum Vorjahr in den Konzernabschluss einbezogen:

	Kapitalanteil	Anteiliges Eigenkapital (IFRS) TEUR
matina GmbH, München	100 %	21
bitiba GmbH, München	100 %	33
zooplus services Ltd., Oxford, Großbritanien	100 %	1

4. BILANZIERUNGS- UND BEWERTUNGSGRUNDLAGEN

Änderungen der Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Die angewendeten Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden entsprechen grundsätzlich den im Vorjahr angewandten Methoden. Darüber hinaus hat der Konzern die neuen Interpretationen IFRIC 11 (Geschäfte mit eigenen Aktien und Aktien von Konzernunternehmen) und IFRIC 14 (die Begrenzung eines leistungsorientierten Vermögenswertes) angewendet, welche für die am 1. Januar 2008 beginnenden Geschäftsjahre verbindlich sind. Diese neuen Interpretationen haben derzeit keine Auswirkungen auf den Konzern.

Folgende bereits veröffentlichte Standards und Interpretationen, die erst nach dem 1. Januar 2008 in Kraft getreten sind, werden nicht vorzeitig angewendet.

- Amendment zu IAS 1 (Darstellung des Jahresabschlusses)
- Amendment zu IAS 23 (Fremdkapitalkosten)
- Amendment zu IAS 32 und IAS 1 (Kündbare Finanzinstrumente und bei Liquidation entstehende Verpflichtungen)
- Amendment zu IFRS 1 und IAS 27 (Anschaffungskosten einer Beteiligung an einem Tochterunternehmen)
- Amendment zu IFRS 2 (Ausübungsbedingungen und Anullierungen)
- IFRS 8 (Geschäftssegmente)
- IFRIC 13 (Kundenbindungsprogramme)

Die Neuerungen finden keine Anwendung im Konzern. IFRS 8 hat derzeit keine Auswirkungen auf den Konzern, allerdings werden im Hinblick auf das Wachstum des Konzerns die Auswirkungen von IFRS 8 für die Zukunft analysiert.

Im Mai 2008 veröffentlichte das IASB erstmals einen Sammelstandard „Improvements to IFRS" zur Änderung verschiedener IFRS Standards mit dem primären Ziel, Inkonsistenzen zu beseitigen und Formulierungen klarzustellen. Für jeden Standard gibt es eigene Übergangsregelungen. Der Konzern hat die Änderungen noch nicht angewandt und geht davon aus, dass diese Änderungen keine wesentlichen Auswirkungen auf den Abschluss haben werden.

Folgende bereits veröffentlichte Standards und Interpretationen, die erst nach dem 1. Januar 2008 in Kraft getreten sind und von der EU bislang noch nicht anerkannt wurden, werden ebenfalls nicht angewendet.

- Amendment zu IAS 39 (Qualifizierende Grundgeschäfte)
- IFRS 1 (Erstmalige Anwendung der International Financial Reporting Standards)
- IFRS 3 (Unternehmenszusammenschlüsse)
- IAS 27 (Konzern- und separate Einzelabschlüsse nach IFRS)
- IFRIC 12 (Dienstleistungskonzessionsvereinbarungen)
- IFRIC 15 (Vereinbarungen über die Errichtung von Immobilien)
- IFRIC 16 (Absicherung einer Nettoinvestition in einen ausländischen Geschäftsbetrieb)
- IFRIC 17 (Sachdividenden an Gesellschafter)
- IFRIC 18 (Übertragung von Vermögenswerten von Kunden)

Sachanlagen

Sachanlagen werden zu Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten abzüglich kumulierter planmäßiger Abschreibungen und/oder kumulierter Wertminderungsaufwendungen angesetzt.

Die Anschaffungs- und Herstellungskosten des Sachanlagevermögens beinhalten den Kaufpreis, Importzölle und sonstige nicht erstattungsfähige Steuern sowie alle direkt zurechenbaren Kosten, die entstehen, um den Vermögenswert in einen betriebsbereiten Zustand zu versetzen. Kaufpreisminderungen wie Rabatte, Boni und Skonti werden vom Kaufpreis abgezogen. Nachträglich anfallende Kosten wie Wartungs- und Instandhaltungskosten werden in der Periode, in der sie anfallen, aufwandswirksam erfasst. Wenn solche Kosten nachweislich zu einer Steigerung des zukünftigen wirtschaftlichen Nutzens führen, der aus dem Gebrauch des Vermögenswertes resultiert und der über dem ursprünglichen Leistungsvolumen liegt, werden die Kosten als nachträgliche Anschaffungs- und Herstellungskosten angesetzt.

Den planmäßigen linearen Abschreibungen liegen die geschätzten Nutzungsdauern der Vermögenswerte zu Grunde, wobei Nutzungsdauern zwischen 3 und 10 Jahren unterstellt werden. Wenn Sachanlagen veräußert werden oder ausscheiden, werden deren Anschaffungskosten

und deren kumulierte Abschreibungen aus der Bilanz ausgebucht und der aus ihrem Verkauf resultierende Gewinn oder Verlust in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasst.

Immaterielle Vermögenswerte

Immaterielle Vermögenswerte werden bei der erstmaligen Erfassung zu ihren Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten angesetzt. In den Folgeperioden werden immaterielle Vermögenswerte zu ihren Anschaffungs- oder Herstellungskosten abzüglich der kumulierten planmäßigen Abschreibungen und der kumulierten Wertminderungsaufwendungen bewertet. Aufwendungen für selbst geschaffene immaterielle Vermögenswerte werden mit Ausnahme von aktivierungsfähigen Entwicklungskosten erfolgswirksam in der Periode erfasst, in der sie anfallen. Aktivierungsfähige Entwicklungskosten liegen derzeit nicht vor.

Immaterielle Vermögenswerte mit begrenzter Nutzungsdauer werden linear über die geschätzte Nutzungsdauer abgeschrieben. Der Abschreibungszeitraum und die -methode werden jährlich zum Ende eines Geschäftsjahres überprüft.

In den immateriellen Vermögenswerten sind die Aufwendungen für die Anschaffung von begrenzt nutzbarer Software ausgewiesen, sofern diese Aufwendungen nicht als Bestandteil der zugehörigen Hardware zu betrachten sind. Die geschätzte Nutzungsdauer dieser entgeltlich erworbenen Vermögenswerte variiert zwischen drei und fünf Jahren.

Wertminderungen von Vermögenswerten des Anlagevermögens

Der Konzern beurteilt an jedem Bilanzstichtag, ob Anzeichen für eine Wertminderung von Gegenständen des Sachanlagevermögens sowie von immateriellen Vermögenswerten vorliegen. Liegen solche Anzeichen vor, nimmt der Konzern eine Schätzung des erzielbaren Betrags des jeweiligen Vermögenswerts vor. Übersteigt der Buchwert eines Vermögenswerts seinen erzielbaren Betrag, wird der Vermögenswert als wertgemindert betrachtet und auf seinen erzielbaren Betrag abgeschrieben. Der erzielbare Betrag eines Vermögenswerts ist der höhere der beiden Beträge aus beizulegendem Zeitwert eines Vermögenswerts abzüglich Veräußerungskosten und dem Nutzungswert. Der Nutzungswert ist der Barwert der erwarteten Erträge aus dem weiteren Gebrauch des Vermögenswertes und dem Verkaufswert am Ende der Nutzungsdauer. Der Nutzungswert wird für jeden Vermögenswert einzeln bzw. für die entsprechende zahlungsmittelgenerierende Einheit ermittelt.

Leasing

Die Feststellung, ob eine Vereinbarung ein Leasingverhältnis ist oder enthält, wird auf Basis des wirtschaftlichen Gehalts der Vereinbarung getroffen und erfordert eine Einschätzung, ob die Erfüllung der vertraglichen Vereinbarung von der Nutzung eines bestimmten Vermögenswerts abhängig ist und ob die Vereinbarung ein Recht auf die Nutzung des Vermögenswerts einräumt.

Finanzierungs-Leasingverhältnisse, bei denen im Wesentlichen alle mit dem Eigentum verbundenen Risiken und Chancen an dem übertragenen Vermögenswert auf den Konzern übertragen werden, lagen im Berichtsjahr 2008 nicht vor, so dass keine Finanzierungs-Leasingverhältnisse zu aktivieren waren.

Leasingzahlungen für Operating-Leasingverhältnisse, bei denen alle wesentlichen Risiken beim Leasinggeber verbleiben, werden linear über die Laufzeit des Leasingverhältnisses als Aufwand in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasst.

