

zooplus AG stellt 9-Monatszahlen vor:

Starkes Umsatzwachstum von 18% kombiniert mit hoher operativer Profitabilität; EBITDA auf 47,8 Mio. EUR verbessert

- **Anstieg der Umsatzerlöse um 18% auf 1,3 Mrd. EUR (9M 2019: 1,1 Mrd. EUR)**
- **Umsatzbezogene Wiederkauftrate erreicht neues Rekordniveau von 97% (9M 2019: 91%)**
- **Deutliche Steigerung der operativen Profitabilität resultiert in einem EBITDA in Höhe von 47,8 Mio. EUR (9M 2019: 6,7 Mio. EUR)**
- **Effektive Steuerung des Produktabsatzmixes lässt Rohmarge auf 30,5% ansteigen (9M 2019: 28,5%)**
- **Starker Free Cash Flow von 52,8 Mio. EUR (9M 2019: 9,5 Mio. EUR) unterstreicht Innenfinanzierungskraft des Konzerns**
- **Umsatz- und Ergebnisziele für 2020 im Oktober erneut angehoben**
- **Heute virtueller Capital Markets Day (10:00 Uhr bis 13:00 Uhr MEZ)**

München, 17. November 2020 – Die zooplus AG (WKN 511170, ISIN DE0005111702, Börsenkürzel ZO1), Europas führender Internethändler für Heimtierprodukte, hat in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2020 eine deutliche Umsatz- und Profitabilitätssteigerung erzielt. Trotz der im wirtschaftlichen Umfeld bestehenden Belastungen aufgrund der andauernden COVID-19-Pandemie konnte zooplus den operativen Geschäftsbetrieb durchgängig aufrechterhalten und seine loyalen Stammkunden sowie Neukunden in ganz Europa auf sicherem Weg direkt nach Hause beliefern.

In den ersten neun Monaten des Jahres 2020 erzielte der zooplus-Konzern Umsatzerlöse in Höhe von 1,3 Mrd. EUR (9M 2019: 1,1 Mrd. EUR), was einer Umsatzwachstumsrate von 18% entspricht. Gleichzeitig verbesserte zooplus die operative Profitabilität – gemessen am Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) – im Berichtszeitraum deutlich und erzielte ein EBITDA in Höhe von 47,8 Mio. EUR (9M 2019: 6,7 Mio. EUR). Dies entspricht einer EBITDA-Marge (in % des Umsatzes) von 3,7% (9M 2019: 0,6%). Im dritten Quartal wurden ein Umsatz von 436,4 Mio. EUR (Q3 2019: 377,7 Mio. EUR) und ein EBITDA von 18,4 Mio. EUR (Q3 2019: 2,2 Mio. EUR) erzielt.

Wesentlicher Treiber für die starke Umsatzentwicklung war das Geschäft mit den loyalen Stammkunden in allen europäischen Märkten. Aufgrund der zu Jahresbeginn eingeleiteten intensiven Maßnahmen zur Steigerung der Kundenloyalität und des Umsatzes pro Kunde verzeichnet der Konzern einen Anstieg der wechsellkursbereinigten umsatzbezogenen Wiederkauftrate auf ein neues Rekordniveau von 97% (9M 2019: 91%, GJ 2019: 91%; Bisheriger Rekordwert: 95%, GJ 2018). Der temporäre Rückgang dieses Leistungsindikators im Verlauf des Jahres 2019 wurde mittlerweile mehr als kompensiert.

In der Neukundenakquisition setzte der Konzern den seit Jahresanfang eingeschlagenen qualitätsorientierten Kurs fort und konnte – gemessen ab der zweiten Transaktion – das Umsatzvolumen mit wiederkaufenden Neukunden in den ersten neun Monaten um 17% steigern. Die Werbeaufwendungen wurden auf ausgewählte Maßnahmen fokussiert und lagen im Berichtszeitraum mit 20,2 Mio. EUR (1,6% des Umsatzes) deutlich unter dem Niveau des Vorjahres (9M 2019: 36,9 Mio. EUR, 3,3% des Umsatzes). Somit konnte zooplus seine Werbeeffizienz erhöhen und sein Wachstum im Neugeschäft aufgrund deutlich verbesserter Kundenqualität nachhaltig steigern. Diese Erfolge unterstreichen nicht nur die Attraktivität des Angebots und Produktversprechens von zooplus, sondern auch die geschärfte Strategie des Konzerns bei der Erschließung von umsatz- und ertragsstarken Neukunden.

