

zooplus AG schließt erfolgreiches erstes Quartal 2020 mit deutlichem Umsatz- und Ergebnisanstieg ab

- **Verstärkte Nachfrage für Haustierbedarf in Zeiten der Covid-19-Pandemie treibt Anstieg der Umsatzerlöse um 21%**
- **zooplus erzielt Umsatzerlöse in Höhe von 440 Mio. EUR im ersten Quartal 2020**
- **Eigenmarkengeschäft mit Futter und Streu wächst mit 34% weiterhin überproportional**
- **EBITDA in Höhe von 8,1 Mio. EUR erzielt**
- **Umsatzbezogene Wiederkauftrate steigt auf 94%**
- **Starker Free Cashflow von 40,4 Mio. EUR, teils getragen von Sondereffekten**
- **Umsatz- und Ergebnisziele für laufendes Geschäftsjahr angehoben**

München, 14. Mai 2020 – Die zooplus AG (WKN 511170, ISIN DE0005111702, Börsenkürzel ZO1), Europas führender Internethändler für Heimtierprodukte, verzeichnet ein erfolgreiches erstes Quartal 2020. Trotz Einschränkungen im Zusammenhang mit der Covid-19-Pandemie konnte zooplus seinen operativen Geschäftsbetrieb im ersten Quartal 2020 durchgängig aufrechterhalten und seine loyalen Stammkunden sowie Neukunden in ganz Europa auf sicherem Weg direkt nach Hause beliefern. Dabei erzielte das Unternehmen Umsatzerlöse in Höhe von 439,9 Mio. EUR (Q1 2019: 363,2 Mio. EUR), was einer Umsatzwachstumsrate von 21% (in jeweiligen Absatzwährungen: 22%) entspricht.

Wesentlicher Treiber des Umsatzwachstums ist das Geschäft mit den loyalen Bestandskunden. Hier wird das hohe Vertrauen der Kunden in das Produktversprechen von zooplus, auch und insbesondere in Krisenzeiten, deutlich erkennbar. Die umsatzbezogene Wiederkauftrate stieg gegenüber dem Jahresende 2019 (91%) deutlich an auf nunmehr 94% (in Absatzwährungen: ebenfalls 94%). Trotz signifikant reduzierter Aufwendungen für die Neukundenakquisition konnte im Vergleich zum Vorjahreszeitraum eine konstant hohe Anzahl an registrierten Neukunden gewonnen werden. Gleichzeitig verbesserte sich die Qualität der Neukunden deutlich. Die Anzahl der Neukunden mit mindestens zwei Transaktion erhöhte sich um 11%, die dazugehörigen Umsatzerlöse konnten sogar um 16% gesteigert werden. Ein organisches Neukundenwachstum in Krisenzeiten bestätigt die

Positionierung von zooplus als führender Online-Spezialist für Heimtierbedarf in Europa und unterstützt die dynamische Umsatzentwicklung im ersten Quartal 2020 zusätzlich.

Das Geschäft mit exklusiven Eigenmarken im Bereich Futter und Streu trägt mit einem Umsatzplus von 34% weiterhin überproportional zur positiven Gesamtentwicklung bei. Der Anteil dieses margenstarken Sortimentsbereichs am Gesamtumsatz mit Futter und Streu liegt im ersten Quartal 2020 bei 16% (Q1 2019: 15%).

Die Rohmarge entwickelt sich mit einem Niveau von 29,4% weiter positiv (Q1 2019: 28,2%) und liegt über dem Wert des Gesamtjahres 2019 (FY 2019: 29,0%). Der weitere Anstieg der margenstarken Umsätze mit Eigenmarken sowie Optimierungsmaßnahmen durch das zentrale Yield Management wirken sich positiv auf die Entwicklung der Rohmarge im ersten Quartal 2020 aus.

Die operative Profitabilität, gemessen am Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA), beläuft sich im ersten Quartal auf 8,1 Mio. EUR und erhöht sich somit zum Vorjahresquartal vergleichsweise stark (Q1 2019: 2,2 Mio. EUR). Positiv auf das EBITDA wirken sich zum einen die Maßnahmen des zentralen Yield Managements und zum anderen der Rückgang der Aufwendungen für Werbung in Relation zum Umsatz aus. Neben der wieder stärkeren Fokussierung auf Effizienz im Onlinemarketing, ist dieser Rückgang auch auf das teilweise Aussetzen von aktiven Maßnahmen der Neukundenakquise ab Mitte März zurückzuführen. Die Erfüllung des Produktversprechens gegenüber dem loyalen Kundenstamm blieb hierbei im Vordergrund, insbesondere in Zeiten hoher Nachfrage. Folglich belaufen sich die Marketingaufwendungen auf 2,2% der Umsatzerlöse im ersten Quartal 2020 (Q1 2019: 2,7% / FY 2019: 3,3%). Gegenläufig auf die Ergebnisentwicklung wirken sich Effizienzverluste im Logistikbereich aus, im Wesentlichen getrieben durch die Bereitstellung von Zusatzkapazitäten im Transport- und Fulfillmentbereich bzw. kostenintensivere Lastverteilung. Das durch den Nachfrageschub erhöhte Bestellvolumen pro Kunde wirkt sich dagegen positiv auf den Wert pro Paket aus. Der Konzern konnte die höheren Logistikaufwendungen dadurch mehr als kompensieren.