Finanzinvestitionen und andere finanzielle Vermögenswerte

Finanzielle Vermögenswerte im Sinne von IAS 39 werden entweder als finanzielle Vermögenswerte, die erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet werden, als Kredite und Forderungen, als bis zur Endfälligkeit gehaltene Finanzinvestitionen, als zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte oder als Derivate, die als Sicherungsinstrument designiert wurden und als solche effektiv sind, klassifiziert.

Finanzielle Vermögenswerte, die als zu Handelszwecken gehalten klassifiziert sind, sind in der Kategorie „erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete finanzielle Vermögenswerte" enthalten. Finanzielle Vermögenswerte werden als zu Handelszwecken gehalten klassifiziert, wenn sie für Zwecke der Veräußerung in der nahen Zukunft erworben werden. Derivative Finanzinstrumente werden auch als zu Handelszwecken gehalten klassifiziert, es sei denn, es handelt sich hierbei um Derivate, die als Sicherheitsinstrument designiert wurden und als solche effektiv sind. Gewinne oder Verluste aus finanziellen Vermögenswerten, die zu Handelszwecken gehalten werden, werden erfolgswirksam erfasst. Zum 31. Dezember 2008 waren keine finanziellen Vermögenswerte als erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet designiert (2007: 0).

Nicht derivative finanzielle Vermögenswerte mit festen oder zumindest ermittelbaren Zahlungsbeträgen und festen Fälligkeitsterminen werden als bis zur Endfälligkeit zu haltende finanzielle Vermögenswerte eingestuft, wenn der Konzern beabsichtigt und in der Lage ist, diese Vermögenswerte bis zur Fälligkeit zu halten. Finanzinvestitionen, die bis zur Endfälligkeit gehalten werden sollen, werden zu fortgeführten Anschaffungskosten unter Anwendung der Effektivzinsmethode bewertet. Diese Methode nutzt einen Kalkulationszinssatz, mit dem geschätzte künftige Zahlungsmittelzuflüsse über die erwartete Laufzeit des finanziellen Vermögenswerts exakt auf den Nettobuchwert des finanziellen Vermögenswerts abgezinst werden. Gewinne und Verluste werden im Periodenergebnis erfasst, wenn die Finanzinvestitionen ausgebucht oder wertgemindert sind sowie im Rahmen von Amortisationen. Zum 31. Dezember 2008 waren keine finanziellen Vermögenswerte als bis zur Endfälligkeit zu haltende finanzielle Vermögenswerte designiert (2007: 0).

Kredite und Forderungen sind nicht derivative finanzielle Vermögenswerte mit festen oder bestimmbaren Zahlungen, die nicht in einem aktiven Markt notiert sind. Nach der erstmaligen Erfassung werden diese Vermögenswerte zu fortgeführten Anschaffungskosten

unter Anwendung der Effektivzinsmethode bewertet. Gewinne und Verluste werden im Periodenergebnis erfasst, wenn die Kredite und Forderungen ausgebucht oder wertgemindert sind sowie im Rahmen von Amortisationen.

Zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte sind jene nicht derivativen finanziellen Vermögenswerte, die als zur Veräußerung verfügbar klassifiziert sind und solche, die nicht in eine der drei vorstehend genannten Kategorien eingestuft sind. Nach dem erstmaligen Ansatz werden zur Veräußerung gehaltene finanzielle Vermögenswerte zum beizulegenden Zeitwert bewertet, wobei nicht realisierte Gewinne oder Verluste in einer separaten Position des Eigenkapitals erfasst werden. Wenn ein solcher Vermögenswert ausgebucht wird, wird der zuvor im Eigenkapital erfasste kumulierte Gewinn oder Verlust erfolgswirksam erfasst. Wenn ein solcher Vermögenswert wertgemindert ist, wird der zuvor direkt im Eigenkapital erfasste kumulierte Verlust erfolgswirksam erfasst.

Die von der Gesellschaft gehaltenen Wertpapiere wurden als zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte klassifiziert.

Wertminderungen von finanziellen Vermögenswerten

Besteht ein objektiver Hinweis, dass eine Wertminderung bei mit fortgeführten Anschaffungskosten bilanzierten Krediten und Forderungen eingetreten ist, ergibt sich die Höhe des Verlusts als Differenz zwischen dem Buchwert des Vermögenswerts und dem Barwert der erwarteten künftigen Cash-Flows, abgezinst mit dem ursprünglichen Effektivzinssatz des finanziellen Vermögenswerts. Der Buchwert des Vermögenswerts wird um den Verlust reduziert. Der Verlustbetrag wird ergebniswirksam erfasst. Verringert sich die Höhe der Wertberichtigung in einer der folgenden Berichtsperioden und kann diese Verringerung objektiv auf einen nach der Erfassung der Wertminderung aufgetretenen Sachverhalt zurückgeführt werden, wird die früher erfasste Wertberichtigung rückgängig gemacht. Eine anschließende Wertaufholung wird ergebniswirksam erfasst, soweit der Buchwert des Vermögenswerts zum Zeitpunkt der Wertaufholung nicht die fortgeführten Anschaffungskosten übersteigt.

Bei Forderungen aus Lieferungen und Leistungen wird eine Wertberichtigung vorgenommen, wenn ein objektiver substantieller Hinweis vorliegt, dass der Konzern nicht in der Lage sein wird, die Forderungen einzuziehen.

Ist ein zur Veräußerung verfügbarer Vermögenswert in seinem Wert gemindert, wird ein im Eigenkapital erfasster Betrag in Höhe der Differenz zwischen den Anschaffungskosten und dem aktuellen beizulegenden Zeitwert, abzüglich etwaiger, bereits früher ergebniswirksam erfasster Wertberichtigungen dieses finanziellen Vermögenswerts, in die Gewinn- und Verlustrechnung umgebucht.

Vorräte

Die Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe sowie die Handelswaren werden mit dem niedrigeren Wert aus Anschaffungs- oder Herstellungskosten und Nettoveräußerungswert bewertet. Der Nettoveräußerungswert ist der geschätzte, im normalen Geschäftsgang erzielbare Verkaufserlös abzüglich der geschätzten noch anfallenden Veräußerungskosten.

Aufgrund des hohen Lagerumschlags und der damit zusammenhängenden kurzen Lagerzeit der Handelswaren werden diese faktisch nach dem FIFO-Verfahren bewertet.

Zahlungsmittel

Die Zahlungsmittel umfassen Bankguthaben und Kassenbestände und werden mit ihrem Nominalwert angesetzt.

Finanzielle Verbindlichkeiten

Finanzielle Verbindlichkeiten im Sinne von IAS 39 werden entweder klassifiziert als finanzielle Verbindlichkeiten, die erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet werden, als Darlehen oder als Derivate, die als Sicherungsinstrument designiert wurden und als solche effektiv sind.

Bei der erstmaligen Erfassung von Darlehen werden diese mit dem beizulegenden Zeitwert der erhaltenen Gegenleistung nach Abzug der mit der Kreditaufnahme verbundenen Transaktionskosten bewertet. Nach der erstmaligen Erfassung werden die verzinslichen Darlehen anschließend unter Anwendung der Effektivzinsmethode zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertet. Gewinne und Verluste werden im Periodenergebnis erfasst, wenn die Schulden ausgebucht werden sowie im Rahmen von Amortisationen.

Ausbuchung finanzieller Vermögenswerte und finanzieller Verbindlichkeiten

Ein finanzieller Vermögenswert wird ausgebucht, wenn eine der drei folgenden Voraussetzungen erfüllt ist:

- Die vertraglichen Rechte auf Cash-Flows aus einem finanziellen Vermögenswert sind erloschen.
- Der Konzern behält die vertraglichen Rechte auf den Bezug von Cash-Flows aus finanziellen Vermögenswerten zurück, übernimmt jedoch eine vertragliche Verpflichtung zur Zahlung der Cash-Flows ohne wesentliche Verzögerungen an eine dritte Partei im Rahmen einer Vereinbarung, die die Bedingungen in IAS 39.19 erfüllt („Pass-Through Arrangement“).

- Der Konzern hat seine vertraglichen Rechte auf Cash-Flows aus einem finanziellen Vermögenswert übertragen und hat (a) im Wesentlichen alle Risiken und Chancen, die mit dem Eigentum am finanziellen Vermögenswert verbunden sind, übertragen oder hat (b) im Wesentlichen alle Risiken und Chancen, die mit dem Eigentum am finanziellen Vermögenswert verbunden sind, weder übertragen noch zurückbehalten, jedoch die Verfügungsmacht über den Vermögenswert übertragen.

Eine finanzielle Verbindlichkeit wird ausgebucht, wenn die dieser Verbindlichkeit zugrunde liegende Verpflichtung erfüllt, aufgehoben oder erloschen ist.

