



Quartalsmitteilung  
**Q1 2021**

## Inhaltsverzeichnis

1	Kennzahlenvergleich	11	Risiken und Chancen, Prognose
2	Die Aktie der zooplus AG	11	Nachtragsbericht
<b>zooplus in den ersten drei Monaten des Jahres 2021</b>		<b>Ausgewählte Finanzinformationen</b>	
3	Zur Lage hinsichtlich der COVID-19-Pandemie	12	Konzern-Bilanz
3	Heimtierbedarf ist eine sehr attraktive Kategorie	14	Konzern-Gesamtergebnisrechnung
3	zooplus ist der führende Online-Anbieter in Europa	15	Konzern-Kapitalflussrechnung
3	Strategischer und finanzieller Mittelfristausblick für 2025	16	Konzern- Eigenkapitalveränderungsrechnung
4	Geschäftsverlauf Q1 2021	<b>Service</b>	
5	Ertragslage	17	Glossar
9	Vermögenslage	18	Impressum
10	Finanzlage		

## Kennzahlenvergleich Q1 2021 vs. Q1 2020

		Q1 2021	Q1 2020	Veränderung
<b>Umsatzerlöse</b>	Mio. EUR	<b>508,6</b>	<b>439,9</b>	<b>+15,6%</b>
Umsatzbeitrag Eigenmarken	%	17,4%	15,1%	+2,4%p
<b>Umsatzbezogene Wiederkauftrate zum Stichtag 31.03.</b>	%	<b>97%</b>	<b>94%</b>	<b>+3%p</b>
Rohhertrag	Mio. EUR	156,2	129,3	+26,9
<b>Rohmarge</b>	%	<b>30,7%</b>	<b>29,4%</b>	<b>+1,3%p</b>
<b>EBITDA</b>	Mio. EUR	<b>24,5</b>	<b>8,1</b>	<b>+16,5</b>
EBITDA-Marge	%	4,8%	1,8%	+3,0%p
EBT	Mio. EUR	16,2	0,7	+15,6
Konzernergebnis	Mio. EUR	10,3	-0,5	+10,8
Ergebnis je Aktie (unverwässert)	EUR	1,44	-0,07	+1,51
Ergebnis je Aktie (verwässert)	EUR	1,41	-0,07	+1,48
<b>Free Cashflow</b>	Mio. EUR	<b>48,1</b>	<b>40,4</b>	<b>+7,7</b>
<b>Aktive wiederkehrende Kunden zum Stichtag 31.03.</b>	Mio.	<b>5,3</b>	<b>4,6</b>	<b>+15%</b>
<b>Aktive Kunden zum Stichtag 31.03.</b>	Mio.	<b>8,6</b>	<b>7,8</b>	<b>+10%</b>

# Die Aktie der zooplus AG

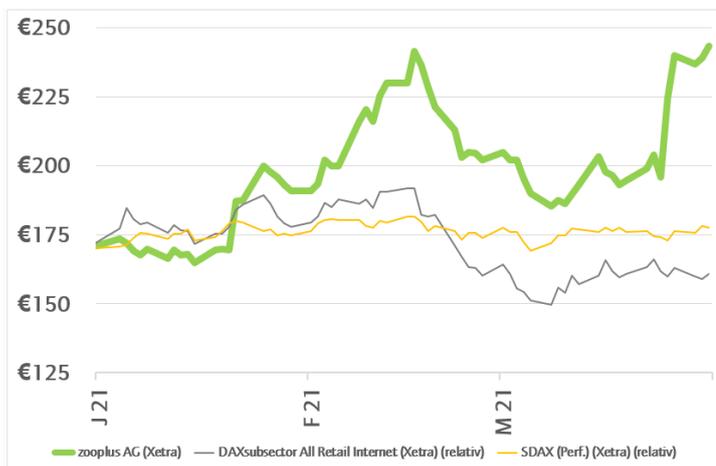
Obwohl die Unsicherheiten über den weiteren Verlauf der COVID-19-Pandemie weiter anhielten, setzte sich im ersten Quartal 2021 eine positive Stimmung am Aktienmarkt durch. In diesem Umfeld konnten die deutschen Indizes DAX (+9,4%), MDAX (+3,0%), SDAX (+4,6%) und TecDAX (+5,7%) zum Stichtag 31. März 2021 deutlich zulegen, während der für zooplus relevante Branchenindex DAXsubsector All Retail Internet (-5,2%) im Vergleich zum Jahresendstand 2020 nachgab.

Die im SDAX notierte zooplus-Aktie bewegte sich in den ersten Wochen des Jahres 2021 seitwärts. Von Mitte Januar bis Mitte Februar war die Aktie in einem

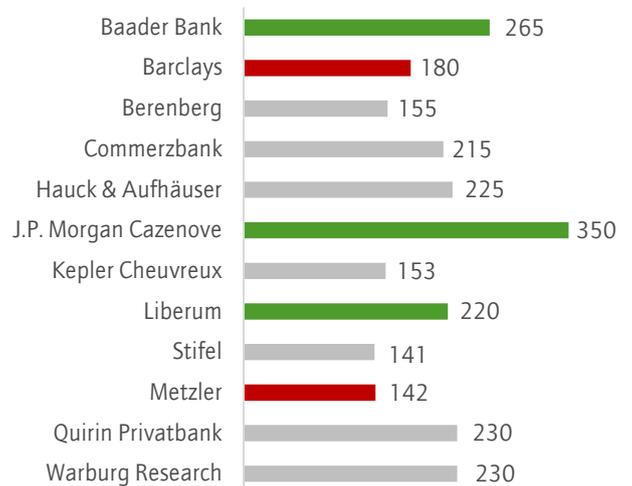
Aufwärtstrend, dem dann eine Korrektur bis auf ein Kursniveau zwischen 180 EUR und 190 EUR folgte. Nach Bekanntgabe des mittelfristigen Ausblicks des Unternehmens mit der Veröffentlichung der Prognose für das Geschäftsjahr 2021 Ende März stieg der Kurs auf ein Niveau von mehr als 240 EUR.

Der Xetra-Schlusskurs am 31. März 2021 von 243,50 EUR lag um 43,4 % über dem Schlusskurs vom 30. Dezember 2020 (169,80 EUR). Auf Basis der zum 31. März 2021 ausstehenden 7.149.178 Aktien erreichte die Marktkapitalisierung von zooplus zu diesem Zeitpunkt 1.740,8 Mio. EUR.

