

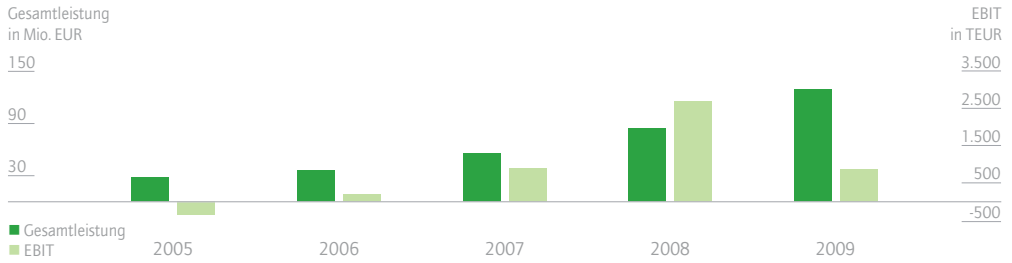


zooplus

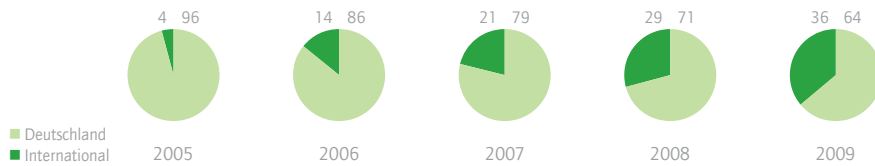
Geschäftsbericht 2009

KENNZAHLEN

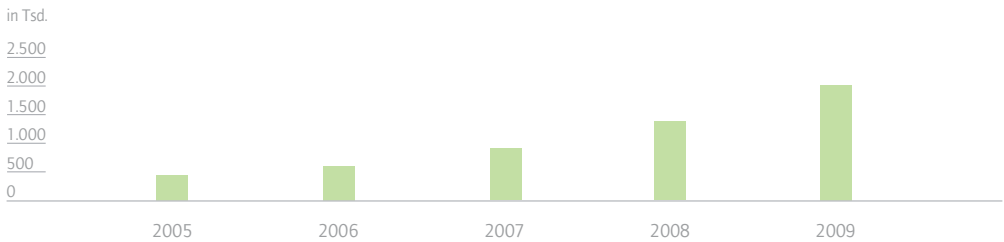
Gesamtleistung und EBIT vor Sonderaufwand



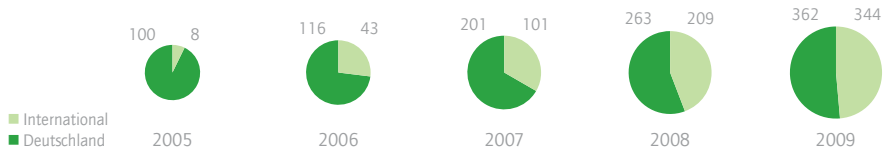
Umsatzherkunft in %






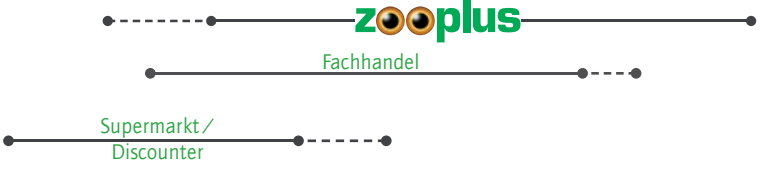
Gesamtkundenkonten



Entwicklung der Neukundenakquisitionsleistung (in Tsd.)



