

zooplus AG mit dynamischem Wachstum ins Geschäftsjahr 2009 gestartet

- **Gesamtleistung +63% auf 28,5 Mio. Euro**
- **EBIT nach 0,5 Mio. Euro auf 0,4 Mio. Euro leicht zurückgegangen**
- **EBIT-Marge von 1,3% erwirtschaftet**
- **Segmentwechsel in den Prime Standard weiterhin Ziel für 2009**

München, 2. Juni 2009 – Die zooplus AG (WKN 511170, ISIN DE0005111702, Börsenkürzel ZO1) legt heute ihre endgültigen Geschäftszahlen für das erste Quartal 2009 vor. Europas führender Internet-Händler für Heimtierprodukte hat sich im Berichtszeitraum positiv entwickelt und einen starken Zuwachs bei der Gesamtleistung (Umsatz und sonstige betriebliche Erträge) erzielt. Gleichzeitig wurde verstärkt in die internationale Marktpräsenz des Unternehmens in allen wichtigen europäischen Kernmärkten investiert, um auch mittel- und langfristig die bereits führende Marktposition von zooplus weiter auszubauen.

Mit einer Gesamtleistung von 28,5 Mio. Euro nach 17,6 Mio. Euro im Vorjahr verbuchte zooplus einen Zuwachs von 63%. Davon stammen rund 26,8 Mio. Euro aus Umsatzerlösen durch den Online-Verkauf von Heimtierprodukten sowie weitere 1,7 Mio. Euro aus sonstigen branchenüblichen betrieblichen Erträgen.

Beim Ergebnis der laufenden Geschäftstätigkeit (EBIT) verzeichnete die Gesellschaft einen Rückgang von 0,5 Mio. Euro auf 0,4 Mio. Euro. Entsprechend reduzierte sich die EBIT-Marge (bezogen auf die Gesamtleistung) von 3,1% im Vorjahr auf nun 1,3%. Zurückzuführen ist dies auf gestiegene Marketingausgaben und Aufwendungen im Bereich der internationalen Logistik, die beide aus Unternehmenssicht wichtige Schlüsselinvestitionen in die mittel- und langfristige Entwicklung der zooplus AG darstellen. Mit einem neuen Rekord bei der Neukundengewinnung (circa 160 Tsd. neue Kundenaccounts in Q1 2009) konnte die Kundenbasis in den ersten drei Monaten 2009 erneut deutlich verbreitert und die wachstumsorientierte Unternehmensstrategie erfolgreich untermauert werden. Gleichzeitig verminderte sich das Konzernergebnis von 0,5 Mio. Euro auf 0,2 Mio. Euro im ersten Quartal 2009. Darin enthalten sind vor allem die Effekte aus deutlich erhöhten Ertragsteuern im Vergleich zum

Vorjahreszeitraum. Insgesamt resultiert hieraus ein Ergebnis je Aktie von 0,08 Euro (Vorjahr: 0,21 Euro).

Für den weiteren Jahresverlauf 2009 gilt es, nach dem gelungenen Markteintritt in zahlreiche europäische Länder diese Regionen erfolgreich und dynamisch zu erschließen. Zugleich soll in allen Kernmärkten eine bedeutende Größe und profitables Wachstum erreicht werden.

Weiterhin strebt die zooplus AG für 2009 einen Segmentwechsel vom Entry Standard in den Prime Standard der Frankfurter Wertpapierbörse an. Im Zusammenhang mit rechtlichen Erwägungen im Rahmen der Prospekterstellung zum Wechsel an den Regulierten Markt wird die Unternehmensprognose für das aktuelle Geschäftsjahr 2009 zurückgenommen.

Dr. Cornelius Patt, CEO und einer der Gründer von zooplus, freut sich über den Erfolg der eingeschlagenen Strategie: „Der dynamische Start ins Geschäftsjahr 2009 bestätigt, dass wir mit dem von uns verfolgten Ansatz auf dem richtigen Weg sind. Mit den deutlich erhöhten Investitionen in Wachstum und Expansion werden wir noch schneller eine international bedeutende Unternehmensgröße erreichen können. Durch den Ausbau der internationalen Logistik, der Webpräsenzen sowie der sukzessiven Weiterentwicklung operativer Backend-Prozesse steigern wir die Effizienz und schaffen damit auch die Voraussetzungen für nachhaltige zukünftige Skaleneffekte und Ertragspotentiale.“

Der vollständige Bericht für das erste Quartal 2009 steht auf der Internetseite www.zooplus.de im Bereich „Investor Relations“ zum Download zur Verfügung 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 15 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 dar-

über 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