## Kursverlauf Q1 2021

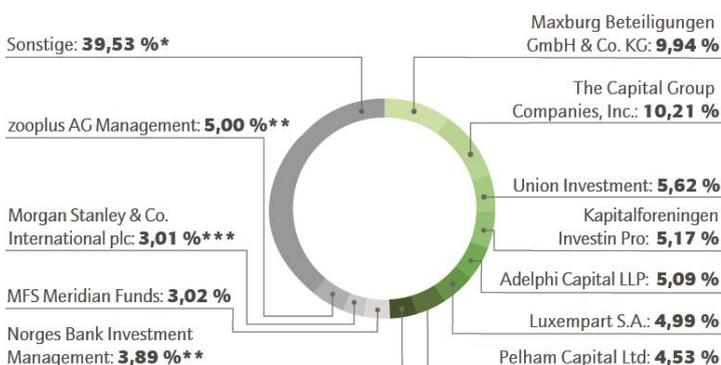


## Analysten



■ Buy / Overweight   ■ Hold   ■ Sell / Underweight / Reduce

## Aktionärsstruktur



Stand: 24. März 2021; Anteilsberechnung basierend auf einer Gesamtzahl der Stimmrechte von 7.149.178

Anteilsbesitz entsprechend der veröffentlichten Stimmrechtsmitteilungen

\*Gemäß Definition der Deutschen Börse beträgt der Streubesitz 90,06 %

\*\*Inklusive Instrumenten

\*\*\*Inklusive Aktien aus dem Handelsbuch

## Stammdaten

WKN / ISIN / Börsenkürzel	511170 / DE0005111702 / Z01
Grundkapital in EUR, 31.12.2020	7.149.178,00
Grundkapital in EUR, 31.03.2021	7.149.178,00
Anzahl der Aktien, 31.03.2021	7.149.178
Erstnotiz	09.05.2008
Erstausgabepreis in EUR*	13,00
Xetra-Schlusskurs 30.12.2020 in EUR	169,80
Xetra-Schlusskurs 31.03.2021 in EUR	243,50
Prozentuale Veränderung	+43,4%
Höchster Xetra-Schlusskurs der Periode in EUR	243,50
Tiefster Xetra-Schlusskurs	164,80

\*bei Berücksichtigung der Kapitalerhöhung aus Gesellschaftsmitteln vom Juli 2011

### Zur Lage hinsichtlich der COVID-19-Pandemie

Der Ausbruch der Pandemie hatte globale Auswirkungen auf die Arbeitsweise von Unternehmen und auf das Verbraucherverhalten. In diesem Umfeld erwies sich das Geschäftsmodell von zooplus als reiner Online-Händler in einer systemrelevanten Kategorie einmal mehr als krisenresistent. Der zooplus-Konzern beobachtet kontinuierlich die aktuellen Entwicklungen und Restriktionen auf den Beschaffungs- und Absatzmärkten sowie deren möglichen Auswirkungen auf Beschaffungszyklen und Transportwege und begegnet diesen Entwicklungen mit entsprechenden Maßnahmen.

### Heimtierbedarf ist eine sehr attraktive Kategorie

Eine Vielzahl von Studien zeigt, dass die Haustierhaltung immer mehr an Beliebtheit gewinnt und im Vergleich zu den Vorjahren sich eine zunehmende Anzahl von Haushalten für ein Haustier entscheidet. In Kombination mit den Trends Premiumisierung des Heimtierbedarfs und Humanisierung der Haustiere schafft dies einen äußerst attraktiven und wachsenden Markt.

### zooplus ist der führende Online-Anbieter in Europa und bestens positioniert, um die Chancen des wachsenden Heimtierbedarfsmarktes zu nutzen

Mit der zunehmenden Verlagerung der Konsumenten hin zu Online-Kanälen entwickelt sich der Heimtierbedarf zu einer der gefragtesten Produktgruppen im Online-Handel. zooplus ist bestens positioniert, um von der steigenden Zahl der Haushalte, die ein Haustier besitzen, sowie von der beschleunigten Verlagerung der Kunden auf effizientere Online-Kanäle für den Heimtierbedarf in ganz Europa zu profitieren.

### Strategischer und finanzieller Mittelfristausblick für 2025

Auf Basis der steigenden Haustierpopulation in Europa, den Trends der Premiumisierung und Humanisierung von Haustieren sowie einer beschleunigten Verlagerung hin zum Online-Handel erwartet zooplus eine Beschleunigung des Wachstums im Heimtierbedarfmarkt von 3% auf 6% p.a., bis zum Jahr 2025 soll das Marktvolumen 35 Mrd. EUR bis 37 Mrd. EUR erreichen (2020: 28 Mrd. EUR bis 29 Mrd. EUR). zooplus ist bestens positioniert, um von dem erheblichen Wachstumspotenzial zu profitieren. Das Unternehmen erwartet einen Anstieg seines Marktanteils auf 9% bis 10% des Gesamtmarkts (online und offline) bis zum Jahr 2025 (2020: Marktanteil von 6% bis 7%). Gleichzeitig erwartet zooplus im Jahr 2025 einen Umsatz von 3,4 Mrd. EUR bis 3,8 Mrd. EUR (2020: 1,8 Mrd. EUR). Im Hinblick auf die operative Profitabilität strebt zooplus für 2025 auf Basis des geplanten Umsatzes eine EBITDA-Marge von mindestens 4% an (2020: EBITDA-Marge von 3,5%).

## Geschäftsverlauf Q1 2021

Gestützt von einer weiterhin dynamischen Entwicklung in der Kategorie Heimtierbedarf verzeichnete die zooplus AG einen erfolgreichen Start in das Geschäftsjahr 2021. Der Konzernumsatz stieg in den ersten drei Monaten des Jahres 2021 um 16% auf 508,6 Mio. EUR (Q1 2020: 439,9 Mio. EUR). Im Vergleich zu dem normalisierten Umsatz in Q1 2020 lag das bereinigte Umsatzwachstum in Q1 2021 bei 22%.

Das Wachstum wird weiterhin durch eine starke Monetarisierung von Bestandskunden in Kombination mit einem soliden Neukundengeschäft getrieben. Die umsatzbezogene Wiederkauftrate der Bestandskunden lag zum Ende des ersten Quartals 2021 bei 97%. Die Anzahl der aktiven wiederkehrenden Kunden stieg um 15% auf 5,3 Mio. (Q1 2020: 4,6 Mio.).

Der Rohertrag belief sich auf 156,2 Mio. EUR, was einer Rohmarge von 30,7% entspricht (Q1 2020: 129,3 Mio. EUR; 29,4%). Die operative Profitabilität, gemessen am Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA), betrug 24,5 Mio. EUR, entsprechend einer EBITDA-Marge von 4,8% (Q1 2020: 8,1 Mio. EUR; 1,8%). Der Free Cashflow

erreichte zum Ende des ersten Quartals 2021 einen Wert von 48,1 Mio. EUR (Q1 2020: 40,4 Mio. EUR).