Rückstellungen

Eine Rückstellung wird dann angesetzt, wenn der Konzern eine gegenwärtige (gesetzliche oder faktische) Verpflichtung auf Grund eines vergangenen Ereignisses besitzt, der Abfluss von Ressourcen mit wirtschaftlichem Nutzen zur Erfüllung der Verpflichtung wahrscheinlich und eine verlässliche Schätzung der Höhe der Verpflichtung möglich ist. Rückstellungen werden zu jedem Bilanzstichtag geprüft und an die jeweils beste Schätzung angepasst. Der Rückstellungsbetrag wird mit dem gegenwärtigen Wert der zur Erfüllung der Verpflichtung voraussichtlich notwendigen Aufwendungen ausgewiesen. Ist die Wirkung des Zinseffekts wesentlich, werden Rückstellungen zu einem Zinssatz vor Steuern abgezinst, der gegebenenfalls die für die Schuld spezifischen Risiken widerspiegelt.

Währungsumrechnung

In den Einzelabschlüssen der zooplus AG und der einbezogenen Tochtergesellschaften werden Fremdwährungsgeschäfte mit den Kursen zum Zeitpunkt der Erstverbuchung der Geschäftsvorfälle umgerechnet. Kursgewinne und -verluste werden ergebniswirksam erfasst.

Abschlüsse, die in fremder Währung aufgestellt sind und Transaktionen in fremder Währung werden nach dem Konzept der funktionalen Währung gemäß IAS 21 umgerechnet. Transaktionen in fremder Währung werden mit dem Kurs am Tag der Transaktion in die funktionale Währung umgerechnet. Am Bilanzstichtag werden monetäre Posten zum Stichtagskurs umgerechnet. Hieraus resultierende Umrechnungsdifferenzen werden erfolgswirksam erfasst. Die Abschlüsse von Konzernunternehmen, deren funktionale Währung von der Berichtswährung des Konzerns (EUR) abweicht, werden nach der modifizierten Stichtagskursmethode umgerechnet. Im Konzernabschluss werden die Vermögenswerte und Schulden der Konzernunternehmen von der jeweiligen Landeswährung in EUR mit den Mittelkursen am Bilanzstichtag umgerechnet. Die Positionen der Gewinn- und Verlustrechnung werden mit dem Jahresdurchschnittskurs in Euro umgerechnet. Das so ermittelte Jahresergebnis wird in die Konzernbilanz übernommen. Die Umrechnungsdifferenzen werden ergebnisneutral erfasst.

Aktienbasierte Vergütungen

Die Mitarbeiter des Konzerns erhalten für die geleistete Arbeit eine aktienbasierte Vergütung in Form von Eigenkapitalinstrumenten. Die Aufwendungen aus der Gewährung der Eigenkapitalinstrumente werden mit dem beizulegenden Zeitwert dieser Eigenkapitalinstrumente zum Zeitpunkt ihrer Gewährung bemessen. Der beizulegende Zeitwert wird unter Anwendung einer Black Scholes Formel ermittelt. Bei der Bewertung werden außer den Konditionen, soweit vorhanden, die an den Aktienpreis der zooplus AG gekoppelt sind („Marktbedingungen"), keine weiteren leistungsbezogenen Ausübungsbedingungen berücksichtigt.

Die Aufwendungen aus der Gewährung von Eigenkapitalinstrumenten werden bei gleichzeitiger entsprechender Erhöhung des Eigenkapitals über den Zeitraum erfasst, in dem die Leistungs- bzw. Ausübungsbedingungen erfüllt werden. Dieser Zeitraum endet zu dem Zeitpunkt, ab dem der betreffende Mitarbeiter unwiderruflich bezugsberechtigt wird. Die kumulierten Aufwendun-gen aus der Gewährung von Eigenkapitalinstrumenten reflektieren zu jedem Berichtszeitpunkt bis zum Zeitpunkt der ersten Ausübungsmöglichkeit den Teil des bereits abgelaufenen Erdienungszeitraums sowie die Anzahl der Eigenkapitalinstrumente, die nach bestmöglicher Schätzung des Konzerns schließlich unverfallbar werden. Der Betrag, der der Gewinn- und Verlustrechnung belastet bzw. gutgeschrieben wird, reflektiert die Entwicklung der zu Beginn und am Ende des Berichtszeitraums erfassten kumulierten Aufwendungen.

Ertragserfassung

Erträge werden erfasst, wenn es wahrscheinlich ist, dass der wirtschaftliche Nutzen an den Konzern fließen wird und die Höhe der Erträge verlässlich bestimmt werden kann.

Beim Verkauf von Waren werden Umsatzerlöse realisiert, wenn die Lieferung ausgeführt wurde und der Übergang von Chancen und Risiken auf den Käufer stattgefunden hat. Die aus dem Verkauf von Gütern stammenden Erlöse werden netto, d. h. nach Abzug von Umsatzsteuer, Re-touren, Skonti, Kundenboni und Rabatten, ausgewiesen. Die Veräußerungsgeschäfte erfolgen in der Regel mit einem Rückgaberecht des Käufers. Die Rücksendungen von Kunden nach dem Bilanzstichtag werden in der Regel umsatzerlösmindernd gebucht. Für noch ausstehende un-gewisse Rücksendungen werden Rückstellungen gebildet.

Bei der Erbringung von Dienstleistungen werden Umsatzerlöse in dem Zeitpunkt realisiert, in dem die Dienstleistungen erbracht werden. Bei den Dienstleistungen handelt es sich im Wesentlichen um Boni, Werbekostenzuschüsse und die Bereitstellung von Werbeflächen.

Zinserträge werden erfasst, wenn die Zinsen entstanden sind.

Fremdkapitalkosten

Fremdkapitalkosten werden als Aufwand in der Periode erfasst, in der sie angefallen sind.

Ertragsteuern

Tatsächliche Steuererstattungsansprüche und Steuerschulden
Die tatsächlichen Steuererstattungsansprüche und Steuerschulden für die laufende und frühere Perioden werden mit dem Betrag bemessen, in dessen Höhe eine Erstattung von den Steuerbehörden bzw. eine Zahlung an die Steuerbehörden erwartet wird. Der Berechnung des Betrags werden die Steuersätze und Steuergesetze zu Grunde gelegt, die am Bilanzstichtag gelten.

Latente Steuern

Die Bildung latenter Steuern erfolgt unter Anwendung der Verbindlichkeitsmethode auf zum Bilanzstichtag bestehende temporäre Differenzen zwischen dem Wertansatz eines Vermögenswerts bzw. einer Schuld in der Bilanz und dem steuerlichen Wertansatz.

Latente Steuerschulden werden für alle zu versteuernden temporären Differenzen gebildet mit Ausnahme von:

- latenten Steuerschulden aus dem erstmaligen Ansatz eines Geschäfts- oder Firmenwerts oder eines Vermögenswerts oder einer Schuld aus einem Geschäftsvorfall, der kein Unternehmenszusammenschluss ist und der zum Zeitpunkt des Geschäftsvorfalls weder das handelsrechtliche Periodenergebnis noch das zu versteuernde Ergebnis beeinflusst.
- latenten Steuerschulden aus zu versteuernden temporären Differenzen, die im Zusammenhang mit Beteiligungen an Tochterunternehmen, assoziierten Unternehmen und Joint Ventures stehen, wenn der zeitliche Verlauf der Umkehrung der temporären Differenzen gesteuert werden kann und es wahrscheinlich ist, dass sich die temporären Unterschiede in absehbarer Zeit nicht umkehren werden.

Latente Steueransprüche werden für alle abzugsfähigen temporären Unterschiede und noch nicht genutzte steuerliche Verlustvorträge in dem Maße erfasst, in dem es wahrscheinlich ist, dass zu versteuerndes Einkommen zur Verfügung stehen wird, gegen das die abzugsfähigen temporären Unterschiede und die noch nicht genutzten steuerlichen Verlustvorträge verwendet werden können, mit Ausnahme von:

- latenten Steueransprüchen aus abzugsfähigen temporären Differenzen, die aus dem erstmaligen Ansatz eines Vermögenswerts oder einer Schuld bei einem Geschäftsvorfall entstehen, der kein Unternehmenszusammenschluss ist und der zum Zeitpunkt des Geschäftsvorfalls weder das handelsrechtliche Periodenergebnis noch das zu versteuernde Ergebnis beeinflusst, und
- latenten Steueransprüchen aus zu versteuernden temporären Differenzen, die im Zusammenhang mit Beteiligungen an Tochterunternehmen, assoziierten Unternehmen und Joint Ventures stehen, wenn es wahrscheinlich ist, dass sich die temporären Unterschiede in absehbarer Zeit nicht umkehren werden oder kein ausreichendes zu versteuerndes Ergebnis zur Verfügung stehen wird, gegen das die temporären Differenzen verwendet werden können.

