

zooplus AG: Erfolgreiches Geschäftsjahr 2009 – Ausbau der Marktführerschaft durch starkes Wachstum

- **Gesamtleistung +52% auf 129,7 Mio. Euro**
- **EBIT vor Sondereffekten bei 0,9 Mio. Euro (Vorjahr: 2,7 Mio. Euro)**
- **Neues Logistikzentrum in den Niederlanden erfolgreich angelaufen**
- **Akquisitionsrekord mit 706 Tsd. Neukunden**

München, 31. März 2010 – Die zooplus AG (WKN 511170, ISIN DE0005111702, Börsenkürzel ZO1) legt heute ihre endgültigen Geschäftszahlen für 2009 vor. Europas führender Internet-Händler für Heimtierprodukte hat im Berichtszeitraum bei der Gesamtleistung (Umsatz und sonstige betriebliche Erträge) erneut stark zugelegt. Um die Marktführerschaft auf den deutschen und den europäischen Märkten zu festigen und auszubauen, lag der Fokus 2009 vor allem auf dynamischem Wachstum und europäischer Expansion.

Im abgelaufenen Geschäftsjahr erzielte die zooplus AG eine Gesamtleistung von 129,7 Mio. Euro. Verglichen mit dem Wert des Vorjahrs von 85,1 Mio. Euro stellt dies eine Steigerung um 52,4% dar. Dabei resultieren rund 123 Mio. Euro aus Umsatzerlösen durch den Online-Verkauf von Heimtierprodukten sowie weitere 6 Mio. Euro aus sonstigen betrieblichen Erträgen.

Gleichzeitig verzeichnete die Gesellschaft beim Ergebnis der laufenden Geschäftstätigkeit (EBIT) einen Rückgang von 0,7 Mio. Euro im Vorjahr auf -1,3 Mio. Euro. Dieser Wert beinhaltet die Einmalkosten für den Aufbau des neuen Logistikzentrums in Tilburg/Niederlande sowie die Aufwendungen für den Segmentwechsel in den Prime Standard (Effekt insgesamt: -2,2 Mio. Euro). Zudem beeinflussten erhöhte Marketingaufwendungen der europäischen Expansion, die anhaltende Schwäche des britischen Pfunds / GBP sowie das allgemein rezessive wirtschaftliche Umfeld das Ergebnis im Geschäftsjahr 2009. Trotz dieser Rahmenbedingungen konnte vor den genannten Einmalkosten sowie vor Abschreibungen ein positives operatives Ergebnis von 0,9 Mio. Euro erzielt werden. Für 2010 rechnet zooplus mit keinen weiteren Sonderaufwendungen.

Das Konzernergebnis im Jahr 2009 verminderte sich von 5,8 Mio. Euro im Vorjahr auf -1,1 Mio. Euro. Dies geht neben den oben beschriebenen Faktoren insbesondere auf den Basiseffekt durch den im Vorjahresergebnis enthaltenen positiven einmaligen Ertragsteueraufwand in Höhe von 5,1 Mio. Euro zurück. Insgesamt ergibt sich für das

Geschäftsjahr 2009 ein Ergebnis je Aktie von unverwässert -0,44 Euro (Vorjahr: 2,41 Euro) und verwässert ebenfalls von -0,44 Euro (Vorjahr: 2,29 Euro).

Trotz der gesamtwirtschaftlich herausfordernden Lage hatte sich die zooplus AG im Geschäftsjahr 2009 bewusst dafür entschieden, weiterhin auf starkes antizyklisches Wachstum zu setzen. Der Effekt dieser Maßnahme zeigt sich im Anstieg der Neukunden um 706 Tsd. im Jahr 2009 gegenüber 472 Tsd. im Vorjahr. Dies ist ein neuer Bestwert für die Gesellschaft und verdeutlicht das Potenzial des Geschäftsmodells auch in einem schwierigen Gesamtumfeld. Nicht nur auf dem deutschen Heimatmarkt, sondern auch im gesamten west- und mitteleuropäischen Raum bestehen enorme Wachstumsmöglichkeiten für zooplus – diese aktiv zu nutzen steht im Mittelpunkt der Unternehmensstrategie.