Mit einem Umsatz von 508,6 Mio. EUR und einem EBITDA von 24,5 Mio. EUR in Q1 2021 ist der Konzern auf einem sehr guten Weg, die im Geschäftsbericht 2020 kommunizierten Ziele für das Gesamtjahr zu erreichen: Umsatzerlöse im Bereich zwischen 2,04 Mrd. EUR und 2,14 Mrd. EUR und eine operative Profitabilität, gemessen am Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA), im Bereich zwischen 40 Mio. EUR und 80 Mio. EUR, was einer EBITDA-Marge bezogen auf die Umsatzerlöse im Bereich von 2% bis 4% entspricht.

Insgesamt übertraf der Konzernumsatz in den ersten drei Monaten 2021 mit 508,6 Mio. EUR das Umsatzvolumen der Vorquartale (Q2 2020: 422,5 Mio. EUR; Q3 2020: 436,4 Mio. EUR; Q4 2020: 502,7 Mio. EUR) und bestätigt den nachhaltigen, margenstarken Wachstumskurs des Geschäfts.

## Ertragslage

Mit einem Wachstum von 16% gegenüber dem Vorjahr konnte zooplus die Umsatzerlöse in den ersten drei Monaten 2021 deutlich steigern. Die Umsatzerlöse stiegen von 439,9 Mio. EUR im Vorjahreszeitraum auf 508,6 Mio. EUR im Berichtszeitraum. Die Entwicklung des Gesamtumsatzwachstums war wesentlich durch den Umsatz mit der loyalen Bestandskundenbasis getrieben. Positiv auf die Umsatzentwicklung in den ersten drei Monaten 2021 wirkte sich zudem die robuste und nachhaltige Nachfrage im Bereich Heimtierbedarf aus.

Der Umsatz im Bereich Eigenmarken entwickelte sich mit einem Wachstum von 34% in den ersten drei Monaten 2021 weiterhin überproportional im Vergleich zum Gesamtumsatz. Der Umsatzanteil der Eigenmarken lag bei 17% des Gesamtumsatzes (Q1 2020: 15%).

Insgesamt erzielte der Konzern in den ersten drei Monaten 2021 rund 87% seiner Umsätze mit Produkten im Bereich Futter und Streu. Die verbleibenden 13% entfallen im Wesentlichen auf Pflegeprodukte und Accessoires.

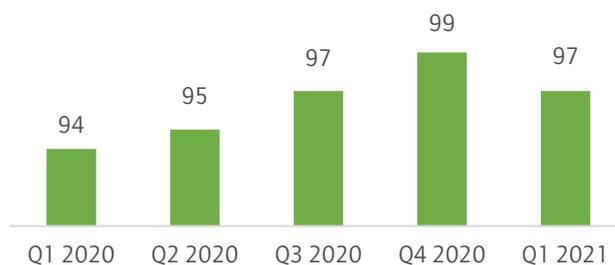
Die hohe Loyalität der Bestandskunden und der Erfolg der beliebten Kundenbindungsprogramme des Konzerns wie z.B. „Subscribe & Save“<sup>1</sup> und das Bonuspunkteprogramm führten zu einer wechselkursbereinigten umsatzbezogenen Wiederkauftrate von 97% zum Ende der ersten drei Monate 2021.

Darüber hinaus erzielte zooplus in den ersten drei Monaten 2021 sonstige betriebliche Erträge in Höhe von 1,4 Mio. EUR (Q1 2020: 1,2 Mio. EUR) und sonstige Verluste in Höhe von -1,0 Mio. EUR (Q1 2020: -2,1 Mio. EUR). Der Rückgang der sonstigen Verluste gegenüber dem Vorjahr resultierte im Wesentlichen aus niedrigeren Währungsverlusten. Darüber hinaus ergaben sich aktivierte Eigenleistungen in Höhe von 0,3 Mio. EUR (Q1 2020: 0,5 Mio. EUR).

### Umsatz (Mio. EUR)



### Umsatzbezogene Wiederkauftrate (%)



<sup>1</sup> Beispielsweise der Sparplan auf der deutschen zooplus Shopseite  
[https://www.zooplus.de/content/savingsplan\\_terms](https://www.zooplus.de/content/savingsplan_terms)

## Aufwandsposten

Im Folgenden sollen die wichtigsten Aufwandsposten kurz im Überblick in ihrer Höhe und Entwicklung dargestellt werden. Alle prozentualen Angaben im folgenden Abschnitt sind Circawerte und können im Vergleich zu den Zahlen des Konzernabschlusses geringen Rundungs-differenzen unterliegen. Die Aufwandsposten werden in Relation zu den Umsatzerlösen, der führenden Steuerungsgröße, gesetzt.

### Materialaufwand und Rohmarge

Der Materialaufwand erhöhte sich im Einklang mit dem Umsatzwachstum und belief sich in den ersten drei Monaten 2021 auf 352,4 Mio. EUR (Q1 2020: 310,6 Mio. EUR). Die Rohmarge lag in den ersten drei Monaten 2021 bei 30,7% (Q1 2020: 29,4%).

### Aufwendungen für Leistungen an Arbeitnehmer (Personalaufwand)

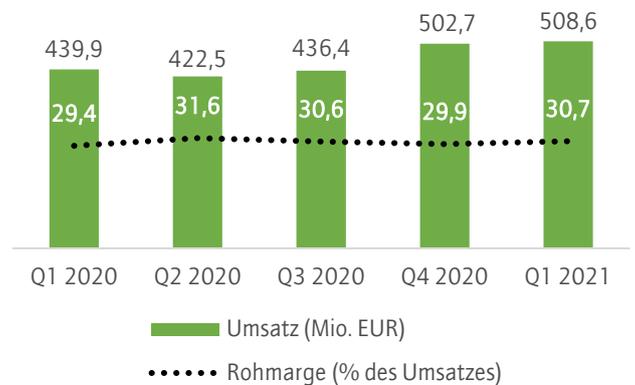
Die Leistungen an Arbeitnehmer stiegen von 15,6 Mio. EUR (Q1 2020) auf 17,1 Mio. EUR in den ersten drei Monaten 2021. Die Personalaufwandsquote (bezogen auf die Umsatzerlöse) sank dagegen leicht auf 3,4% in Q1 2021 nach 3,5% in Q1 2020. Der absolute Anstieg des Personalaufwands im Vergleich zu den ersten drei Monaten des Vorjahres resultierte aus höheren Rückstellungen und Investitionen in die Belegschaft. In den ersten drei Monaten 2021 beschäftigte zooplus durchschnittlich 793 Mitarbeiter (ohne Vorstand; Durchschnitt zum 31. März 2020: 726).

