

zooplus AG: Fortsetzung des starken Umsatzwachstums und deutliche Verbesserung der operativen Profitabilität im ersten Halbjahr 2020

- **Anstieg der Umsatzerlöse um 19% auf 862 Mio. EUR in H1 2020 (H1 2019: 727 Mio. EUR)**
- **Umsatzbezogene Wiederkauftrate erreicht wieder Rekordniveau von 95%**
- **Verbesserungen in der Steuerung des Produktabsatzmixes lassen Rohmarge auf 30,5% in H1 2020 ansteigen (H1 2019: 28,4%)**
- **Deutliche Steigerung der operativen Profitabilität resultiert in einem EBITDA in Höhe von 29,4 Mio. EUR in H1 2020 (H1 2019: 4,5 Mio. EUR)**
- **Starker Free Cashflow von 29,6 Mio. EUR in H1 2020 (H1 2019: 6,9 Mio. EUR) unterstreicht Innenfinanzierungskraft des Konzerns**
- **Umsatz- und Ergebnisziele für laufendes Geschäftsjahr im Juli 2020 erneut angehoben**

München, 18. August 2020 – Die zooplus AG (WKN 511170, ISIN DE0005111702, Börsenkürzel ZO1), Europas führender Internethändler für Heimtierprodukte, hat das erste Halbjahr 2020 mit deutlicher Umsatz- und Profitabilitätssteigerung abgeschlossen. Trotz eines pandemiegeprägten Umfelds konnte zooplus seinen operativen Geschäftsbetrieb durchgängig aufrechterhalten und seine loyalen Stammkunden sowie Neukunden in ganz Europa auf sicherem Weg direkt nach Hause beliefern. Beflügelt durch die robuste Nachfrage für Heimtierbedarf in ganz Europa und auf Basis einer sehr guten Geschäftsentwicklung hat der Konzern kurz nach Ablauf des ersten Halbjahres seine Prognose für das Geschäftsjahr 2020 ein zweites Mal angehoben. Im ersten Halbjahr 2020 erzielte der Konzern Umsatzerlöse in Höhe von 862 Mio. EUR (H1 2019: 727 Mio. EUR), was einer Umsatzwachstumsrate von 19% entspricht. Gleichzeitig verbesserte der Konzern die operative Profitabilität, gemessen am Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA), im ersten Halbjahr 2020 deutlich gegenüber der Vorjahresperiode und erzielte ein EBITDA in Höhe von 29,4 Mio. EUR (H1 2019: 4,5 Mio. EUR). Besonders hervorzuheben ist hierbei die starke Entwicklung im zweiten Quartal 2020 mit einem Quartals-EBITDA in Höhe von 21,3 Mio. EUR (Q2 2019: 2,3 Mio. EUR).

Getragen wurde die Umsatzentwicklung durch das Geschäft mit den loyalen Stammkunden in allen europäischen Schlüsselmärkten. Dank intensiver Maßnahmen zur Steigerung der Kundenloyalität verzeichnete der Konzern einen Anstieg der wechselkursbereinigten umsatzbezogenen Wiederkauftrate auf nun 95% zum Ende des ersten Halbjahres 2020 (H1 2019: 92%, GJ 2019: 91%) und erreicht damit wieder den bisherigen Rekordwert aus 2018. Der temporäre Einbruch dieser 12-Monats-Kennzahl im Verlauf des Jahres 2019 ist damit bereits nach sechs Monaten voll ausgeglichen.

In der Neukundenakquisition setzte der Konzern den seit Jahresanfang eingeschlagenen qualitätsorientierten Kurs fort und konnte den Umsatz mit nachkaufenden Neukunden im ersten Halbjahr um 20% steigern. Die Anzahl nachkaufender Neukunden wuchs dabei um 14%, die Werbeaufwendungen wurden klar fokussiert und liegen in Summe deutlich unter dem Niveau des Vorjahres. Somit konnte zooplus seine Werbeeffizienz steigern und sein Wachstum aufgrund verbesserter Kundenqualität zugleich nachhaltiger anlegen. Diese Erfolge unterstreichen nicht nur die Attraktivität des Angebots und Produktversprechens von zooplus, sondern auch die geschärfte Strategie des Konzerns bei der Erschließung von ertragsstarken Neukunden.

Verbesserungen in der Steuerung des Produktabsatzmixes sowie die Fokussierung auf ertragsstarke Umsatzerlöse und Kunden wirken sich positiv auf die Entwicklung der Rohmarge des Konzerns aus. So konnte diese im Berichtszeitraum auf 30,5% gesteigert werden (H1 2019: 28,4%). Das Geschäft mit exklusiven Eigenmarken im Bereich Futter und Streu unterstützt diese Entwicklung und verzeichnete erneut ein überproportional starkes Wachstum, mit einem Umsatzwachstum von 32% gegenüber H1 2019. Der Umsatzanteil des margenstarken Sortimentsbereichs am Gesamtumsatz mit Futter und Streu konnte damit auf nun 17% ausgebaut werden. Kostenseitig wurden Effizienzgewinne im Bereich Marketing erzielt und die Logistikeffizienz konnte auch im Krisenumfeld auf hohem Niveau gehalten werden. Dies resultiert in einer deutlichen Steigerung des EBITDA auf 29,4 Mio. EUR im ersten Halbjahr 2020 (H1 2019: 4,5 Mio. EUR).

Die Free Cashflow Entwicklung wird getragen von einem starken operativen Ergebnis und kontinuierlichen Optimierungen im Bereich Working Capital. Insgesamt konnte der Konzern einen Free Cashflow in Höhe von 29,6 Mio. EUR generieren (H1 2019: 6,9 Mio. EUR).

Dr. Cornelius Patt, Vorstandsvorsitzender der zooplus AG: „Als führender Online-Spezialist für Heimtierbedarf in Europa wissen wir, dass nicht nur unsere loyalen Stammkunden in ungewissen Zeiten auf zooplus vertrauen, sondern auch, dass die Stärken unseres Vertriebskanals für neue Kunden noch sichtbarer geworden sind. Unsere höchste Priorität gilt weiterhin der Loyalität unserer Kunden und dem nachhaltigen Ausbau unseres Geschäfts. Wir konnten uns in den ersten sechs Monaten des Krisenjahres 2020 in allen relevanten Kennzahlen verbessern, was einmal mehr die Resilienz unseres Geschäftsmodells unterstreicht. Unsere Ziele für das laufende Geschäftsjahr haben wir auf Basis der sehr guten Ergebnisse im ersten Halbjahr 2020 und einer weiterhin robusten Nachfrage in unserer Kategorie bereits zum zweiten Mal angehoben.“

Insgesamt befindet sich der Konzern auf einem sehr gutem Weg, die am 14. Juli 2020 aktualisierten Ziele für das Geschäftsjahr 2020 zu erreichen: Eine Wachstumsleistung der Umsatzerlöse gegenüber dem Vorjahr von rund 240 Mio. EUR, was einem erwarteten Umsatzvolumen von rund 1,765 Mrd. EUR entspricht, sowie ein entsprechendes Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) in Höhe von mindestens 40 Mio. EUR.

Der Bericht für das 2. Quartal und das erste Halbjahr 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 Heimtiertiergattungen. 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