

zooplus AG erreicht im ersten Quartal 2019 positives EBITDA und verbessertes Ergebnis vor Steuern

- **Anstieg der Umsatzerlöse um 13% auf 363 Mio. EUR**
- **Verbesserung der Rohmarge um 1,1 Prozentpunkte auf 28,2%**
- **Positives EBITDA von 2,2 Mio. EUR, EBT in Höhe von -4,5 Mio. EUR, jeweils verbessert gegenüber Vorjahr**
- **Free Cash Flow in Höhe von 10,5 Mio. EUR**
- **Bestätigung der Umsatz- und Ergebnisprognose für das Gesamtjahr 2019**

München, 16. Mai 2019 – Die zooplus AG (WKN 511170, ISIN DE0005111702, Börsenkürzel ZO1), Europas führender Internethändler für Heimtierprodukte, erzielte im ersten Quartal 2019 Umsatzerlöse in Höhe von 363 Mio. EUR (Q1 2018: 323 Mio. EUR). Dies entspricht einem Wachstum um 40 Mio. EUR bzw. 13%. Bereinigt um Wechselkurseffekte lag das Umsatzwachstum ebenfalls bei 13%.

Der bereits gegen Ende 2018 erkennbare Trend einer wieder beschleunigten Neukundengewinnung setzte sich im ersten Quartal 2019 fort. Mit 739 Tsd. registrierten Neukunden wurden in den ersten drei Monaten des laufenden Geschäftsjahres 15% mehr registrierte Kunden gewonnen als im Vergleichszeitraum des Vorjahres.

Die im ersten Quartal erzielte Rohmarge (Umsatzerlöse abzgl. Materialaufwand) verbesserte sich gegenüber dem Vorjahr um 1,1 Prozentpunkte und lag bei 28,2% (Q1 2018: 27,1%). Ursachen hierfür waren unter anderem die Reduzierung des Anteils nicht profitabler Kundenbestellungen sowie der weitere Ausbau des margenstärkeren Eigenmarkengeschäfts. Mit einem Umsatzwachstum von 29% entwickelte sich das Eigenmarkengeschäft mit Futter und Streu im Berichtsquartal erneut überdurchschnittlich stark.

Das Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) verbesserte sich gegenüber dem Vorjahr auf 2,2 Mio. EUR (Q1 2018: -3,6 Mio. EUR). Vor Effekten aus der seit dem Geschäftsjahr 2019 greifenden Anwendung des IFRS 16 (Leasingverhältnisse) verbesserte sich das EBITDA operativ um 2,0 Mio. EUR gegenüber dem Vorjahresquartal, im

Wesentlichen aufgrund der gestiegenen Rohertragsmarge und einer weiteren Verbesserung der Logistikkostenquote.

Das Ergebnis vor Steuern (EBT) fiel für die ersten drei Monate des Jahres 2019 mit -4,5 Mio. EUR um 1,0 Mio. EUR besser aus als im vorangegangenen Jahr (Q1 2018: -5,5 Mio. EUR).

Der Verlauf des ersten Quartals 2019 unterstrich zudem erneut die Innenfinanzierungskraft von zooplus. Der Free Cash Flow lag im Berichtszeitraum bei 10,5 Mio. EUR. Eine wesentliche Rolle spielte dabei erneut die fortgesetzte Optimierung des Working Capitals.

Dr. Cornelius Patt, Vorstandsvorsitzender der zooplus AG, kommentiert die Entwicklung im ersten Quartal 2019: „Das erste Quartal 2019 ist insgesamt im Rahmen unserer Erwartungen verlaufen. Ergebnisseitig haben wir uns aufgrund der stabilisierten Rohmarge und weiteren Verbesserungen bei den Logistikkosten gegenüber dem Vorjahr verbessert. Das wichtigste Element für unseren Erfolg wird über die kommenden Monate die Stärkung des Umsatzwachstums sein. Im ersten Quartal 2019 haben wir 15% mehr registrierte Neukunden gewonnen als noch vor einem Jahr. Damit sind wir bereits einen guten Schritt in die richtige Richtung vorangekommen. Wie kommuniziert, erweitern wir unsere Marketingmaßnahmen um Aktivitäten, die über reines Google-Marketing hinausgehen. Im Rahmen der gerade anlaufenden Aktionen rund um unser 20-Jähriges Firmenjubiläum werden wir diese zusätzlichen Online- und Offlineaktivitäten erstmals umfangreich einsetzen. Damit wollen wir noch mehr Menschen in unserer Zielgruppe auch außerhalb des Online-Kanals auf die Attraktivität des Einkaufs bei zooplus aufmerksam machen. Wir erwarten, dass sich mit Umsetzung unserer erweiterten Marketingstrategie bereits im zweiten Quartal 2019 positive Auswirkungen auf die Umsatzwachstumsrate ergeben werden. Vor diesem Hintergrund bestätigen wir die für das Geschäftsjahr 2019 aufgestellte Umsatz- und EBITDA-Prognose.“

Für das Gesamtjahr 2019 prognostiziert der Vorstand der zooplus AG ein Wachstum der Umsatzerlöse um 14% bis 18% und ein Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) im Bereich zwischen 10 Mio. EUR und 30 Mio. EUR.

Den vollständigen Bericht über die ersten drei Monate des Geschäftsjahres 2019 steht auf der Internetseite <http://investors.zooplus.com> zum Download zur Verfügung.

Unternehmensprofil:

zooplus wurde 1999 gegründet und ist heute gemessen an Umsatzerlösen Europas führender Internethändler für Heimtierbedarf. Die Umsatzerlöse betragen im Geschäftsjahr 2018 insgesamt 1.342 Mio. EUR. Das Geschäftsmodell wurde bislang bereits in 30 Ländern Europas erfolgreich eingeführt. zooplus vertreibt Produkte für alle wichtigen Heimtiergattungen. Zum Produktangebot zählen insbesondere Tierfutter (Trocken- und Nassfutter und Futterbeigaben) sowie Zubehör wie Kratzbäume, Hundekörbe oder Spielzeug in allen Preiskategorien. Neben einer Auswahl von über 8.000 Produkten profitieren zooplus-Kunden zudem von einer Vielzahl interaktiver Content- und Community-Angebote. Der Heimtierbedarfmarkt stellt ein wichtiges Marktsegment innerhalb der europäischen Handelslandschaft dar. Die Umsätze mit Heimtierfutter und Zubehör innerhalb der Europäischen Union belaufen sich auf rund 26 Mrd. EUR. Für Europa wird auch weiterhin starkes Wachstum im Bereich E-Commerce erwartet. zooplus rechnet daher mit einer Fortsetzung der dynamischen Entwicklung.

Im Internet unter: www.zooplus.de

Kontakt Investor Relations / Presse:

cometis AG
Georg Grießmann
Unter den Eichen 7
65195 Wiesbaden
Tel: +49 (0)611-205855-61
Fax: +49 (0)611-205855-66
Mail: griessmann@cometis.de
Web: www.cometis.de