### Aufwendungen für Warenabgabe

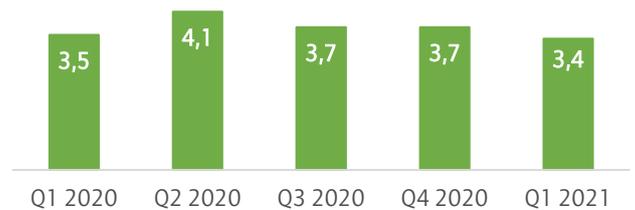
Das Geschäftsmodell von zooplus erfordert die Lagerung, Kommissionierung und den Versand verkaufter Produkte an den Endkunden. Darüber hinaus entstehen zusätzliche Aufwendungen in Bereichen wie Retourenabwicklung, Einlagerung und sonstige Aufwendungen der Logistik und Distribution.

Die Aufwendungen für Warenabgabe erreichten in den ersten drei Monaten 2021 ein Niveau von 18,5%, bezogen auf die Umsatzerlöse, gegenüber 18,0% im vergleichbaren Vorjahreszeitraum. Der Anstieg ergab sich im Wesentlichen durch Kostensteigerungen im Bereich der Last-Mile-Delivery, die nur teilweise durch Effizienzsteigerungen bei den Fulfillment-Kosten ausgeglichen werden konnten.

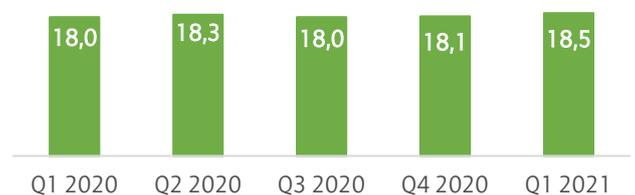
### Rohmarge (% des Umsatzes)



### Personalaufwand (% des Umsatzes)



### Aufwendungen für Warenabgabe (% des Umsatzes)



## Aufwendungen für Werbung

Die Aufwendungen für Werbung sind im Wesentlichen getrieben durch die Akquisition von Neukunden in allen europäischen Märkten. Dies geschieht vor allem im Bereich des Online-Marketings, wo die Effizienz einzelner Maßnahmen kontinuierlich gemessen und einzelne Aktivitäten regelmäßig entsprechend adjustiert werden können. Dies betrifft das gesamte Spektrum von Suchmaschinenoptimierung und -marketing über Affiliatemarketing bis hin zu sonstigen Online-Partnerschaften sowie Online-Direktmarketing.

Die Investitionen in Marketing wurden gezielt eingesetzt und lagen insgesamt um 38% unter dem Wert des Vorjahres. Damit konnte zooplus seine Marketingeffizienz deutlich steigern und gleichzeitig sein Wachstum aufgrund der verbesserten Kundenqualität nachhaltig steigern. Die Aufwendungen für Werbung, bezogen auf die Umsatzerlöse, lagen in den ersten drei Monaten 2021 bei 1,2% im Vergleich zu 2,2% im vergleichbaren Vorjahreszeitraum. Der Rückgang ist hauptsächlich auf eine verbesserte Effizienz bei den Investitionen in die Neukundengewinnung und ein höheres Niveau bei der organischen Neukundengewinnung zurückzuführen. Bei der bezahlten Neukundenakquisition setzte der Konzern seinen qualitätsorientierten Kurs fort und steigerte das Umsatzvolumen mit wiederkaufenden Neukunden um 17%, gemessen ab der zweiten Transaktion. 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.

## Aufwendungen des Zahlungsverkehrs

Die Aufwendungen des Zahlungsverkehrs entwickelten sich im Verhältnis zu den Umsatzerlösen stabil und beliefen sich in den ersten drei Monaten 2021 auf 0,8% der Umsatzerlöse (Q1 2020: 0,8%).

## Aufwendungen für Werbung (% des Umsatzes)



## Sonstige übrige Aufwendungen

Die sonstigen übrigen Aufwendungen beinhalten anfallende Aufwendungen vor allem für die Bereiche Kundenservice, Raumkosten, allgemeine Verwaltungskosten, Technologie und sonstige Aufwendungen im Rahmen der normalen Geschäftstätigkeit. Bezogen auf die Umsatzerlöse lagen die sonstigen übrigen Aufwendungen in den ersten drei Monaten 2021 bei 2,0% (Q1 2020: 2,7%). Der Rückgang resultierte im Wesentlichen aus niedrigeren Technologiekosten in den ersten drei Monaten des Jahres 2021.

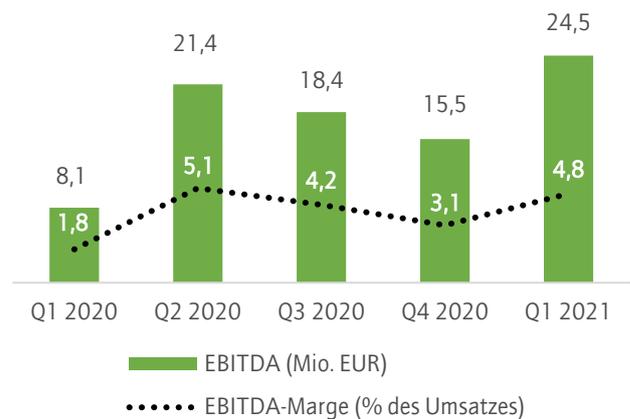
## Ergebnisentwicklung

Die operative Profitabilität des Konzerns, gemessen am Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA), belief sich in den ersten drei Monaten auf 24,5 Mio. EUR und lag damit deutlich über dem vergleichbaren Vorjahreswert (Q1 2020: 8,1 Mio. EUR). Die wesentlichen Treiber für die Verbesserung des EBITDA waren höhere Rohmarge und eine höhere operative Effizienz. Der Anstieg der operativen Profitabilität spiegelt sich auch in der Erhöhung der EBITDA-Marge für die ersten drei Monate 2021 wider, die sich gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 3 Prozentpunkte auf 4,8% verbesserte (Q1 2020: 1,8%).

Das Ergebnis vor Steuern (EBT) betrug in den ersten drei Monaten 2021 16,2 Mio. EUR und verbesserte sich somit erheblich gegenüber dem Vorjahreszeitraum (Q1 2020: 0,7 Mio. EUR).