Das starke operative Ergebnis sowie das deutlich höhere Umsatzwachstum im Monat März beeinflussen die Liquidität des Konzerns positiv. Im ersten Quartal 2020 konnte, unter anderem durch den absatzbedingten Rückgang der Warenbestände, ein signifikant höherer

Free Cashflow in Höhe von 40,4 Mio. EUR (Vorjahresquartal 10,5 Mio. EUR) generiert werden, der die Eigenfinanzierungskraft des Konzerns unterstreicht.

Dr. Cornelius Patt, Vorstandsvorsitzender der zooplus AG: „Als internetbasiertes Unternehmen in der Kategorie Haustierbedarf sind wir in Zeiten der Corona-Pandemie bestens positioniert, um Produktversprechen gegenüber unseren Kunden durchgängig zu erfüllen. Unsere Kunden honorieren dies mit ungebrochener Loyalität - wir verzeichnen einen Anstieg der Wiederkauftrate auf 94% im ersten Quartal 2020. Auch im angelaufenen zweiten Quartal bleibt die Nachfrage für Haustierbedarf in Europa robust, sowohl im Bestands- als auch im Neukundengeschäft. Daher blicken wir zuversichtlich auf den weiteren Verlauf des Geschäftsjahres und konnten unsere Umsatz- und Profitabilitätsziele für 2020 vor wenigen Tagen anheben. Nichtsdestotrotz beobachten wir kontinuierlich die Entwicklungen entlang der Supply Chain in unserer Kategorie und sind im engen Austausch mit all unseren Partnern, um die Kontinuität des Warenflusses und die Aufrechterhaltung der Logistikinfrastruktur unter den Rahmenbedingungen der Covid-19-Pandemie in Europa sicherzustellen. Oberste Priorität ist, für unsere treuen Kunden den ununterbrochenen Zugang zu ihren präferierten Marken und Produkten zu gewährleisten.“

Mit einem Umsatzplus gegenüber dem Vorjahr von 76,8 Mio. EUR und einer operativen Profitabilität, gemessen am EBITDA, von 8,1 Mio. EUR befindet sich der Konzern voll im Plan, um die am 25. März 2020 kommunizierten bzw. am 7. Mai 2020 aktualisierten Jahresziele 2020 zu erreichen (Wachstumsleistung der Umsatzerlöse gegenüber dem Vorjahr von 225 Mio. EUR, was einem Umsatzvolumen von 1,75 Mrd. EUR entspricht, sowie ein entsprechendes Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) mindestens in Höhe von 20 Mio. EUR). Prämisse für die Erreichung der angepassten Prognose ist, dass sich der Einfluss der Corona-Pandemie sowohl auf die gesamtkonjunkturelle Lage als auch auf die Lage des Konzerns im Laufe des Geschäftsjahres nicht im unbekanntem Maß wesentlich verändert.

Mit dem Geschäftsjahr 2020 hat die zooplus AG ihre Berichtsstruktur angepasst. Ab dem ersten Quartal 2020 wird das Unternehmen für das erste und das dritte Quartal eines Geschäftsjahres in Anlehnung an die allgemeine Praxis eine Zwischenmitteilung anstelle der

bisherigen Quartalsberichte veröffentlichen. Die Mitteilung für das erste Quartal 2020 steht auf der Internetseite <https://investors.zooplus.com> als Download zur Verfügung.

Unternehmensprofil:

zooplus wurde 1999 gegründet und ist heute gemessen an Umsatzerlösen Europas führender Internethändler für Heimtierbedarf. Die Umsatzerlöse betragen im Geschäftsjahr 2019 über 1,5 Mrd. EUR. Das Geschäftsmodell wurde bislang bereits in rund 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 Heimtierbedarfsmarkt stellt ein wichtiges Marktsegment innerhalb der europäischen Handelslandschaft dar. Die Umsätze mit Heimtierfutter und Zubehör innerhalb der Europäischen Union belaufen sich auf rund 30 Mrd. EUR brutto. 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:

zooplus AG
Diana Apostol
Sonnenstraße 15
80331 München
Tel: + 49 (0) 89 95006-210
Fax: + 49 (0) 89 95006-503
Mail: ir@zooplus.com
Web: <https://investors.zooplus.com>

Kontakt 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