Der Buchwert der latenten Steueransprüche wird an jedem Bilanzstichtag überprüft und in dem Umfang reduziert, in dem es nicht mehr wahrscheinlich ist, dass ein ausreichendes zu versteuerndes Ergebnis zur Verfügung stehen wird, gegen das der latente Steueranspruch zumindest teilweise verwendet werden kann. Nicht angesetzte latente Steueransprüche werden an jedem Bilanzstichtag überprüft und in dem Umfang angesetzt, in dem es wahrscheinlich geworden ist, dass ein künftig zu versteuerndes Ergebnis die Realisierung des latenten Steueranspruchs ermöglicht.

Geschäftsvorfälle nach dem Bilanzstichtag

Geschäftsvorfälle, die nach dem Bilanzstichtag bekannt geworden sind, jedoch bis zum Abschlussstichtag wirtschaftlich entstanden sind, werden im Konzernabschluss berücksichtigt. Wesentliche Geschäftsvorfälle, die nach dem Bilanzstichtag wirtschaftlich entstanden sind, werden erläutert.

5. WESENTLICHE ERMESSENSENTSCHEIDUNGEN UND SCHÄTZUNGEN

Bei der Erstellung des Konzernabschlusses werden vom Management Ermessensentscheidungen, Schätzungen und Annahmen getroffen, die sich auf die Höhe der zum Stichtag ausgewiesenen Erträge, Aufwendungen, Vermögenswerte und Schulden sowie die Angabe von Eventualschulden auswirken. Durch die mit diesen Annahmen und Schätzungen verbundene Unsicherheit könnten jedoch Ergebnisse entstehen, die in zukünftigen Perioden zu erheblichen Anpassungen des Buchwerts der betroffenen Vermögenswerte oder Schulden führen.

Bei der Anwendung der Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden hat die Unternehmensleitung folgende Ermessensentscheidungen, die die Beträge im Abschluss am wesentlichsten beeinflussen, getroffen.

Latente Steuern

Nach IAS 12 sind aktive latente Steuern auf steuerliche Verlustvorträge in dem Umfang zu bilden, in dem es wahrscheinlich ist, dass ein zukünftiges zu versteuerndes Ergebnis zur Verfügung stehen wird, gegen das die noch nicht genutzten steuerlichen Verluste und noch nicht genutzten Steuergutschriften verwendet werden können.

Aufgrund anhängiger Rechtsbehelfsverfahren sowie des ungewissen Ausgangs eines BFH-Verfahrens mit ähnlichem Vorzeichen wurde in den Vorjahren auf eine Aktivierung latenter Steuern auf bis Ende 2007 aufgelaufene Verlustvorträge in Höhe von ca. 16,6 Mio. EUR verzichtet. Aufgrund der neueren Entwicklungen in 2008 gehen wir davon aus, dass bis zum 31. Dezember 2008 fortgeschriebene Verlustvorträge in Höhe von ca. 14,8 Mio. EUR steuerlich nutzbar sind, so dass auf diese Verlustvorträge aktive latente Steuern nach IAS 12 gebildet wurden.

6. SEGMENTBERICHTERSTATTUNG

Ein Segment im Sinne von IAS 14 ist ein abgrenzbarer Teil des Konzerns, der entweder bestimmte Produkte oder Dienstleistungen hervorbringt (Geschäftssegment) oder seine Produkte oder Dienstleistungen in einer bestimmten ökonomischen Umgebung zur Verfügung stellt (geographisches Segment), wobei die jeweiligen Segmente unterschiedlichen Risiken und Chancen unterliegen.

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

7. SACHANLAGEN

in EUR	2008	2007
Anschaffungskosten zum 01. Januar	**1.257.345,10**	**1.129.093,93**
Zugänge	411.882,64	300.755,75
Abgänge	-363.433,79	-172.504,58
Anschaffungskosten zum 31. Dezember	**1.305.793,95**	**1.257.345,10**
Kumulierte Abschreibungen zum 01. Januar	**761.620,72**	**734.153,34**
Abschreibung des Geschäftsjahres	232.004,92	198.890,93
Abgänge	-305.807,74	-171.423,55
Kumulierte Abschreibungen zum 31. Dezember	**687.817,90**	**761.620,72**
Buchwert	617.976,05	495.724,38

Das Sachanlagevermögen umfasst ausschließlich Gegenstände der Betriebs- und Geschäftausstattung.

Es bestehen keine Finanzierungs-Leasingverhältnisse.

Anzeichen für eine Wertminderung lagen zum Zeitpunkt der Abschlusserstellung nicht vor.

8. IMMATERIELLE VERMÖGENSWERTE

in EUR	2008	2007
Anschaffungskosten zum 1. Januar	**639.125,83**	**211.398,97**
Zugänge	166.657,15	496.653,46
Abgänge	-118.287,21	-68.926,60
Anschaffungskosten zum 31. Dezember	**687.495,77**	**639.125,83**
Kumulierte Abschreibungen zum 1. Januar	**198.595,28**	**155.065,22**
Abschreibung des Geschäftsjahres	148.542,33	112.444,52
Abgänge	-40.352,55	-68.914,46
Kumulierte Abschreibungen zum 31. Dezember	**306.785,06**	**198.595,28**
Buchwert	380.710,71	440.530,55

Die immateriellen Vermögenswerte beinhalten ausschließlich Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten, deren Restnutzungsdauern zwischen drei und fünf Jahren liegen.

Anzeichen für eine Wertminderung lagen zum Zeitpunkt der Abschlusserstellung nicht vor.

Für die immateriellen Vermögenswerte bestehen keine Beschränkungen von Verfügungsrechten. Es wurden weiterhin keine Vermögenswerte als Sicherheit für Schulden verpfändet.

9. ERTRAGSTEUERN

Die wesentlichen Bestandteile des Ertragsteueraufwands für die Geschäftsjahre 2008 und 2007 setzen sich wie folgt zusammen:

in EUR	2008	2007
Tatsächliche Ertragsteuern		
Laufende Ertragsteuern	150.805,11	49,65
Latente Ertragsteuern		
aus temporären Differenzen	-415.856,23	197.388,06
aus Verlustvorträgen	-4.845.784,04	55.956,48
	-5.110.835,16	**253.394,19**

Der latente Steueraufwand ergibt sich aus der Anwendung des am Bilanzstichtag gültigen Inlandssteuersatzes von 32,98 % (Vorjahr: 28,08 %) unter Berücksichtigung der Sitzverlegung der zooplus AG. Der Steuersatz berücksichtigt die Gewerbeertragsteuer sowie die Körperschaftsteuer bzw. den Solidaritätszuschlag.

Die Überleitungsrechnung zwischen dem Ertragsteueraufwand und dem Produkt aus bilanziellem Periodenergebnis und dem anzuwendenden Steuersatz des Konzerns für die Geschäftsjahre 2008 und 2007 setzt sich wie folgt zusammen:

in TEUR	2008	2007
Ergebnis vor Ertragsteuern	645	879
Ertragsteueraufwand zum Steuersatz in Deutschland von 29,71 % (2007: 28,08 %)	192	328
Nicht abzugsfähige Aufwendungen aus Aktienoptionen	26	17
Nicht abziehbare Betriebsausgaben	9	10
Effekt aus Steuersatzänderung (latente Steuern)	23	-102
Nachholung bisher nicht aktivierter Verlustvorträge	-5.361	0
In der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung ausgewiesener Ertragsteueraufwand	-5.111	253

Die latenten Steuern setzen sich zum Bilanzstichtag wie folgt zusammen:

in EUR	2008	2007
Aktive latente Steuern		
Immaterielle Vermögenswerte	3.919,92	3.992,57
Vorräte	51.696,27	20.706,76
Verlustvorträge	4.869.954,93	24.170,89
	4.925.571,12	**48.870,22**
Passive latente Steuern		
Aktive Rechnungsabgrenzungsposten (IPO-Kosten)	0,00	384.939,37

Aktive latente Steuern wurden auf steuerliche Verlustvorträge gebildet, da der Konzern davon ausgeht, dass diese Verluste mit künftigem zu versteuerndem Ergebnis verrechnet werden können.

Aufgrund der neueren Entwicklungen in 2008 wurden erstmalig auf bis Ende 2008 aufgelaufene Verlustvorträge in Höhe von ca. 14,8 Mio. EUR aktive latente Steuern gebildet.

Steuerliche Verluste in Deutschland können bis zu einem Betrag in Höhe von 1,0 Mio. EUR in vollem Umfang, darüber hinaus jedoch nur zu 60 % mit steuerlichen Verlustvorträgen verrechnet werden.