Ziel für 2010 ist es, die Marktführerschaft in Deutschland weiter zu festigen und dabei in allen europäischen Volumenmärkten eine signifikante Größe und Marktdurchdringung zu erreichen. Hierbei wird unter anderem das im vierten Quartal in Betrieb genommene Logistikzentrum in Tilburg/Niederlande eine wichtige Rolle spielen. Neben der Verdoppelung der logistischen Kapazität auf 300 Mio. Euro Jahresumsatz sollen dadurch bereits 2010 deutliche Verkürzungen der Lieferzeiten wie auch eine weitere Reduzierung der Distributionskosten für große Märkte wie Frankreich und Großbritannien realisiert werden.

Dr. Cornelius Patt, CEO und einer der Gründer von zooplus, zieht ein positives Resümee für das Geschäftsjahr 2009: „Wir sind sehr stolz auf die zahlreichen Meilensteine, die wir im abgelaufenen Geschäftsjahr erreicht haben. Mit der Verdopplung der Logistikkapazität, den Segmentwechsel in den Prime Standard und dem äußerst dynamischem Wachstum, verbunden mit einem erneuten Neukundenakquisitionsrekord, haben wir zooplus auf eine deutlich größere und internationalere Plattform gestellt. Dies soll auch in den kommenden Jahren explizite Unternehmensstrategie bleiben. Aus diesem Grund blicken wir äußerst optimistisch in die Zukunft und trauen uns für 2010 eine Steigerung der Gesamtumsätze um 35 bis 40% auf 175 bis 180 Mio. € zu. Gleichzeitig streben wir die Steigerung des Ergebnis vor Steuern auf einen niedrigen bis mittleren positiven einstelligen Millionenbetrag an.“

Der vollständige Geschäftsbericht 2009 steht auf der Internetseite www.zooplus.de im Bereich „Investor Relations“ als Download zur Verfügung.

Unternehmensprofil:

zooplus wurde 1999 gegründet und ist heute Europas führender Internet-Händler für Heimtierprodukte, gemessen an Umsatzerlösen und Gesamtleistung. Im Geschäftsjahr 2009 betragen diese 123,3 Mio. bzw. 129,7 Mio. Euro und konnten in den vergangenen drei Jahren im Durchschnitt um über 50% jährlich gesteigert werden. Das profitable Geschäftsmodell wurde bislang bereits in 16 Ländern erfolgreich eingeführt. Besonders stark ist zooplus in Deutschland, Großbritannien, Frankreich, Benelux und Österreich vertreten. zooplus vertreibt Produkte für alle wichtigen Heimtiergattungen sowie für Pferde. Zum Produktangebot zählen insbesondere Tierfutter (Trocken- und Nassfutter und Futterbeigaben wie Kauknochen, Snacks u. a.) sowie Zubehör wie Kratzbäume für Katzen, Hundekörbe oder Spielzeug in unterschiedlichen Preiskategorien. Neben einer Angebotsvielfalt von über 7.000 Produkten profitieren die zooplus-Kunden zudem von einer Tierarzt-Sprechstunde im Internet. Heimtierhalter können sich darüber hinaus mit Gleichgesinnten im zooclub austauschen, einer Online Community für Haustiere, in der Tierprofile angelegt und eingesehen werden können. Heimtierprodukte stellen ein bedeutsames Marktsegment in der europäischen Handelsbranche dar. Im Jahr 2009 wurden mit Tierfutter und Zubehör für Haustiere insgesamt 17 Mrd. Euro Umsatz erzielt. Aufgrund der fortschreitenden „Humanisierung“ von Heimtieren in westlichen Industrieländern verändert sich das Kaufverhalten von Heimtierhaltern verstärkt hin zu Gesundheits-, Wellness- und Hygieneprodukten. Zudem wird in Europa in Zukunft ein weiterhin starkes Wachstum im eCommerce erwartet.

Im Internet unter: www.zooplus.de

Kontakt Investor Relations:

cometis AG
Henryk Deter / Dominic Großmann
Tel.: +49 (0)611-205855-15
Fax: +49 (0)611-205855-66
E-mail: grossmann@cometis.de