ÜBERBLICK PRODUKTKATEGORIEN

	Nassfutter	Trockenfutter	Zubehör
Beispiele			
Abmessung/Größe	Klein bis mittel	Groß	Vielfältig
Gewicht	<1kg	<15kg	Verschiedene
Handelsspanne	-	+	++
Eignung für den Stationärhandel	Hoch	Mittel	Gering
Absatzkanäle			
	● —● umfasst Kernprodukte		● - - - ● beinhaltet zusätzliche Produktpalette

Auswahl aus dem Eigenmarkenangebot



Lukullus Hundefutter

- Lukullus Nassfutter
- Lukullus Trockenfutter



Rocco Hundefutter

- Rocco Classic
- Rocco Menue
- Rocco Sensible



Cosma Nassfutter

- Cosma Original
- Cosma Thai
- Cosma Glory



Smilla Katzenfutter

- Smilla Geflügeltöpfchen
- Smilla Trockenfutter
- Smilla Toothies



Catessy Katzenfutter

- Catessy Frischebeutel
- Catessy Schale
- Catessy Dose



Tigerino Katzenstreu

- Tigerino Crystals
- Tigerino Canada
- Tigerino Nuggies

HIGHLIGHTS

Segmentwechsel

in den Prime Standard im Oktober 2009
erfolgreich durchgeführt

Wachstum um 52 %

trotz schwierigen Konsumumfelds

Internationales Distributionszentrum

in Tilburg /Niederlande erfolgreich in Betrieb genommen – Verdopplung der europäischen Logistikkapazität auf rund 300 Mio. EUR Jahresumsatz

Operatives Ergebnis

vor Sonderaufwand 0,9 Mio. EUR

Dynamische Europäisierung

erfolgreich fortgesetzt – landesspezifische Online-Auftritte
in allen wichtigen Märkten Europas

UNTERNEHMENSPROFIL DER ZOOPLUS AG

Die zooplus AG ist **Europas führender Internet-Händler für Heimtierprodukte**, gemessen an Umsatzerlösen und Gesamtleistung des Konzerns. In den vergangenen drei Jahren verzeichnete das Unternehmen dabei im Durchschnitt ein Wachstum von mehr als 50%. Das profitable Geschäftsmodell wurde bislang bereits in **16 Ländern Europas** erfolgreich eingeführt. Besonders stark ist zooplus in Deutschland, Großbritannien, Frankreich, den Niederlanden und Österreich vertreten. Wichtige Sekundärmärkte sind vor allem Spanien und Italien. Somit ist die Gesellschaft in allen bedeutenden Regionen des **17 Mrd. EUR** messenden europäischen Heimtiermarkts in dominierender Rolle im Online-Handel aktiv. zooplus vertreibt Produkte für alle wichtigen Heimtiergattungen sowie für Pferde. Zum breiten Produktangebot zählen insbesondere Tierfutter (Trocken- und Nassfutter) sowie Zubehör (Spielzeug, Streu- und Hygieneartikel, Snacks & Kaubedarf) vom Preiseinstiegs- bis zum Premiumbereich. Insgesamt bietet zooplus seinen Kunden im In- und Ausland ein Sortiment von **über 7.000 Artikeln** und damit deutlich mehr als der typische stationäre Facheinzelhandel. Neben einfachem und bequemem Online-Shopping mit unbegrenzten Öffnungszeiten (24/7/365) stehen hohe Preistraktivität und schnelle Lieferfähigkeit im Mittelpunkt des Interesses von mehr als einer Million aktiver Kunden in ganz Europa. Die Gesellschaft erwartet, in Zukunft weiterhin überdurchschnittlich von starken Zuwächsen im E-Commerce-Segment profitieren zu können. zooplus rechnet daher mit der Fortsetzung des dynamischen Wachstums bei kontinuierlicher Verbesserung des Ergebnisses. Mittelfristiges Ziel ist es, ein **Umsatzvolumen von über 300 Mio. EUR** bei einer **EBIT-Marge von 6 bis 8%** zu realisieren.