10. VORRÄTE

Die Bilanzposition setzt sich wie folgt zusammen:

in EUR	2008	2007
Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe	57.600,00	17.640,00
Waren	8.988.652,31	3.330.274,84
	9.046.252,31	**3.347.914,84**

Die Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe setzen sich im Wesentlichen aus Verpackungsmaterialien für den Versandhandel zusammen.

Zum Bilanzstichtag lagen keine Gründe für eine Wertminderung vor, die mit einer Wertberichtigung hätten berücksichtigt werden müssen.

11. GELEISTETE ANZAHLUNGEN

Bei den geleisteten Anzahlungen handelt es sich in voller Höhe um Anzahlungen auf Lieferungen von Gegenständen des Vorratsvermögens.

12. FORDERUNGEN AUS LIEFERUNGEN UND LEISTUNGEN

Sämtliche Forderungen aus Lieferungen und Leistungen haben eine Restlaufzeit von bis zu einem Jahr und sind nicht verzinslich. Die Fälligkeit beträgt in der Regel 30 Tage. Es bestehen keinerlei Beschränkungen von Verfügungsrechten.

Eine Analyse der überfälligen Forderungen aus Lieferungen und Leistungen zum 31. Dezember 2008 stellt sich wie folgt dar:

	nach Wertminderungen	Wertminderungen	vor Wertminderungen	noch nicht überfällig	überfällig		
in TEUR					< 30 Tage	30 - 90 Tage	> 90 Tage
2008	4.163	2.065	6.228	2.567	899	405	2.357
2007	2.572	1.206	3.778	1.607	387	426	1.358

Zum 31. Dezember 2008 waren Forderungen im Nennwert von 2.065 TEUR wertgemindert (Vorjahr: 1.206 TEUR). Die Wertberichtigungen betreffen im Wesentlichen Forderungen gegenüber Kunden aufgrund von Privatinsolvenzen bzw. Verjährungen. Da eine Beurteilung jedes einzelnen Sachverhalts mit einem erheblichen zeitlichen und organisatorischen Aufwand verbunden wäre, wurden die Wertberichtigungen aufgrund von Erfahrungswerten gebildet. Die Entwicklung des Wertberichtigungskontos stellt sich wie folgt dar:

in EUR	2008	2007
Stand 1. Januar	1.205.900,00	963.000,00
Aufwandswirksame Zuführungen	859.500,00	242.900,00
Stand 31. Dezember	2.065.400,00	1.205.900,00

In den sonstigen betrieblichen Aufwendungen sind 859 TEUR (Vorjahr: 243 TEUR) als Zuführung zu den Wertberichtigungen und 268 TEUR (Vorjahr: 226 TEUR) als Forderungsverluste erfasst worden.

13. SONSTIGE KURZFRISTIGE VERMÖGENSWERTE

in EUR	2008	2007
Debitorische Kreditoren	1.334.790,29	950.040,85
Umsatzsteuerforderungen	970.959,80	417.302,49
Forderungen gegen Personal	51.108,78	41.522,58
Abgegrenzte IPO-Kosten	0,00	1.371.110,83
Sonstige	223.254,82	159.654,34
	2.571.722,54	**2.939.630,99**

Im Zusammenhang mit dem geplanten Börsengang der zooplus AG waren in den Vorjahren Aufwendungen in Höhe von 1.371 TEUR angefallen, die unmittelbar der Beschaffung von Eigenkapital zuzurechnen waren. Aufgrund der Verzögerung des Börsengangs waren diese Aufwendungen abgegrenzt worden und sollten nach erfolgtem Börsengang mit dem Eigenkapital verrechnet werden. Tatsächlich kam es im Rahmen der Börsennotierung in 2008 zu keiner Kapitalerhöhung, so dass die abgegrenzten IPO-Kosten erfolgswirksam ausgebucht wurden.

Sämtliche sonstigen kurzfristigen Vermögenswerte haben eine Restlaufzeit von bis zu einem Jahr.

14. ZAHLUNGSMITTEL

in EUR	2008	2007
Guthaben bei Kreditinstituten	463.214,52	1.407.323,39
Kassenbestand	2.021,20	1.435,42
	465.235,72	**1.408.758,81**

Guthaben bei Kreditinstituten werden mit variablen Zinssätzen für täglich kündbare Guthaben verzinst.

Der Finanzmittelbestand für Zwecke der Konzern-Kapitalflussrechnung umfasst die oben genannten flüssigen Mittel abzüglich kurzfristiger Kontokorrentverbindlichkeiten. Die Zahlungsströme aus der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit wurden nach der indirekten Methode aufgestellt.

Teilweise genutzte Kreditlinien bestehen zum 31. Dezember 2008 in Höhe von 3,0 Mio. EUR (Vorjahr: 1,25 Mio. EUR)

15. EIGENKAPITAL

Gezeichnetes Kapital

Das gezeichnete Kapital entspricht dem Grundkapital der zooplus AG in Höhe von 2.406.020,00 EUR (Vorjahr: 2.386.150,00 EUR). Es ist in voller Höhe eingezahlt und in auf den Inhaber lautende Stückaktien (Aktien ohne Nennbetrag) mit einem rechnerischen Anteil am Grundkapital von 1,00 EUR je Aktie eingeteilt.

Genehmigtes Kapital

Der Vorstand ist aufgrund des Beschlusses der Hauptversammlung vom 25. April 2008 ermächtigt, das Grundkapital der Gesellschaft mit Zustimmung des Aufsichtsrats bis zum 24. April 2013 einmalig oder mehrmalig, ganz oder in Teilbeträgen, um bis zu insgesamt 1.193.075,00 EUR gegen Bar- und/oder Sacheinlagen durch Ausgabe von neuen, auf den Inhaber lautenden Stückaktien mit einem rechnerischen Anteil am Grundkapital von 1,00 EUR je Aktie zu erhöhen (Genehmigtes Kapital 2008/I). Der Vorstand ist ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats die weiteren Einzelheiten der Durchführung von Kapitalerhöhungen aus dem Genehmigten Kapital 2008 festzulegen.

Bedingtes Kapital

Mit Beschluss der Hauptversammlung vom 27. April 2007 wurde das von der Hauptversammlung am 27. Dezember 2004 in Höhe von 12.114,00 EUR beschlossene und am 9. Februar 2005 in das Handelsregister eingetragene bedingte Kapital III bzw. 2004/I in Höhe von 3.358,00 EUR teilweise aufgehoben. Das bedingte Kapital III bzw. 2004/I dient ausschließlich zum Zweck der Bedienung von zu gewährenden Optionsrechten an die Mitarbeiter der Gesellschaft im Rahmen des Aktienoptionsprogramms 2004/05.

Zur Sicherung der Bezugsrechte aus Aktienoptionen im Rahmen der Aktienoptionsprogramme 2007/I und 2007/II wurde auf der Grundlage der Hauptversammlungsbeschlüsse vom 27. April 2007 das Grundkapital durch die Ausgabe von bis zu 3.358 bzw. bis zu 35.266 vinkulierten Namensaktien mit einem Nennbetrag von 1,00 EUR bedingt um 3.358,00 EUR (Bedingtes Kapital 2007/I) bzw. um 35.266,00 EUR (Bedingtes Kapital 2007/II) erhöht.

Zum 31. Dezember 2008 besteht folgendes bedingtes Kapital:

in EUR	2008	2007
Bedingtes Kapital III	6.760,00	26.630,00
Bedingtes Kapital 2007/I	16.790,00	16.790,00
Bedingtes Kapital 2007/II	176.330,00	176.330,00
	199.880,00	**219.750,00**

Kapitalrücklage

Die Kapitalrücklage beträgt zum 31. Dezember 2008 20.556.046,46 EUR. Die Erhöhung der Kapitalrücklage resultiert aus der Bilanzierung von Aufwendungen im Zusammenhang mit dem Mitarbeiteraktienoptionsprogramm (vgl. weitere Ausführungen unter Punkt 16 in diesem Anhang) sowie dem Aufgeld aus der im Geschäftsjahr erfolgten bedingten Kapitalerhöhung. Zum Bilanzstichtag ergibt sich folgende Zusammensetzung:

in TEUR	2008	2007
Aufgeld aus Finanzierungsrunden	15.003	15.003
Gewandelte Gesellschafterdarlehen	4.820	4.820
Aufgeld bedingte Kapitalerhöhung	16	7
Wandelschuldverschreibung/ Mitarbeiteraktienoptionen	717	628
	20.556	**20.458**