Insgesamt wurde ein Konzernergebnis von 10,3 Mio. EUR (Q1 2020: -0,5 Mio. EUR) erzielt. Das Gesamtergebnis differiert um die Marktbewertung der Derivate von 1,1 Mio. EUR und den Unterschied aus der Währungsumrechnung von -0,1 Mio. EUR und betrug 11,3 Mio. EUR (Q1 2020: 0,2 Mio. EUR).

## EBITDA und EBITDA-Marge



## Konzernergebnis (Mio. EUR)



## Vermögenslage

Die langfristigen Vermögenswerte beliefen sich zum 31. März 2021 auf insgesamt 103,7 Mio. EUR gegenüber 102,2 Mio. EUR zum 31. Dezember 2020. Der Nettobuchwert sämtlicher Nutzungsrechte betrug zum 31. März 2021 89,8 Mio. EUR (31. Dezember 2020: 87,3 Mio. EUR).

Innerhalb der kurzfristigen Vermögenswerte lagen die Vorräte mit 149,8 Mio. EUR unter dem Wert vom Jahresende 2020 (31. Dezember 2020: 156,7 Mio. EUR). zooplus steht im engen Austausch mit seinen Lieferanten, um eine fortwährende allgemeine Produktverfügbarkeit zu gewährleisten.

Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen lagen zum 31. März 2021 bei 35,8 Mio. EUR (Jahresende 2020: 30,3 Mio. EUR).

Die sonstigen kurzfristigen Vermögenswerte sanken aufgrund eines niedrigeren Ausweises von offenen Ansprüchen gegenüber Lieferanten aus volumenabhängigen Bonivereinbarungen zum 31. März 2021 auf 58,9 Mio. EUR gegenüber 63,8 Mio. EUR zum Jahresende 2020.

Die liquiden Mittel verzeichneten zum 31. März 2021 einen Anstieg um 43,7 Mio. EUR auf 153,5 Mio. EUR gegenüber dem Jahresendwert 2020 von 109,8 Mio. EUR. Der Anstieg resultierte im Wesentlichen aus dem höheren operativen Ergebnis als in der Vorjahresperiode. Neben dem Bestand an liquiden Mitteln verfügt der Konzern zusätzlich über 70 Mio. EUR an bestehenden Kreditlinien.

Das Eigenkapital betrug zum 31. März 2021 insgesamt 135,9 Mio. EUR gegenüber 123,9 Mio. EUR zum 31. Dezember 2020.

Die langfristigen Verbindlichkeiten, die im Wesentlichen aus Leasingverbindlichkeiten bestehen, beliefen sich zum 31. März 2021 auf 71,2 Mio. EUR (31. Dezember 2020: 67,8 Mio. EUR). Ein Anteil in Höhe von 67,7 Mio. EUR wurde als langfristige Leasingverbindlichkeiten (31. Dezember 2020: 64,5 Mio. EUR) und ein Anteil in Höhe von 24,3 Mio. EUR als kurzfristige Leasingverbindlichkeiten ausgewiesen (31. Dezember 2020: 24,2 Mio. EUR).

Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen erhöhten sich per Ende März 2021 auf 172,0 Mio. EUR gegenüber 148,9 Mio. EUR zum 31. Dezember 2020. Der Anstieg war im Wesentlichen auf höhere Einkaufsvolumen sowie auf Verbesserungen der Zahlungskonditionen mit Lieferanten zurückzuführen.

Die Vertragsverbindlichkeiten erreichten mit 29,3 Mio. EUR einen vergleichbaren Wert wie zum Jahresende 2020 (31. Dezember 2020: 29,2 Mio. EUR). Die sonstigen Verbindlichkeiten in Höhe von 44,6 Mio. EUR (31. Dezember 2020: 48,1 Mio. EUR) betrafen im Wesentlichen Umsatzsteuerverbindlichkeiten.

Die Bilanzsumme des Unternehmens lag zum Ende des Berichtszeitraums bei insgesamt 503,7 Mio. EUR gegenüber 463,2 Mio. EUR zum 31. Dezember 2020.

## Finanzlage

Der positive Cashflow aus der laufenden Geschäftstätigkeit betrug im ersten Quartal 2021 insgesamt 48,9 Mio. EUR gegenüber 41,5 Mio. EUR im Vergleichszeitraum 2020. Positiv auf die Entwicklung des Cashflows wirkte sich das verbesserte operative Ergebnis aus.

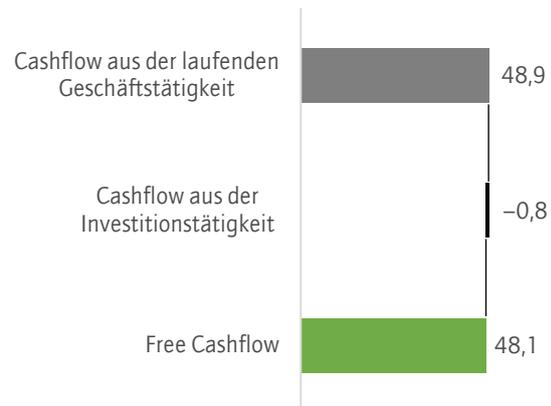
Der negative Cashflow aus der Investitionstätigkeit sank deutlich auf –0,8 Mio. EUR in Q1 2021 nach –1,1 Mio. EUR in Q1 2020. Der Rückgang ergab sich vor allem durch leicht niedrigere Investitionen in Hard- und Softwarekomponenten.

Dementsprechend belief sich der Free Cashflow im Berichtszeitraum auf 48,1 Mio. EUR (Q1 2020: 40,4 Mio. EUR) und unterstreicht die starke Eigenfinanzierungsfähigkeit des Konzerns.

Der Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit (Q1 2021: –4,7 Mio. EUR; Q1 2020: 14,1 Mio. EUR) beinhaltet im Wesentlichen die Tilgung von Leasingverbindlichkeiten und die Einzahlungen aus einem kurzfristigen Darlehen eines Lieferanten. Der Rückgang gegenüber dem Vorjahr resultierte aus Einzahlungen aus der Aufnahme von Bankkrediten in Höhe von 20,0 Mio. EUR in Q1 2020, die in Q2 2020 zurückgezahlt wurden.

Als Handelskonzern unterliegt zooplus grundsätzlich einer deutlichen Volatilität in bilanz- und cashflow-relevanten Größen wie Vorräten, Verbindlichkeiten oder Umsatzsteuer. Im Vergleich zu den dargestellten Ergebnisgrößen führt dies zu einer deutlich höheren Fluktuation dieser Werte im Jahresverlauf.