INHALTSVERZEICHNIS

UNTERNEHMENSPROFIL DER ZOOPLUS AG	01
AN DIE AKTIONÄRE	04
VORSTANDSBRIEF	04
VORSTANDSINTERVIEW	06
BERICHT DES AUFSICHTSRATS	08
CORPORATE GOVERNANCE BERICHT	10
GESCHÄFTSMODELL	14
AKTIE	21
KONZERNLAGEBERICHT	25
WIRTSCHAFTSBERICHT	25
RISIKOBERICHT	35
PROGNOSEBERICHT	38
VERGÜTUNGSBERICHT	39
ÜBERNAHMERECHTLICHE ANGABEN	39
KONZERNJAHRESABSCHLUSS	42
KONZERN-BILANZ	42
KONZERN-GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG	44
KONZERN-KAPITALFLUSSRECHNUNG	45
EIGENKAPITALSPIEGEL	47
KONZERNANHANG	48
VERSICHERUNG DES VORSTANDS	79
BESTÄTIGUNGSVERMERK DES ABSCHLUSSPRÜFERS	80
IMPRESSUM	81

Vorstandsbrief

Vorstandsinterview
 Bericht des Aufsichtsrats
 Corporate Governance Bericht
 Geschäftsmodell
 Aktie

Vorstandsbrief: „Bilanz ziehen“



von links nach rechts: Florian Seubert, Andrea Skersies, Dr. Cornelius Patt und Guido Bienhaus

Sehr geehrte Damen und Herren, liebe Aktionärinnen und Aktionäre,

2009 war für uns insgesamt ein Jahr der Gegensätze. Wir alle erlebten die tiefste wirtschaftliche Rezession seit vielen Jahrzehnten mit einhergehender allgemeiner Konsumzurückhaltung. Währungen wie das britische Pfund standen gegenüber dem Euro weiterhin stark unter Druck und belasteten Teile unseres internationalen Geschäfts. Gleichzeitig ist es unserem Team dennoch gelungen, ein Rekordjahr hinsichtlich **Wachstum, Neukundengewinnung und internationaler Expansion** abzuschließen.

Im Rahmen dieses Geschäftsberichts ziehen wir sehr detailliert Bilanz. Wenn wir das herausfordernde Geschäftsjahr 2009 aus unserer Sicht in nur wenigen Sätzen zusammenfassen sollten, käme man in Summe zu folgendem Fazit: Ein extrem herausforderndes Jahr wurde insgesamt gut gemeistert. Gleichzeitig bleiben natürlich Faktoren bestehen, die 2009 ein besseres Ergebnis verhinderten.

Wie also sieht unsere Bilanz für 2009 aus?

Auf der Habenseite stehen:

- Starkes Wachstum: Wir konnten die Gesamtleistung um mehr als die Hälfte gegenüber dem Vorjahr auf 130 Mio. EUR steigern
- Eine auch ergebnisseitig deutliche Erholung, beginnend in Q3 und sich fortsetzend im letzten Quartal des Jahres 2009
- Eine weiterhin äußerst dynamische europäische Expansion: zooplus ist heute in allen wichtigen west- und zentraleuropäischen Märkten führend etabliert
- Die erfolgreiche Inbetriebnahme unseres zweiten großen internationalen Logistikzentrums in den Niederlanden: Dies ermöglicht uns, auch in den kommenden Jahren weiter nachhaltig zu wachsen und bietet unseren Kunden in Frankreich, Benelux und Großbritannien nunmehr Best-in-Class-Service in puncto Lieferqualität und Geschwindigkeit
- Ein erfolgreicher Start im Prime Standard der Deutschen Börse mit seinen hohen internationalen Transparenzanforderungen: Wir planen, unsere Präsenz am Kapitalmarkt sukzessive zu erhöhen und die zooplus-Aktie für Investoren noch interessanter zu machen. Bereits heute liegt der Freefloat des Titels bei 33 % mit deutlich verbreiterter Aktionärsbasis

Was hat belastet?