Ergebnis der Periode und Verlustvortrag

in EUR	2008	2007
Verlustvortrag – Stand 1. Januar	-18.838.800,92	-19.464.815,97
Ergebnis der Periode	5.755.687,82	626.015,05
Verlustvortrag – Stand 31. Dezember	-13.083.113,10	-18.838.800,92

16. AKTIENBASIERTE VERGÜTUNG

Der erfasste Aufwand für während des Geschäftsjahres erhaltene Leistungen stellt sich wie folgt dar:

in EUR	2008	2007
Aufwand für Führungskräfte	42.184,33	16.959,42
Aufwand für Mitarbeiter	46.638,40	45.032,95
Gesamtaufwand	**88.822,73**	**61.992,37**

Mitarbeiterbeteiligungsprogramme

Nach dem Aktienoptionsprogramm 2004/2005 können die Mitarbeiter Aktien der zooplus AG beziehen. Jede Option berechtigt zum Bezug von jeweils fünf Inhaberstückaktien der zooplus AG mit einem rechnerischen Anteil am Grundkapital von 1,00 EUR je Aktie. Der Bezugspreis beträgt dabei 1,44 EUR je Aktie. Die Optionen können nur in Aktien bedient werden. Die Optionsrechte können frühestens nach Ablauf von zwei Jahren seit Gewährung der Optionsrechte ausgeübt werden. Danach können 50 % der einem Bezugsberechtigten in einer Tranche gewährten Optionsrechte sofort, die verbleibenden Optionsrechte zu je 1/24 frühestens nach Ablauf je eines weiteren Monats ausgeübt werden (Wartefrist). Die Ausübung hat spätestens sieben Jahre nach Gewährung der Optionsrechte zu erfolgen.

Auf der Grundlage des Beschlusses der ordentlichen Hauptversammlung vom 27. April 2007 hat der Vorstand am 29. Juni 2007 mit der Zustimmung des Aufsichtsrats die Auflage des Aktienoptionsprogramms 2007/I zur Ausgabe von Aktienoptionen mit Bezugsrecht auf Aktien der zooplus AG an Arbeitnehmer der Gesellschaft beschlossen.

Nach dem Aktienoptionsprogramm 2007/I können vom Vorstand und Aufsichtsrat bestimmte Arbeitnehmer der zooplus AG insgesamt bis zu 16.790 Stückaktien der Gesellschaft beziehen. Jede Option berechtigt zum Bezug von jeweils fünf Inhaberstückaktien der zooplus AG mit einem rechnerischen Anteil am Grundkapital von 1,00 EUR je Aktie. Der Bezugspreis beträgt dabei 1,44 EUR je Aktie. Die Optionen können nur in Eigenkapitalinstrumenten bedient werden. Die Optionsrechte können frühestens nach Ablauf von zwei Jahren seit Gewährung der Optionsrechte ausgeübt werden. Danach können 50 % der einem Bezugsberechtigten in einer Tranche gewährten Optionsrechte sofort, die verbleibenden Optionsrechte zu je 1/24 frühestens nach Ablauf je eines weiteren Monats ausgeübt werden (Wartefrist). Die Ausübung hat spätestens sieben

Jahre nach Gewährung der Optionsrechte zu erfolgen. Aus den Aktienoptionen können Bezugsrechte nur ausgeübt werden, wenn die zooplus AG ohne Einbeziehung ihrer Tochtergesellschaften in einem Kalenderquartal vor dem 31. Dezember 2009 mindestens einen Umsatz von 20 Mio. EUR und in zwei aufeinander folgenden Quartalen zusammen mindestens einen Umsatz von 35 Mio. EUR erwirtschaftet hat.

Der beizulegende Zeitwert der gewährten Optionen wurde im Zeitpunkt der Gewährung unter Anwendung der Black Scholes Formel bestimmt. Der aktuelle Kurs der zugrunde liegenden Aktien wurde mit Hilfe einer aktuellen Unternehmenswertberechnung ermittelt. Daraus ergab sich ein durchschnittlicher Aktienkurs im Zeitpunkt der Gewährung der Optionen in Höhe von 7,51 EUR. Die Volatilität wurde auf Basis von Marktdaten mit 30 % geschätzt, der risikolose Zinssatz mit 4,5 % und die antizipierte Laufzeit der Optionen mit 3,5 Jahren. Bei der Ermittlung des beizulegenden Zeitwerts wurden keine weiteren Faktoren, die im Zusammenhang mit der Ausgabe der Optionen stehen, berücksichtigt.

Optionsplan für Führungskräfte

Auf der Grundlage des Beschlusses der ordentlichen Hauptversammlung vom 27. April 2007 hat der Aufsichtsrat der zooplus AG am 29. Juni 2007 die Auflage des Aktienoptionsprogramms 2007/II zur Ausgabe von Aktienoptionen mit Bezugsrecht auf Aktien der zooplus AG an Mitglieder des Vorstands beschlossen.

Nach dem Aktienoptionsprogramm 2007/II können die Mitglieder des Vorstands der zooplus AG insgesamt bis zu 176.330 Stückaktien der Gesellschaft beziehen. Jede Option berechtigt zum Bezug von jeweils fünf Inhaberstückaktien der zooplus AG mit einem rechnerischen Anteil am Grundkapital von 1,00 EUR je Aktie. Der Bezugspreis pro Aktie beträgt dabei 12,50 EUR je Aktie. Die Optionen können nur in Eigenkapitalinstrumenten bedient werden. Die Optionsrechte können frühestens nach Ablauf von zwei Jahren seit Gewährung der Optionsrechte ausgeübt werden. Die Ausübung hat spätestens sieben Jahre nach Gewährung der Optionsrechte zu erfolgen. Aus den Aktienoptionen können Bezugsrechte nur ausgeübt werden, wenn die zooplus AG ohne Einbeziehung ihrer Tochtergesellschaften in einem Kalenderquartal vor dem 31. Dezember 2009 mindestens einen Umsatz von 20 Mio. EUR und in zwei aufeinander folgenden Quartalen zusammen mindestens einen Umsatz von 35 Mio. EUR erwirtschaftet hat.

Der beizulegende Zeitwert der gewährten Optionen wurde analog zum Aktienoptionsprogramms 2007/I ermittelt.

Die Entwicklung der Aktienoptionen lässt sich wie folgt darstellen:

in EUR	2008	2007
Zu Beginn der Periode ausstehend	43.739	8.756
In der Berichtsperiode verfallen	689	153
In der Berichtsperiode ausgeübt	3.974	3.430
In der Berichtsperiode gewährt	0	38.566
Zum Ende der Periode ausstehend	39.076	43.739

(Optionen berechtigen jeweils zum Bezug von fünf Aktien.)

Die Ausübungspreise für die am 31. Dezember 2008 ausstehenden Aktien liegen zwischen 1,44 EUR und 12,50 EUR.

17. VERBINDLICHKEITEN AUS LIEFERUNGEN UND LEISTUNGEN

Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sind innerhalb eines Jahres fällig und sind nicht verzinslich. Die Fälligkeiten liegen in der Regel zwischen 14 und 30 Tagen.

18. FINANZSCHULDEN

in EUR	2008	2007
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	1.203.057,54	229.183,87
Darlehen (inklusive Zinsen)	0,00	610.233,64
	1.203.057,54	**839.417,51**

Die Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten stellen in voller Höhe Kontokorrentverbindlichkeiten mit variabler Verzinsung dar.

Die im Vorjahr ausgewiesenen Darlehensbeträge waren mit 8% nachrangig verzinst. Die Darlehen wurden am 29. Februar 2008 vollständig zurückgeführt.

19. SONSTIGE KURZFRISTIGE VERBINDLICHKEITEN

in EUR	2008	2007
Verbindlichkeiten aus Steuern		
Umsatzsteuer Ausland	1.547.234,57	2.302.410,92
Lohn- und Kirchensteuer	750.334,86	40.735,69
	2.297.569,43	**2.343.146,61**
Weitere sonstige Verbindlichkeiten		
Kreditorische Debitoren	26.955,53	371.298,85
Urlaubsverpflichtung	118.000,00	83.600,00
Abschluss- und Prüfungskosten	57.100,00	47.700,00
Tantieme, Boni	590.350,00	224.665,00
Sonstige	268.328,21	167.478,37
	1.060.733,74	**894.742,22**
	3.358.303,17	**3.237.888,83**

Die sonstigen kurzfristigen Verbindlichkeiten haben eine Restlaufzeit von bis zu einem Jahr und sind unverzinslich.