### Überleitung zum Free Cashflow (Mio. EUR)



## Risiken und Chancen, Prognose

### Risiken und Chancen

Aufgrund seiner pan-europäischen Geschäftstätigkeit ist zooplus mit einer Vielzahl von Risiken und Chancen konfrontiert und bewertet diese kontinuierlich. Die Einschätzung der Risikosituation des zooplus-Konzerns hat sich gegenüber der Darstellung im Risikobericht als Teil des Geschäftsberichts 2020 (Seiten 55 bis 65) nicht wesentlich verändert.

Die Chancensituation des zooplus-Konzerns hat sich gegenüber der Darstellung im Geschäftsbericht 2020 (Seiten 65 bis 67) nicht wesentlich verändert.

### Prognose

Die Geschäftsentwicklung des Konzerns im ersten Quartal 2021 verlief im Rahmen der Erwartungen des Vorstands. zooplus bestätigt daher die Ziele für das Geschäftsjahr wie sie im Geschäftsbericht 2020 am 25. März 2021 kommuniziert wurden: Umsatzerlöse im Bereich zwischen 2,04 Mrd. EUR und 2,14 Mrd. EUR und eine operative Profitabilität, gemessen am Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA), im Bereich zwischen 40 Mio. EUR und 80 Mio. EUR, was einer EBITDA-Marge bezogen auf die Umsatzerlöse im Bereich von 2% bis 4% entspricht.

## Nachtragsbericht

Die Unsicherheit über die weitere Ausbreitung der nächsten Welle des COVID-19-Erregers und das Fortbestehen der Pandemie hält auch in der Zeit nach dem Abschlussstichtag bis zum Zeitpunkt der Aufstellung des Quartalsabschlusses zum ersten Quartal 2021 weiter an. Etwaige wirtschaftliche Folgen, die sich aus potenziellen wesentlichen Änderungen in unbekanntem Maße für die Lage des Konzerns im Laufe des Geschäftsjahres ergeben könnten, können zum Aufstellungszeitpunkt des Quartalsabschlusses nicht abschließend ausgeschlossen werden.

Sollte sich die Ausbreitung des COVID-19-Erregers dauerhaft fortsetzen, kann sich dies negativ auf die Abwicklung der Geschäftstätigkeit in den von der Pandemie betroffenen Regionen auswirken und dadurch die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage beeinflussen. zooplus beobachtet die Entwicklungen im Zusammenhang mit der COVID-19-Pandemie kontinuierlich und arbeitet an der Bewertung der daraus resultierenden Chancen und Risiken.

# Konzern-Bilanz zum 31. März 2021 nach IFRS

## Vermögenswerte

in EUR	31.03.2021	31.12.2020
<b>A. LANGFRISTIGE VERMÖGENSWERTE</b>		
I. Sachanlagen	7.197.455,64	7.298.757,91
II. Nutzungsrechte	89.754.819,24	87.252.701,44
III. Immaterielle Vermögenswerte	6.504.863,46	7.182.258,89
IV. Latente Steueransprüche	262.957,52	433.622,19
<b>Langfristige Vermögenswerte, gesamt</b>	<b>103.720.095,86</b>	<b>102.167.340,43</b>
<b>B. KURZFRISTIGE VERMÖGENSWERTE</b>		
I. Vorräte	149.782.369,87	156.690.256,94
II. Geleistete Anzahlungen	83.872,30	0,00
III. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	35.799.629,46	30.276.744,88
IV. Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	58.940.263,45	63.758.816,98
V. Steuerforderungen	0,00	2.870,58
VI. Derivative Finanzinstrumente	1.844.920,15	499.993,24
VII. Zahlungsmittel	153.514.718,54	109.814.413,45
<b>Kurzfristige Vermögenswerte, gesamt</b>	<b>399.965.773,77</b>	<b>361.043.096,07</b>
	<b>503.685.869,63</b>	<b>463.210.436,50</b>

## Eigenkapital und Schulden

in EUR	31.03.2021	31.12.2020
<b>A. EIGENKAPITAL</b>		
I. Gezeichnetes Kapital	7.149.178,00	7.149.178,00
II. Kapitalrücklage	105.814.700,25	105.181.458,03
III. Sonstige Rücklagen	799.735,70	-182.694,74
IV. Ergebnis der Periode und Ergebnisvortrag	22.090.633,87	11.774.836,55
<b>Eigenkapital, gesamt</b>	<b>135.854.247,82</b>	<b>123.922.777,84</b>
<b>B. LANGFRISTIGE SCHULDEN</b>		
I. Latente Steuerschulden	1.224.971,56	973.522,50
II. Vertragsverbindlichkeiten	2.287.699,87	2.287.699,87
III. Leasingverbindlichkeiten	67.675.810,12	64.523.689,02
<b>Langfristige Schulden, gesamt</b>	<b>71.188.481,55</b>	<b>67.784.911,39</b>
<b>C. KURZFRISTIGE SCHULDEN</b>		
I. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	172.002.563,18	148.938.673,76
II. Derivative Finanzinstrumente	403.387,83	619.814,62
III. Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	44.588.706,52	48.141.582,88
IV. Vertragsverbindlichkeiten	29.347.218,37	29.180.957,99
V. Steuerschulden	13.003.627,88	7.172.942,06
VI. Leasingverbindlichkeiten	24.260.972,30	24.174.900,62
VII. Rückstellungen	13.036.664,18	13.273.875,34
<b>Kurzfristige Schulden, gesamt</b>	<b>296.643.140,26</b>	<b>271.502.747,27</b>
	<b>503.685.869,63</b>	<b>463.210.436,50</b>