- Die Konsum- und Konjunkturkrise ist auch an zooplus nicht vollständig vorbeigegangen: Wechselkurse haben sich ungünstig entwickelt, Verbraucher überlegen sich noch genauer, wofür sie ihr Geld ausgeben – trotzdem haben wir mit 0,9 Mio. EUR ein positives operatives Ergebnis vor Sonderaufwendungen erzielen können
- Im ersten Halbjahr haben diese Faktoren unsere Umsatzrendite belastet: Von Juli bis Dezember haben wir diesen Effekten bereits gegengesteuert und die Ergebnisseite deutlich positiver gestalten können
- Unsere Investitionen in die Zukunft kosten zunächst Geld: Aufwendungen für die neue Logistik und die Umlistung der Aktie in ein höheres Börsensegment waren ergebniswirksam zu verbuchen. Gleichzeitig haben wir auch im Krisenjahr 2009 bewusst an unserem stark expansiven paneuropäischen Wachstumskurs festgehalten. Wir meinen, dass dies die richtige Entscheidung im Sinne unseres langfristigen Unternehmenserfolgs war

Unter dem Strich war 2009 für uns ein weiterer, großer Schritt in die richtige Richtung. zooplus hat aktiv die Möglichkeit genutzt, weiter dynamisch zu expandieren und wird dies auch zukünftig tun. Wir sehen die einmalige Chance, zooplus als **europäisch dominierenden Marktführer** zu etablieren und gerade auch in einer schwierigeren Marktphase antizyklisch zu wachsen.

Der Vorstand sieht zooplus dafür zu Beginn des neuen Geschäftsjahrs 2010 gut positioniert. Wir werden auch im laufenden Geschäftsjahr daran arbeiten, zooplus im bestehenden Wachstumskorridor zu einem **starken, zweistelligen Wachstum** zu führen. Gleichzeitig wollen wir dabei ein deutlich positives Unternehmensergebnis erzielen – auch wenn vor dem Hintergrund bestehender Opportunitäten die Gewinnmaximierung für uns in diesem und vermutlich auch im kommenden Jahr noch nicht im primären Fokus unseres Handelns stehen wird. Gleichzeitig sind wir uns der Wichtigkeit einer nachhaltigen Kombination von Umsatzwachstum und Ergebnissteigerung voll bewusst und werden 2010 entsprechend handeln.

In zahlreichen Gesprächen mit unseren Aktionären, dem Aufsichtsrat, Geschäftspartnern und nicht zuletzt mit unseren Mitarbeitern haben wir erfahren, dass diese Strategie auf breiter Basis Bestätigung findet. Dies freut uns und bestätigt uns in unserem Handeln.



Dr. Cornelius Patt
(Vorsitzender)



Florian Seubert



Andrea Skersies



Guido Bienhaus

VORSTANDSINTERVIEW

Herr Dr. Patt, Sie verkaufen mit zooplus Heimtierprodukte über das Internet. Das kommt offenbar gut an. Warum ist dieses Geschäft so erfolgreich?



Ja, das kommt tatsächlich gut an. Das sehen wir nicht nur am stetigen und starken Wachstum unserer Erlöse, sondern an einer ausgeprägten Kundenloyalität und hohen Wiederkaufsraten. Ich glaube, das hat viele Gründe: zooplus bietet mit über 7.000 verschiedenen Produkten eine riesige Auswahl in mittlerweile 16 Ländern an.

Die Nutzerführung in unseren Webshops ist einfach. Unsere Kunden haben die Möglichkeit, sich über alle Produkte genau zu informieren und zu vergleichen. Zudem profitieren sie von einigen nützlichen Sonderfunktionen wie dem Tierarzt-Service, Produktbewertungen und Diskussionsforen. Wir bieten attraktive Preise bei in der Regel versandkostenfreier Lieferung. Daneben können die Konsumenten aus allen gängigen Zahlarten auswählen. Bei Rückfragen steht ihnen ein **kompetenter und reaktionsschneller** Kundenservice zur Verfügung. Und wenn das Produkt dem Kunden – aus welchen Gründen auch immer – einmal nicht zusagt, kann er es ganz einfach wieder zurückschicken.