20. RÜCKSTELLUNGEN

Die Rückstellungen beinhalten ausschließlich Rückstellungen für zu erwartende Rücksendungen von Kunden nach dem Bilanzstichtag. Die Bewertung erfolgt auf Basis von Erfahrungswerten aus den Vorjahren. Die Rückstellungen haben sich wie folgt entwickelt:

in EUR	2008	2007
Stand 1. Januar	43.400,00	28.600,00
Verbrauch	43.400,00	-28.600,00
Zuführung	65.900,00	43.400,00
Stand 31. Dezember	65.900,00	43.400,00

21. UMSATZERLÖSE

in EUR	2008	2007
Deutschland	57.014.151,97	41.895.219,97
Frankreich	8.360.208,03	3.788.452,59
Großbritannien	6.228.871,53	3.789.142,18
Sonstige Länder	8.733.084,21	2.983.650,93
	80.336.315,74	**52.546.465,67**

Die Umsätze des Konzerns betreffen den Verkauf von Gütern des Heimtierbereichs. Die Umsätze in den sonstigen Ländern betreffen insbesondere Italien, Spanien, die Niederlande und Österreich. Daneben ist der Konzern in einer Reihe kleinerer Märkte in Europa tätig.

22. AUFWENDUNGEN FÜR LEISTUNGEN AN ARBEITNEHMER

in EUR	2008	2007
Löhne und Gehälter	3.635.826,34	2.913.826,44
Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung	535.224,01	440.778,32
	4.171.050,35	**3.354.604,76**

Bezüglich des im Rahmen der aktienbasierten Vergütung angefallenen Personalaufwands verweisen wir auf unsere Ausführungen unter 16.

Zum Jahresende wurden 79 Mitarbeiter (ohne Vorstand; Vorjahr: 51) beschäftigt.

23. SONSTIGE ERTRÄGE UND AUFWENDUNGEN

Sonstige Erträge

in EUR	2008	2007
Erträge aus Vermarktungsleistungen	3.881.249,51	2.392.844,38
Erträge aus Mahngebühren	237.641,55	157.848,29
Erträge aus Katalogwerbung	43.200,00	69.300,00
Weitere sonstige betriebliche Erträge	608.968,24	196.695,29
	4.770.559,30	**2.816.687,96**

Sonstige Aufwendungen

in EUR	2008	2007
Kosten der Warenabgabe	17.594.794,06	12.454.355,22
Werbekosten	5.277.523,63	2.869.151,81
Zahlungsverkehr	812.284,99	465.493,20
Weitere sonstige betriebliche Aufwendungen	4.221.347,13	2.151.790,00
	27.905.949,81	**17.940.790,23**

Im Geschäftsjahr wurden Aufwendungen aus Währungsumrechnungsdifferenzen in Höhe von TEUR 201 (Vorjahr: EUR 0) erfolgswirksam erfasst.

Finanzerträge und Finanzaufwendungen

in EUR	2008	2007
Zinserträge und ähnliche Erträge	20.549,07	24.475,16
Zinsaufwendungen für kurzfristige Verbindlichkeiten	80.044,28	53.719,40
	59.472,27	**29.244,24**

24. KONZERNERGEBNIS JE AKTIE

Bei der Berechnung des unverwässerten Ergebnisses je Aktie wird das den Inhabern von Stammaktien des Mutterunternehmens zuzurechnende Ergebnis durch die gewichtete durchschnittliche Anzahl an während des Jahres sich im Umlauf befindlichen Stammaktien geteilt.

Das verwässerte Ergebnis je Aktie wird ermittelt, indem das den Inhabern von Stammaktien des Mutterunternehmens zuzurechnende Ergebnis durch die gewichtete durchschnittliche Anzahl an während des Jahres sich im Umlauf befindlichen Stammaktien zuzüglich der zu einer Verwässerung führenden Aktienäquivalente geteilt wird.

Nachfolgende Tabelle enthält die bei der Berechnung des unverwässerten und des verwässerten Ergebnisses je Aktie zugrunde gelegte Beträge:

in EUR	2008	2007
Konzernergebnis (EUR)	5.755.687,82	626.015,05
Gewichtete durchschnittliche im Umlauf befindliche Stammaktien (Stück)	2.391.485,00	1.629.081,00
Verwässerungseffekt:		
Aktienoptionen (Stück)	118.583,00	32.937,00
Gewichtete durchschnittliche im Umlauf befindliche Stammaktien bereinigt um den Verwässerungseffekt	2.510.068,00	1.662.018,00
Unverwässertes Konzernergebnis je Aktie (EUR/Aktie)	**2,41**	**0,38**
Verwässertes Konzernergebnis je Aktie (EUR/Aktie)	**2,29**	**0,38**

Im Zeitraum zwischen dem Bilanzstichtag und der Aufstellung des Konzernabschlusses haben keine Transaktionen mit Stammaktien oder potentiellen Stammaktien stattgefunden.

25. SONSTIGE FINANZIELLE VERPFLICHTUNGEN UND ERFOLGSUNSICHERHEITEN

Die Summe der künftigen Mindestleasingzahlungen auf Grund von unkündbaren Operating-Leasing-Verhältnissen betragen je für die folgenden Perioden:

in EUR	
bis zu einem Jahr	808.192,21
länger als ein Jahr und bis zu fünf Jahren	2.470.287,85
länger als fünf Jahre	68.678,40

Bei den Leasing-Verhältnissen handelt es sich neben den Mieten für die Geschäftsräume im Wesentlichen um KfZ- und Server-Leasingverträge mit marktüblichen Bedingungen. Es bestehen keine Untermietverhältnisse.

Der Aufwand für die vom Konzern angemieteten Geschäftsräume belief sich in 2008 auf rund TEUR 284 (Vorjahr: TEUR 163).

Zum Bilanzstichtag bestanden keine wesentlichen Rechtsstreitigkeiten.

26. BEZIEHUNGEN ZU NAHE STEHENDEN UNTERNEHMEN UND PERSONEN

Alle Geschäfte mit nahestehenden Personen und Unternehmen erfolgen zu marktüblichen Konditionen.

Im Berichtsjahr lagen keine nennenswerten Beziehungen zwischen dem Konzern und nahe stehenden Personen und Unternehmen vor, außer denen, die nachfolgend genannt sind.

Vorstand

In 2008 bestanden keine Beziehungen zu Mitgliedern des Vorstands mit Ausnahme der unter 16. beschriebenen Aktienoptionen.

Aufsichtsrat

Felix von Schubert ist neben seiner Position als Aufsichtsratsvorsitzender gleichzeitig Director der zouk ventures Ltd., London, die Managerin des European e-Commerce Fund ist (= Aktionär der zooplus AG).

Frank Seehaus war Geschäftsführer der GmbH Burda Digital Ventures, die als nahe stehendes Unternehmen einzustufen ist.

Die Aufsichtsratsmitglieder halten keine Aktien am Unternehmen.

Nahe stehende Unternehmen

Die Gesellschaften Burda Digital Ventures, European e-Commerce Fund LP und European e-Commerce Fund B LP sind Hauptanteilseigner der zooplus AG. In den Vorjahren bestehende Darlehen wurden am 29. Februar 2008 vollständig zurückgeführt.

27. ZIELSETZUNG UND METHODEN DES FINANZRISIKOMANAGEMENTS

Die wesentlichen durch den Konzern verwendeten Finanzinstrumente umfassen Kontokorrentkredite, Gesellschafterdarlehen, Operating-Leasingverhältnisse sowie Zahlungsmittel und kurzfristige Einlagen. Der Hauptzweck dieser Finanzinstrumente ist die kontinuierliche Deckung des Finanzmittelbedarfs und die Sicherstellung der finanziellen Flexibilität. Der Konzern verfügt über verschiedene weitere finanzielle Vermögenswerte und Schulden wie zum Beispiel Forderungen und Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen, die unmittelbar im Rahmen seiner Geschäftstätigkeit entstehen. Derivative Finanzinstrumente bestehen nicht. Die sich aus den Finanzinstrumenten ergebenden wesentlichen Risiken des Konzerns bestehen aus Kreditrisiken und Liquiditätsrisiken. Wesentliche Kreditrisikokonzentrationen bestehen nicht. Zinsänderungsrisiken bestehen nicht, da der Konzern nur festverzinsliche Darlehen in geringem Umfang nutzt. Ebenso gibt es aufgrund der Abwicklung des Geschäfts in EUR keine wesentlichen Währungsrisiken.

Die Steuerung dieser Risiken obliegt dem Management des Konzerns.

Kreditrisiko

Kreditrisiko ist das Risiko, dass ein Geschäftspartner seinen Verpflichtungen im Rahmen eines Finanzinstruments oder Kundenvertrags nicht nachkommt und dies zu einem finanziellen Verlust führt. Der Umfang des Kreditrisikos des zooplus-Konzerns entspricht der Summe der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie der sonstigen Forderungen.