# Konzern-Gesamtergebnisrechnung vom 1. Januar bis 31. März 2021 nach IFRS

in EUR	Q1 2021	Q1 2020
Umsatzerlöse	508.586.077,68	439.938.964,22
Sonstige Erträge	1.372.317,88	1.210.036,45
Sonstige Gewinne / Verluste - netto	-979.813,02	-2.100.902,10
Aktivierte Eigenleistungen	276.211,00	548.615,00
Materialaufwand	-352.383.487,94	-310.610.295,94
Aufwendungen für Leistungen an Arbeitnehmer	-17.061.334,44	-15.594.915,12
davon zahlungswirksam	(-16.428.092,22)	(-15.129.709,57)
davon aktienbasiert und zahlungsunwirksam	(-633.242,22)	(-465.205,55)
Wertminderungsaufwendungen auf finanzielle Vermögenswerte	-956.763,42	-1.100.086,30
Sonstige Aufwendungen	-114.309.645,88	-104.223.063,68
davon Aufwendungen für Warenabgabe	(-93.983.369,73)	(-79.157.483,56)
davon Aufwendungen für Werbung	(-6.095.324,14)	(-9.793.553,59)
davon Aufwendungen für Zahlungsverkehr	(-4.175.779,02)	(-3.602.986,99)
davon sonstige übrige Aufwendungen	(-10.055.172,99)	(-11.669.039,54)
<b>Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)</b>	<b>24.543.561,86</b>	<b>8.068.352,53</b>
Aufwendungen für Abschreibungen	-7.896.488,11	-7.048.774,69
Finanzerträge	1,85	0,00
Finanzaufwendungen	-421.390,40	-364.753,53
<b>Ergebnis vor Steuern (EBT)</b>	<b>16.225.685,20</b>	<b>654.824,31</b>
Steuern vom Einkommen und Ertrag	-5.909.887,88	-1.186.735,77
<b>Konzernergebnis</b>	<b>10.315.797,32</b>	<b>-531.911,46</b>
<b>Sonstige Gewinne und Verluste (nach Steuern)</b>		
Unterschied aus Währungsumrechnung	-64.066,88	-86.488,41
Marktbewertung Derivate	1.046.497,32	797.798,16
davon enthaltene Rücklage für Risikokomponente	1.574.707,54	1.368.408,65
davon enthaltene Rücklage für Sicherungskosten	-13.353,84	-178.109,28
davon direkt im Eigenkapital erfasste latente Ertragsteuern	-514.856,38	-392.501,21
<b>Posten, die anschließend in den Gewinn oder Verlust umgegliedert werden</b>	<b>982.430,44</b>	<b>711.309,75</b>
<b>Gesamtergebnis</b>	<b>11.298.227,76</b>	<b>179.398,29</b>
Konzernergebnis je Aktie		
unverwässert (EUR/Aktie)	1,44	-0,07
verwässert (EUR/Aktie)	1,41	-0,07

# Konzern-Kapitalflussrechnung vom 1. Januar bis 31. März 2021 nach IFRS

in EUR	Q1 2021	Q1 2020
<b>Cashflow aus der laufenden Geschäftstätigkeit</b>		
Ergebnis vor Steuern	16.225.685,20	654.824,31
Berichtigungen für:		
Aufwendungen für Abschreibungen	7.896.488,11	7.048.774,69
Verlust auf Anlagenabgang	2.947,00	0,00
Zahlungsunwirksame Personalaufwendungen	633.242,22	465.205,55
Sonstige zahlungsunwirksame Geschäftsvorfälle	-192.018,13	129.952,57
Zinsaufwendungen und ähnliche Aufwendungen	421.390,40	364.753,53
Zinserträge und ähnliche Erträge	-1,85	0,00
Veränderungen der:		
Vorräte	6.907.887,07	15.099.561,60
Geleistete Anzahlungen	-83.872,30	-24.287,37
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	-5.522.884,58	-1.950.582,64
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	2.656.385,91	-6.584.420,23
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	23.063.889,42	17.561.996,74
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	-2.911.103,20	2.564.699,38
Vertragsverbindlichkeiten	166.260,38	3.706.768,46
Rückstellungen	-237.211,16	2.586.459,11
Gezahlte Ertragsteuern	-171.160,72	-156.523,80
Erhaltene Zinsen	1,85	0,00
<b>Cashflow aus der laufenden Geschäftstätigkeit</b>	<b>48.855.925,61</b>	<b>41.467.181,90</b>
<b>Cashflow aus der Investitionstätigkeit</b>		
Auszahlungen für Gegenstände des Sachanlagevermögens / immateriellen Anlagevermögens	-758.790,54	-1.113.659,53
<b>Cashflow aus der Investitionstätigkeit</b>	<b>-758.790,54</b>	<b>-1.113.659,53</b>
<b>Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit</b>		
Einzahlung aus der Emission von Aktien	0,00	0,00
Einzahlungen aus der Aufnahme von Finanzschulden	2.162.167,62	20.000.000,00
Rückzahlung von Finanzschulden	-641.773,16	0,00
Tilgungsanteil von Leasingzahlungen	-6.230.376,82	-5.604.751,23
Gezahlte Zinsen	44.305,30	-292.782,17
<b>Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit</b>	<b>-4.665.677,05</b>	<b>14.102.466,60</b>
<b>Nettoveränderung der Zahlungsmittel</b>	<b>43.431.458,02</b>	<b>54.455.988,97</b>
Zahlungsmittel zu Beginn der Periode	109.814.413,45	64.293.396,36
Einfluss von Wechselkurseffekten auf die Zahlungsmittel	268.847,07	-431.886,47
<b>Zahlungsmittel am Ende der Periode</b>	<b>153.514.718,54</b>	<b>118.317.498,86</b>

# Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung vom 1. Januar bis 31. März 2021 nach IFRS

in EUR	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklage	Sonstige Rücklagen				Ergebnis der Periode und Ergebnisvortrag	Gesamt
			Währungsumrechnung	Bewertung von Derivaten zum beizulegenden Zeitwert				
			Währungsumrechnung	OCI I	OCI II	Steuern		
<b>Stand am 1. Januar 2021</b>	<b>7.149.178,00</b>	<b>105.181.458,03</b>	<b>-102.384,46</b>	<b>-104.898,11</b>	<b>-14.923,27</b>	<b>39.511,10</b>	<b>11.774.836,55</b>	<b>123.922.777,84</b>
Anteilsbasierte Vergütung	0,00	633.242,22	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	633.242,22
Konzernergebnis Q1 2021	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	10.315.797,32	10.315.797,32
Sonstiges Ergebnis Q1 2021	0,00	0,00	-64.066,88	1.574.707,54	-13.353,84	-514.856,38	0,00	982.430,44
<b>Stand am 31. März 2021</b>	<b>7.149.178,00</b>	<b>105.814.700,25</b>	<b>-166.451,34</b>	<b>1.469.809,43</b>	<b>-28.277,11</b>	<b>-475.345,28</b>	<b>22.090.633,87</b>	<b>135.854.247,82</b>
<b>Stand am 1. Januar 2020</b>	<b>7.146.688,00</b>	<b>102.827.311,58</b>	<b>-1.803.942,42</b>	<b>-361.968,47</b>	<b>0,00</b>	<b>119.359,10</b>	<b>-7.155.873,94</b>	<b>100.771.573,85</b>
Anteilsbasierte Vergütung	0,00	465.205,55	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	465.205,55
Konzernergebnis Q1 2020	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	-531.911,46	-531.911,46
Sonstiges Ergebnis Q1 2020	0,00	0,00	-86.488,41	1.368.408,65	-178.109,28	-392.501,21	0,00	711.309,75
<b>Stand am 31. März 2020</b>	<b>7.146.688,00</b>	<b>103.292.517,13</b>	<b>-1.890.430,83</b>	<b>1.006.440,18</b>	<b>-178.109,28</b>	<b>-273.142,11</b>	<b>-7.687.785,40</b>	<b>101.416.177,69</b>

