

zooplus AG mit signifikantem Wachstum im ersten Halbjahr 2009

- **Gesamtleistung +62,5% auf 59,3 Mio. Euro**
- **EBIT nach -0,6 Mio. Euro auf -0,7 Mio. Euro leicht zurückgegangen**
- **Kundenakquisitionsrekord mit 320 Tsd. Neukunden**

München, 30. September 2009 – Die zooplus AG (WKN 511170, ISIN DE0005111702, Börsenkürzel ZO1) legt heute ihre endgültigen Geschäftszahlen für das erste Halbjahr 2009 vor. Europas führender Internet-Händler für Heimtierprodukte hat sich im Berichtszeitraum positiv entwickelt sowie einen starken Zuwachs bei der Gesamtleistung (Umsatz und sonstige betriebliche Erträge) erzielt. Vor allem die Neukundengewinnung und damit der Ausbau des Marktanteils prägten das Bild der Gesellschaft in den ersten sechs Monaten.

Mit einer Gesamtleistung von 59,3 Mio. Euro nach 36,5 Mio. Euro im ersten Halbjahr des Vorjahres verbuchte zooplus einen Zuwachs von 62,5%. Davon stammen rund 54,7 Mio. Euro aus Umsatzerlösen durch den Online-Verkauf von Heimtierprodukten sowie weitere 4,5 Mio. Euro aus sonstigen betrieblichen Erträgen.

Bereits im Juni 2009 hatte die Gesellschaft im Rahmen der Wertpapierprospekterstellung zum Wechsel an den Regulierten Markt (Prime Standard) ihre Unternehmensprognose für das aktuelle Geschäftsjahr 2009 aus rechtlichen Erwägungen zurückgenommen. Gleichzeitig eröffneten das aktuelle Marktumfeld und die eigene Wettbewerbsstärke die Möglichkeit, noch aggressiver zu wachsen als ursprünglich geplant. Diese Chance wurde konsequent genutzt, allerdings zu Lasten des ursprünglichen Ziels, gleichzeitig die Erträge des Unternehmens kontinuierlich zu steigern.

Entsprechend verzeichnete die Gesellschaft beim Ergebnis der laufenden Geschäftstätigkeit (EBIT), bereinigt um die Kosten des Börsengangs (Effekt: -2,0 Mio. Euro), einen Rückgang von 1,4 Mio. Euro auf -0,7 Mio. Euro gegenüber dem Vergleichszeitraum. (Inklusive des Sonderaufwands des Listings ergab sich eine Verminderung von -0,6 Mio. Euro im Vorjahr auf -0,7 Mio. Euro.) Zurückzuführen ist dies vor allem auf erhöhte Marketingaufwendungen bei der Akquisition von Neukunden und einer veränderten Preis- und Deckungsbeitragssituation im aktuellen Marktumfeld, die so zu Jahresbeginn nicht

vorhersehbar war. Auch machten sich erste Anzeichen der Rezession bemerkbar, die kundenseitig zu erhöhter Preissensitivität führte. Zudem haben sich gezielte, zur Neukundengewinnung eingesetzte Rabatte kurzfristig negativ auf das Ergebnis ausgewirkt. Gleichzeitig dient diese Maßnahme allerdings der Beschleunigung des weiteren Wachstums. Daraus resultierend verminderte sich das Konzernergebnis im ersten Halbjahr 2009 von 4,2 Mio. Euro auf -0,6 Mio. Euro. Ursächlich dafür sind die oben beschriebenen Tendenzen sowie vor allem der Basiseffekt durch den im Ergebnis des ersten Halbjahrs 2008 enthaltenen positiven Ertragssteueraufwand in Höhe von 4,8 Mio. Euro. Dieser stammt aus der Aktivierung von Verlustvorträgen des Unternehmens gemäß IFRS. Insgesamt ergibt sich hieraus ein Ergebnis je Aktie von unverwässert -0,24 Euro (Vorjahr: 1,74 Euro) und verwässert von -0,23 Euro (Vorjahr: 1,72 Euro).

Nicht nur in diesem Geschäftsjahr sondern auch im Jahr 2010 wird Unternehmenswachstum vor Ergebnismaximierung im Fokus der Aktivitäten der Gesellschaft stehen. Rekordzahlen in der Neukundenakquisition untermauern diese Bestrebungen in den ersten sechs Monaten 2009. Mit einem Zuwachs von 320 Tsd. Neukunden konnte gegenüber 192 Tsd. neuen Konten im Vergleichszeitraum ein neuer Höchstwert erreicht werden. Diese Entwicklungen sind entscheidend für die mittel- und langfristige Erzielung von Skalierungseffekten und Effizienzgewinnen, u. a. in den Bereichen Logistik, Einkauf, Personal und Technologie. Damit wird heute die Basis für eine künftig deutlich höhere Profitabilität der Gesellschaft geschaffen. Bereits im Jahr 2010 erwartet zooplus hieraus deutliche Effekte.

Dr. Cornelius Patt, CEO und einer der Gründer von zooplus, berichtet über die positive Entwicklung der Gesellschaft: „Es ist uns gelungen, wesentlich stärker als geplant bei der Gesamtleistung zuzulegen. Wir haben daher die Gelegenheit genutzt und unsere Entwicklungsziele neu priorisiert. Dabei wurde mehr Wert auf nachhaltiges Wachstum als auf kurzfristig erzielbare Profitabilität gelegt. Es gilt nun, zooplus als starken pan-europäischen Marktführer zu positionieren. Wir sind in den vergangenen Monaten antizyklisch um mehr als 60% gewachsen und haben damit eine gute Grundlage für die kommenden Jahre gelegt. Im zweiten Halbjahr 2009 ist eine leichte Reduzierung dieser starken Expansionsdynamik vorgesehen, ohne aber den Wachstumspfad der letzten Quartale und Jahre substantiell zu verlassen.“

Der vollständige Bericht für das erste Halbjahr 2009 steht auf der Internetseite www.zooplus.de im Bereich „Investor Relations“ zum Download zur Verfügung.

Unternehmensprofil:

zooplus wurde 1999 gegründet und ist heute Europas führender Internet-Händler für Heimtierprodukte, gemessen an Umsatzerlösen und Gesamtleistung. Diese betragen im Geschäftsjahr 2008 80,3 Mio. bzw. 85,1 Mio. Euro und konnten in den vergangenen drei Jahren im Durchschnitt um über 40% 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. 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 Vielfalt 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 2008 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
Tel.: +49 (0)611-205855-13
Fax: +49 (0)611-205855-66
E-mail: deter@cometis.de