Kunden, die bereits einmal bei uns etwas bestellt haben, profitieren zudem von sehr einfachen Wiederbestellmöglichkeiten. Das wichtigste Argument, seine Heimtierprodukte im Internet zu bestellen, ist für viele aber wahrscheinlich der Komfort – oder die Convenience, wie heute häufig gesagt wird. Es ist einfach bequem, von der Couch aus rund um die Uhr die Möglichkeit zu haben, stressfrei seine Wunschprodukte zu bestellen und diese am nächsten Tag vom Paket-Zusteller an die Haustüre geliefert zu bekommen. Denken Sie vor allem an Futter oder Katzenstreu: Diese Artikel haben in der Regel ein hohes Gewicht, hier ist der **Convenience-Faktor** natürlich nicht zu unterschätzen. Kurzum: zooplus bietet aus Sicht des Kunden einfach ein rundum überzeugendes Gesamtmodell. Rational betrachtet, gibt es keinen Grund mehr, seine Heimtierprodukte nicht bei zooplus zu bestellen.

Herr Seubert, zooplus will weiter stark wachsen. Dies trotz Konjunkturkrise. Möchten Sie das rein organisch stemmen oder sondiert zooplus den Markt auch nach Akquisitionszielen? Oder ist zooplus vielleicht gar selbst ein Übernahmekandidat?



Der Schwerpunkt unserer Strategie liegt auf organischem Wachstum. Wir haben in den letzten elf Jahren alle Voraussetzungen geschaffen, um aus eigener Kraft weiter zu wachsen. Hinzu kommt, dass es in unserer Branche außer zooplus nicht viele interessante Unternehmen gibt. Trotzdem ist es natürlich unsere Pflicht, auch derartige

Optionen zu verfolgen, wenn sich eine passende Möglichkeit ergeben sollte. Dies ist momentan aber nicht absehbar. Ob zooplus selbst ein Übernahmekandidat ist – das müssen andere beurteilen. Für uns ist das kein Thema. Darum wäre es auch reine Spekulation, darüber zu sprechen. Daran möchten wir uns nicht beteiligen. Wir vertrauen auf unsere eigene Stärke.

Frau Skersies, was bedeutet die Umsetzung der Wachstumsstrategie konkret für zooplus?



Entscheidend sind zwei Faktoren: Zum einen werden wir weiterhin erfolgreich in allen wichtigen europäischen Märkten Neukunden für unseren Service gewinnen. Zum anderen gilt es, diese Kunden dann mit einem hervorragenden Produkt zu loyalen Stammkunden zu machen. Allein im Jahr 2009 waren es mehr als **700.000 Neukunden**.

Es liegt an uns, dies erfolgreich zu gestalten. Ich bin deshalb äußerst optimistisch, was das weitere Wachstum unseres Unternehmens angeht. Wir nutzen hierfür alle Möglichkeiten, die zu unserer Verfügung stehen – vom Online-Marketing bis hin zu einem bis ins letzte Detail ausgefeilten Webshop und dahinterliegender eigenentwickelter Technologie.

Herr Bienhaus, Stichwort Skalierung: Ist das für die nächsten Jahre geplante Wachstum der Gesellschaft technologisch überhaupt machbar?



Die Antwort hierzu ist ein klares Ja. zooplus besitzt heute bereits eine Technologiebasis, die ein solches Wachstum nicht nur zulässt, sondern auch darüber hinaus nachhaltig positive Skalierungseffekte ermöglicht. Dies gilt nicht nur für unsere IT-Infrastruktur an sich, sondern auch für so entscheidende Unternehmensfunktionen wie

Logistik, Einkauf und alle Bereiche des Marketings. Wir haben zooplus seit mehr als zehn Jahren konsequent auf Wachstum programmiert und unsere Strukturen dabei stets mit Blick auf die jeweils vor uns liegenden Herausforderungen weiterentwickelt. Dies ist auch ein Teil unseres Geschäftserfolgs.

Nochmal die Frage an Herrn Seubert: Ihre Strategie des starken Wachstums geht offenbar zulasten des Gewinns. Warum sollte trotzdem jemand Ihre Aktie kaufen?