# Glossar

- **Aktive Kundenbasis:** Anzahl aller Kunden mit mindestens einer Bestellung binnen der letzten 12 Monate (bezogen auf den Stichtag).
- **Aktive wiederkehrende Kundenbasis:** Anzahl aller Kunden mit mindestens zwei Bestellungen binnen der letzten 12 Monate (bezogen auf den Stichtag).
- **Bestandskunden:** Kunden, die im Vorjahr des Berichtsjahres oder früher akquiriert wurden.
- **Cash generating unit (CGU):** Zahlungsmittelgenerierende Einheit. Niedrigste Ebene zur Zusammenfassung von Vermögenswerten, auf der Cashflows separat identifiziert werden können.
- **EBITDA:** Operative Profitabilität, gemessen am Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen in der jeweiligen Periode.
- **EBITDA-Marge:** EBITDA im Verhältnis zu den Umsatzerlösen in der jeweiligen Periode.
- **EBT:** Ergebnis vor Steuern in der jeweiligen Periode.
- **Eigenmarken:** Portfolio an Produkten, insbesondere mit Fokus auf das Fachhandelssegment für Tierfutter und Accessoires, die von zooplus kommissioniert werden und von zooplus exklusiv über die jeweiligen Shopmarken vertrieben werden.
- **Free Cashflow:** Dem Konzern zur Verfügung stehender Cashflow nach Investitionen in der jeweiligen Periode. Die Kennzahl ergibt sich als Summe von Cashflow aus der laufenden Geschäftstätigkeit und Cashflow aus der Investitionstätigkeit.
- **Heimtierbedarfmarkt:** Schließt die gesamten Umsätze des Heimtierbedarfmarktes ein, z.B. Futter- und Zubehörabsätze, aber auch sonstige Ausgaben für Haustiere in Europa. Nach der aktuellsten Einschätzung des Managements zum Ende des Geschäftsjahres 2020 umfasste der europäische Heimtierbedarf ein Marktvolumen von 28 Mrd. EUR bis 29 Mrd. EUR (netto).
- **Konzernergebnis:** Ergebnis nach Steuern, das sich als Saldo aller Erträge und Aufwendungen in der jeweiligen Periode ergibt.
- **Logistikzentrum:** Standort für die Lagerung von Waren, die Abwicklung von Kundenbestellungen und die Vorbereitung für den Versand an den Endkunden durch einen Serviceanbieter (in der Regel Post- oder Kurierdienste) im jeweiligen Land.
- **Neukunden:** Kunden, die im Berichtsjahr akquiriert wurden.
- **Rohmarge:** Rohertrag (Umsatzerlöse abzüglich Materialaufwand) in % der Umsatzerlöse in der jeweiligen Periode.
- **Umsatz mit nachkaufenden Neukunden:** Umsatzvolumen aller Folgetransaktionen von Neukunden binnen der Berichtsperiode.
- **Umsatzbezogene Wiederkauftrate:** Wiederkehrende Umsatzerlöse von Kunden, gemessen an den Umsätzen im laufenden Geschäftsjahr (wechsellkursbereinigt) von Kunden, die in der Vorjahresperiode bereits Kunden waren, in Relation zu den Umsatzerlösen (wechsellkursbereinigt) des Vorjahres, jeweils rollierend auf 12-Monatsbasis zum Stichtag der Periode (für gewöhnlich Quartalsenden).
- **Umsatzerlöse:** Alle kumulierten Erlöse, die in der entsprechenden Periode mit der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit erwirtschaftet wurden.
- **Wiederkaufende Neukunden:** Anzahl aller Neukunden mit mindestens zwei Bestellungen binnen der Berichtsperiode.

# Impressum

Veröffentlichungsdatum: 12. Mai 2021

## Herausgeber

zooplus AG  
Sonnenstraße 15  
80331 München  
Deutschland  
Tel.: +49 (0) 89 95 006 – 100  
Fax: +49 (0) 89 95 006 – 500  
E-Mail: [ir@zooplus.com](mailto:ir@zooplus.com)  
<https://investors.zooplus.com>

## Konzept, Redaktion, Layout & Satz

cometis AG  
Unter den Eichen 7  
65195 Wiesbaden  
Deutschland  
Tel.: +49 (0) 611 20 58 55 – 0  
Fax: +49 (0) 611 20 58 55 – 66  
E-Mail: [info@cometis.de](mailto:info@cometis.de)  
[www.cometis.de](http://www.cometis.de)

## Investor Relations

zooplus AG  
Investor Relations  
Diana Apostol  
Sonnenstraße 15  
80331 München  
Deutschland  
Tel.: +49 (0) 89 95 006 – 100  
Fax: +49 (0) 89 95 006 – 503

## Fotos

Coverfoto: Adobe Stock (273225554, Masson)

## Disclaimer

Diese Quartalsmitteilung enthält zukunftsgerichtete Aussagen. Diese Aussagen basieren auf den gegenwärtigen Erfahrungen, Vermutungen und Prognosen des Vorstands sowie den ihm derzeit verfügbaren Informationen. Die zukunftsgerichteten Aussagen sind nicht als Garantien der darin genannten zukünftigen Entwicklungen und Ergebnisse zu verstehen. Die zukünftigen Entwicklungen und Ergebnisse sind vielmehr von einer Vielzahl von Faktoren abhängig. Sie beinhalten verschiedene Risiken und Unwägbarkeiten und beruhen auf Annahmen, die sich möglicherweise als nicht zutreffend erweisen. Zu diesen Risikofaktoren gehören insbesondere die im Risikobericht auf der Seite 11 genannten Faktoren. Wir übernehmen keine Verpflichtung, die in diesem Bericht gemachten zukunftsgerichteten Aussagen zu aktualisieren.

zooplus verwendet zur Erläuterung der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage auch alternative Leistungskennzahlen, die nicht nach IFRS definiert sind. Diese sollten nicht isoliert, sondern als ergänzende Information betrachtet werden. Die von zooplus verwendeten alternativen Leistungskennzahlen sind im Abschnitt „Glossar“ der vorliegenden Quartalsmitteilung definiert.

Diese Quartalsmitteilung liegt auch in englischer Sprache vor. Bei Unterschieden ist die deutsche Fassung maßgeblich. Als digitale Version stehen die vorliegende Quartalsmitteilung der zooplus AG sowie die Geschäftsberichte jeweils im Internet unter [www.zooplus.de](http://www.zooplus.de) in der Rubrik „Investor Relations/Finanzberichte“ zur Verfügung.



zooplus AG  
Sonnenstraße 15  
80331 München  
Deutschland