Verbesserungen in der Steuerung des Produktabsatzmixes und aktive Maßnahmen zur Bereinigung unprofitabler Umsätze wirken sich positiv auf die Entwicklung der Rohmarge aus. Diese konnte im Berichtszeitraum auf 30,5% gesteigert werden (9M 2019: 28,5%). So wächst das Geschäft mit exklusiven Eigenmarken im Bereich Futter und Streu mit 32% (Umsatz 9M 2020 gegenüber 9M 2019) erneut überproportional und stützt damit den positiven Margentrend. Der Umsatzanteil dieses margenstarken Sortimentsbereichs am Gesamtumsatz mit Futter und Streu liegt nun bei 18% (9M 2019: 16%). Zudem nimmt die verstärkte Nachfrage nach Zubehör positiven Einfluss auf die Rohmarge. Auch der Bereich Logistik konnte trotz zeitweilig erschwerten Bedingungen ein durchgängig gutes Kundenerlebnis sicherstellen und das hohe Effizienzniveau des Vorjahres halten und ausbauen. Daraus resultiert eine deutliche Steigerung des EBITDA auf 47,8 Mio. EUR (9M 2019: 6,7 Mio. EUR). Das Konzernergebnis drehte für die ersten neun Monate 2020 mit 15,2 Mio. EUR in den positiven Bereich (9M 2019: –10,6 Mio. EUR).

Die Free-Cash-Flow-Entwicklung wird getragen von einem starken operativen Ergebnis und kontinuierlichen Optimierungen im Bereich Working Capital. Insgesamt konnte der Konzern einen Free Cash Flow in Höhe von 52,8 Mio. EUR generieren (9M 2019: 9,5 Mio. EUR).

Dr. Cornelius Patt, Vorstandsvorsitzender der zooplus AG: „Nach Ablauf des dritten Quartals blicken wir weiterhin auf einen für den zooplus-Konzern mehr als erfreulichen Geschäftsverlauf zurück. Von Umsatz über EBITDA und Konzernergebnis bis hin zum Free Cash Flow zeigen alle wesentlichen Finanzkennzahlen für die ersten neun Monate 2020 eine deutliche Verbesserung gegenüber dem Vorjahr. Das gute Fundament für den nachhaltigen Erfolg unseres Geschäftsmodells drücken jedoch insbesondere die kundenbezogenen Kennzahlen aus. Die Anzahl unserer aktiven wiederkehrenden Kunden ist von 4,2 auf 4,9 Millionen Kunden angestiegen und die umsatzbezogene Wiederkauftrate erreichte Ende September mit 97% einen neuen Höchstwert. Das ist ein deutliches Zeichen, dass immer mehr Menschen die Vorteile des sicheren und komfortablen Onlinekaufs bei zooplus, unser Produktsortiment und unsere auch in herausfordernden Zeiten gegebene Zuverlässigkeit schätzen. Mit diesem Rückenwind sind wir in das Schlussquartal des Jahres 2020 gestartet und auf sehr gutem Weg, um die Mitte Oktober ausgegebenen neuen Ziele für das laufende Geschäftsjahr zu erreichen.“

Vor dem Hintergrund einer auch im dritten Quartal in ganz Europa unverändert robusten Online-Nachfrage nach Heimtierbedarf und auf Basis der aktualisierten Erwartungen für den Geschäftsverlauf im Q4 2020 hat der zooplus-Vorstand am 15. Oktober 2020 seine Prognose für das laufende Geschäftsjahr zum dritten Mal angehoben. Der Konzern geht von einem Wachstum der Umsatzerlöse gegenüber dem Vorjahr im Bereich von 16% bis 19% aus, was dem prognostizierten Umsatzvolumen von 1,770 Mrd. EUR bis 1,810 Mrd. EUR entspricht. Das Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) soll im Bereich von 50 Mio. bis 65 Mio. EUR liegen.

Der Bericht für das 3. Quartal und die ersten neun Monate 2020 steht auf der Internetseite <https://investors.zooplus.com> als Download zur Verfügung.

Heute virtueller Capital Markets Day

Die zooplus AG veranstaltet am heutigen Dienstag, 17. November 2020, von 10:00 Uhr bis 13:00 Uhr MEZ einen virtuellen Capital Markets Day. Der Vorstand wird neben der Präsentation der aktuellen Neunmonatszahlen einen Überblick zur Unternehmensstrategie und zum allgemeinen Geschäftsverlauf geben. Die Registrierung ist unter folgendem Link möglich (Kontakt: cmd@zooplus.com) [https://mbw-live.de/20201117 Zooplus/](https://mbw-live.de/20201117_Zooplus/).

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