Kreditgrenzen werden für sämtliche Kunden basierend auf internen Risikoeinstufungsmerkmalen festgelegt. Ausstehende Forderungen gegenüber Kunden werden regelmäßig überwacht. Zur Verringerung des Kreditrisikos werden pauschalisierte Einzelwertberichtigungen aufgrund von Erfahrungswerten gebildet. Die Abschreibung der Forderungen erfolgt nach erfolgloser Beitreibung durch das Inkassobüro, bei Anzeige der privaten Insolvenz durch den Kunden und bei Eintritt der Verjährung.

Bei sonstigen finanziellen Vermögenswerten des Konzerns wie Wertpapieren und Zahlungsmitteln entspricht das maximale Kreditrisiko bei Ausfall des Kontrahenten dem Buchwert dieser Vermögenswerte.

Liquiditätsrisiko

Das Risiko eines Liquiditätsengpasses wird vom Konzern laufend unter Berücksichtigung der Laufzeiten der finanziellen Schulden und Forderungen sowie der erwarteten Cash-Flows überwacht. Ziel des Konzerns ist es, ein Gleichgewicht zwischen der kontinuierlichen Deckung des Finanzmittelbedarfs und Sicherstellung der Flexibilität durch die Nutzung von Kontokorrentkrediten, Darlehen und Finanzierungs-Leasingverhältnissen zu bewahren.

Kapitalsteuerung

Vorrangiges Ziel der Kapitalsteuerung des Konzerns ist es sicherzustellen, dass er zur Unterstützung seiner Geschäftstätigkeit ein hohes Bonitätsrating und eine gute Eigenkapitalquote hat. Der Konzern steuert seine Kapitalstruktur und nimmt gegebenenfalls Anpassungen unter Berücksichtigung des Wandels der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen vor. Die Überwachung des Kapitals erfolgt über die fortlaufende Kontrolle der Eigenkapitalquote bzw. der Eigenmittelquote (inklusive Gesellschafterdarlehen), die mindestens 15 % bzw. 25 % betragen sollen.

Beizulegender Zeitwert der Finanzinstrumente

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

Liquide Mittel, Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten kommen hauptsächlich aufgrund der kurzen Laufzeiten dieser Instrumente ihrem Buchwert sehr nahe. Der Buchwert der kurzfristigen finanziellen Vermögenswerte entspricht im Wesentlichen dem beizulegenden Zeitwert. Der beizulegende Zeitwert öffentlich gehandelter Finanzinstrumente wird anhand der Preisnotierung für diese Instrumente ermittelt.

Die zum 31. Dezember 2008 bzw. 2007 bestehenden finanziellen Verbindlichkeiten des Konzerns haben Restlaufzeiten bis zu einem Jahr. Die Tilgung erfolgt aus dem operativen Cash-Flow. Der Buchwert der finanziellen Schulden entspricht im Wesentlichen den beizulegenden Zeitwerten.

28. EREIGNISSE NACH DEM BILANZSTICHTAG

Es sind keine Ereignisse von besonderer Bedeutung nach dem Bilanzstichtag bekannt.

29. ORGANE

Mitglieder des Vorstands:

- Dr. Cornelius Patt, Vorstandsvorsitzender, Unternehmensführung und Operations
- Guido Bienhaus, Informationstechnologie
- Andrea Skersies, Sales und Marketing
- Florian Seubert, Finanzen und Recht

Die Vorstandsbezüge inklusive aller Nebenleistungen beliefen sich in 2008 auf insgesamt 939 TEUR (Vorjahr: 732 TEUR).

Mitglieder des Aufsichtsrates:

- Felix von Schubert, kaufmännischer Angestellter, zouk ventures Ltd. (Vorsitzender)
- Frank Seehaus, Investment Manager, Acton Capital Partners (Stellvertreter des Vorsitzenden)
- Dr. Norbert Stoeck, selbst. Kaufmann

Der Aufsichtsrat hat im Berichtsjahr 2008 in Summe 10 TEUR (Vorjahr: 6 TEUR) als Vergütung erhalten.

30. HONORAR DES ABSCHLUSSPRÜFERS

Im Berichtsjahr sind 48 TEUR (Vorjahr: 32 TEUR) als Honorar für die Abschlussprüfung des Konzerns und TEUR 8 (Vorjahr: TEUR 34) für sonstige Bestätigungs- und Bewertungsleistungen aufwandswirksam erfasst worden.

31. CORPORATE GOVERNANCE ERKLÄRUNG

Die zooplus-Aktiengesellschaft hat die Erklärung nach § 161 AktG zum „Deutschen Corporate Governance Kodex" abgegeben und den Aktionären auf der Internet-Seite http://investors.zooplus.com/de/ir/cgk zugänglich gemacht.

München, 31. März 2009

Vorstand

Dr. Cornelius Patt

Andrea Skersies

Guido Bienhaus

Florian Seubert

VERSICHERUNG DER GESETZLICHEN VERTRETER

Wir versichern nach bestem Wissen, dass gemäß den anzuwendenden Rechnungslegungsgrundsätzen der Konzernjahresabschluss der zooplus AG ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- sowie Ertragslage des Konzerns vermittelt und im Konzernlagebericht der Geschäftsverlauf einschließlich des Geschäftsergebnisses sowie die Lage des Konzerns so dargestellt sind, dass ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild vermittelt wird, wie auch die wesentlichen Chancen und Risiken der voraussichtlichen Entwicklung des Konzerns beschrieben sind.

München, den 26. März 2008

Dr. Cornelius Patt
Vorstandsvorsitzender

BESTÄTIGUNGSVERMERK DES ABSCHLUSSPRÜFERS

Wir haben den von der zooplus AG aufgestellten Konzernabschluss zum 31.12.2008 – bestehend aus Konzernbilanz, Konzerngewinn- und Verlustrechnung, Eigenkapitalveränderungsrechnung, Kapitalflussrechnung und Konzernanhang – sowie den Konzernlagebericht für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2008 bis 31. Dezember 2008 geprüft. Die Aufstellung von Konzernabschluss nach den IFRS und Konzernlagebericht liegt in der Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung eine Beurteilung über den Konzernabschluss und den Konzernlagebericht abzugeben.

Wir haben unsere Konzernabschlussprüfung nach § 317 HGB unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung vorgenommen. Danach ist die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass Unrichtigkeiten und Verstöße, die sich auf die Darstellung des durch den Konzernabschluss und den Konzernlagebericht unter Beachtung der IFRS vermittelten Bildes der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage wesentlich auswirken, mit hinreichender Sicherheit erkannt werden. Bei der Festlegung der Prüfungshandlungen werden die Kenntnisse über die Geschäftsfähigkeit und über das wirtschaftliche und rechtliche Umfeld des Konzerns sowie die Erwartungen über mögliche Fehler berücksichtigt. Im Rahmen der Prüfung werden die Wirksamkeit des rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsystems sowie Nachweise für die Angaben im Konzernabschluss und Konzernlagebericht überwiegend auf der Basis von Stichproben beurteilt. Die Prüfung umfasst die Beurteilung der Jahresabschlüsse der in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen, der Abgrenzung des Konsolidierungskreises, der angewandten Bilanzierungs- und Konsolidierungsgrundsätze und der wesentlichen Einschätzungen der gesetzlichen Vertreter sowie die Würdigung der Gesamtdarstellung des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts.

Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine hinreichend sichere Grundlage für unsere Beurteilung bildet.

Unsere Prüfung hat zu keinen Einwendungen geführt.

Nach unserer Beurteilung aufgrund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse vermittelt der Konzernabschluss unter Beachtung der IFRS ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns. Der Konzernlagebericht steht in Einklang mit dem Konzernabschluss, vermittelt insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage des Konzerns und stellt die Chancen und Risisken der künftigen Entwicklung zutreffend dar.

Nürnberg, den 31. März 2009

Schaffer WP Partner GmbH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Sabine Erhardt
Wirtschaftsprüfer

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: contact@zooplus.com
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

Druck:
Mediahaus Biering

Der Geschäftsbericht liegt auch in englischer Sprache vor. Bei Unterschieden ist die deutsche Fassung maßgeblich.

Als digitale Version stehen der vorliegende Geschäftsbericht der zooplus AG sowie die Zwischenberichte 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 den Seiten 34 bis 37 genannten Faktoren. Wir übernehmen keine Verpflichtung, die in diesem Bericht gemachten zukunftsgerichteten Aussagen zu aktualisieren.

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

zooplus.de zooplus.com zooplus.co.uk zooplus.ie zooplus.fr zooplus.nl zooplus.be zooplus.it zooplus.es zooplus.pl