Da gibt es aus meiner Sicht eine ganze Reihe von Gründen – schließlich hält der Vorstand selbst ja einen nicht unerheblichen Teil der Aktien an diesem Unternehmen. zooplus ist mit weitem Abstand **europäischer Marktführer** im Segment Online/Heimtier. Wir wachsen seit Jahren im deutlichen zweistelligen Prozentbereich und wollen dies auch weiter tun. In unseren Kernmärkten sind wir in der Regel klarer Marktführer. In den wichtigsten Volkswirtschaften Europas wie Deutschland, Frankreich und Großbritannien haben wir einen guten Abstand zum jeweils nächstgrößten Internet-Heimtierhändler. In Märkten wie den Niederlanden, Italien oder Spanien ist uns kein einziger nennenswerter Wettbewerber bekannt.

Unser Geschäftsmodell ist für die Kunden absolut überzeugend, da gibt es nicht vieles, was dagegen spricht. Unser Geschäftsmodell ist skalierbar. Die langjährige Aufbauarbeit wie auch die signifikanten Investitionen, die wir seit 1999 unternommen haben, haben uns einen beachtlichen Vorsprung vor

eventuellen Angreifern beschert. Dies gilt für den stationären Bereich wie auch für konkurrierende Online-Händler. Zudem zeigen uns die vielen, zum Teil durchaus kritischen Gespräche mit Investoren und Analysten, dass unsere Strategie die richtige zu sein scheint. Wir glauben, zooplus fängt gerade erst richtig an. Die fetten Jahre stehen uns noch bevor und darum bin ich persönlich auch davon überzeugt, dass zooplus ein gutes Investment ist. Zuletzt hat der gesamte Vorstand seinen Anteil am Unternehmen 2009 substantiell ausgebaut.

Herr Dr. Patt, wo geht die Reise mit zooplus in den kommenden Jahren hin?

Florian Seubert hat es ja bereits gesagt: Wir sehen noch viel Potenzial für zooplus. Die gezielte und konzentrierte internationale Aufbauarbeit wird sich in absehbarer Zeit auszahlen. Wir glauben, dass wir mittelfristig, d. h. in den nächsten zwei bis drei Jahren, auf **jährliche Gesamterlösniveaus** von mehr als **300 Mio. EUR** kommen können. Im eingeschwungenen Zustand sehen wir dann auch **Vorsteuer margins von 6 bis 8%**, langfristig kann durchaus auch etwas mehr drin sein. Sie sehen, es lässt sich also unserer Überzeugung nach in unserem Geschäft auch gutes Geld verdienen. Es wäre jedoch fahrlässig, heute bereits auf Kosten des Wachstums verfrühte Ergebnismaximierung zu betreiben.

BERICHT DES AUFSICHTSRATS

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

das Geschäftsjahr 2009 war auch für die zooplus AG eine Herausforderung, die insgesamt jedoch bei gleichzeitig erneut starkem Unternehmenswachstum gut gemeistert wurde.

Damit dieser Wachstumstrend auch in den nächsten Jahren gehalten werden kann, hat die Gesellschaft nachhaltig in den Ausbau ihrer Kapazitäten investiert. Mit dem **neuen internationalen Distributionszentrum** im niederländischen Tilburg steht nunmehr eine Logistikkapazität von insgesamt 300 Mio. EUR Jahresumsatz zur Verfügung. zooplus ist inzwischen in allen wichtigen europäischen Ländermärkten vertreten und hat länderübergreifend eine nachhaltig starke und gefestigte Marktposition inne. Daneben stellt der **Segmentwechsel** in den **Prime Standard** der Frankfurter Wertpapierbörse ein weiteres besonderes Highlight des vergangenen Jahres dar. Infolgedessen wurden aktiv im Bereich Corporate Governance und Controlling unternehmensinterne Strukturen so angepasst und ausgebaut, dass sowohl den gestiegenen externen Anforderungen des Regulierten Markts wie auch zusätzlichen internen Notwendigkeiten entsprochen wird. Ebenfalls ist der professionelle Umgang des Managements mit den Folgen einer weltweiten Rezession, bei aktiver Forcierung eines weiteren dynamischen Wachstums hervorzuheben. Dementsprechend beurteilt auch der Aufsichtsrat das abgelaufene Geschäftsjahr als äußerst positiv.

Darüber hinaus blickt der Aufsichtsrat erneut auf eine enge und konstruktive Zusammenarbeit mit dem Vorstand zurück. Im Geschäftsjahr 2009 nahm der Aufsichtsrat die ihm nach Gesetz, Satzung und der Geschäftsordnung obliegenden Aufgaben eingehend wahr und überwachte und beriet dabei die Geschäftsführung kontinuierlich.

Durch die regelmäßige, zeitnahe und umfassende Berichterstattung des Vorstands konnten wir uns intensiv mit der Lage und Entwicklung des Unternehmens befassen. Bei der Unterrichtung über den Geschäftsverlauf und die Unterneh-

menspolitik ging der Vorstand auf alle relevanten Fragen der Planung, der Geschäftsentwicklung, der Risikolage und des Risikomanagements ein. In Entscheidungen von grundlegender Bedeutung für das Unternehmen war der Aufsichtsrat unmittelbar eingebunden.

In insgesamt vier Präsenzsitzungen hat sich der Aufsichtsrat umfassend anhand mündlicher und schriftlicher Berichte des Vorstands über die wirtschaftliche und finanzielle Entwicklung der Gesellschaft und ihres Umfeldes im abgelaufenen Geschäftsjahr informiert. Auch außerhalb der Sitzungen berichtete der Vorstand dem Aufsichtsrat regelmäßig über wichtige Geschäftsereignisse. So wurde der Aufsichtsrat über die Geschäftsentwicklung des Gesamtunternehmens sowie die Entwicklungen in den einzelnen Bereichen durchgängig unterrichtet. Alle Geschäfte und Maßnahmen, die nach Gesetz oder Satzung der Genehmigung durch den Aufsichtsrat bedurften, wurden mit dem Vorstand eingehend diskutiert und die notwendigen Beschlüsse durch den Aufsichtsrat gefasst. Dies erfolgte auch in fernmündlicher Sitzung.

Inhalte der Beratungen waren die Billigung des Jahresabschlusses 2008, die internationale Expansion der zooplus AG sowie der Segmentwechsel der zooplus-Aktie in den Prime Standard an der Frankfurter Wertpapierbörse. Ein weiterer wichtiger Punkt war die Errichtung des neuen Logistikzentrums in Tilburg sowie die damit einhergehenden Änderungen der internen Strukturen in den Bereichen Logistik und Distribution. Jahresabschluss und Konzernjahresabschluss samt Lage- und Prüfungsbericht lagen dem Aufsichtsrat am 25. März 2010 zur Prüfung vor.

Corporate Governance

Aufsichtsrat und Vorstand handeln in dem Bewusstsein, dass eine gute Corporate Governance im Interesse unserer Aktionäre und der Kapitalmärkte eine wichtige Basis für den Erfolg des Unternehmens ist. Im März 2010 haben wir gemeinsam mit dem Vorstand eine Entsprechenserklärung zu den Empfeh-

lungen der Regierungskommission gemäß § 161 AktG abgegeben und auf der Internetseite der zooplus AG (www.zooplus.de) dauerhaft zugänglich gemacht. Diese Entsprechenserklärung wird jährlich nach der **Bilanzsitzung** des Aufsichtsrates aktualisiert. Über die Umsetzung des Corporate-Governance-Kodex wird in diesem Geschäftsbericht gesondert berichtet.

Jahresabschlussprüfung zum 31. Dezember 2009

In der Bilanzsitzung des Aufsichtsrats am 25. März 2010 hat der Aufsichtsrat die Jahresabschlussunterlagen und Prüfungsberichte, insbesondere den Jahresabschluss nach den deutschen handelsrechtlichen Vorschriften und den Konzernabschluss nach den International Financial Reporting Standards (IFRS), jeweils zum 31. Dezember 2009, sowie den Lagebericht der Gesellschaft und des Konzerns für das Geschäftsjahr 2009, ausführlich behandelt. Die Berichte des Abschlussprüfers, der vom Vorstand aufgestellte Jahresabschluss, der Abhängigkeitsbericht und der Bericht über die Lage der zooplus AG und des Konzerns sowie der Vorschlag des Vorstandes für die Verwendung des Bilanzgewinns wurden uns rechtzeitig vorgelegt, so dass ausreichend Gelegenheit zur Prüfung bestand. Der Abschlussprüfer Schaffer WP Partner GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Äußere Sulzbacher Straße 118, 90491 Nürnberg, hatte die Abschlüsse zuvor geprüft. Gegen die Unabhängigkeit des Abschlussprüfers bestehen keine Bedenken.

Nach Überzeugung des Abschlussprüfers vermittelt der Jahresabschluss sowie der Konzernabschluss in Übereinstimmung mit den Rechnungslegungsvorschriften ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage sowie der Zahlungsströme der Gesellschaft und des Konzerns. Der Abschlussprüfer hat seine Bestätigungsvermerke jeweils in uneingeschränkter Form erteilt. Darüber hinaus hat der Abschlussprüfer im Rahmen seiner Beurteilung des Risikomanagementsystems festgestellt, dass der Vorstand die nach § 91 Abs. 2 AktG geforderten Maßnahmen getroffen hat, um Risiken, die den Fort-

bestand des Unternehmens gefährden könnten, frühzeitig zu erkennen. Bei den Beratungen waren Vertreter des Abschlussprüfers anwesend, die über die wesentlichen Ergebnisse der Prüfungen berichteten und dem Aufsichtsrat für ergänzende Auskünfte zur Verfügung standen. Den Bericht des Abschlussprüfers hat der Aufsichtsrat zustimmend zur Kenntnis genommen. Der Aufsichtsrat hat den Jahresabschluss und den Konzernabschluss in seiner Sitzung am 25. März 2010 gebilligt. Der Jahresabschluss der zooplus AG ist damit festgestellt. Der Aufsichtsrat hat sich dem Vorschlag des Vorstandes für die Verwendung des Bilanzgewinns angeschlossen.

Der Aufsichtsrat dankt dem Vorstand und allen Mitarbeitern für ihren Einsatz und die geleistete Arbeit und gratuliert zu den erreichten Erfolgen.

München, den 30. März 2010



Felix von Schubert
Vorsitzender des Aufsichtsrates

CORPORATE GOVERNANCE BERICHT

Der Deutsche Corporate Governance Kodex (Kodex) soll transparente Rahmenbedingungen für die Unternehmensleitung und für die Unternehmenskontrolle schaffen. zooplus erachtet die Verpflichtung zur Corporate Governance als wichtige Maßnahme zur Vertrauenssteigerung bei Aktionären, Mitarbeitern und der Öffentlichkeit. Die Empfehlungen des Kodex werden bis auf wenige Ausnahmen bei zooplus angewendet. Die gegenständlichen Abweichungen sind explizit unter Nennung der entsprechenden Ziffern in diesem Bericht aufgeführt.

Aktionäre und Hauptversammlung

Die Aktionäre können ihre Rechte auf der Hauptversammlung wahrnehmen und dort ihre Stimmrechte ausüben. Jede Aktie gewährt eine Stimme. Aktien mit Mehrstimmrechten oder Vorzugsstimmrechten sowie Höchststimmrechte bestehen nicht.

Der Vorstand legt der Hauptversammlung den Jahresabschluss und den Konzernabschluss vor. Die Hauptversammlung entscheidet über die Verwendung des Bilanzgewinns und beschließt über die Entlastung des Vorstands und des Aufsichtsrats. Ferner beschließt die Hauptversammlung über Satzungsänderungen der Gesellschaft, wählt die Mitglieder des Aufsichtsrats und den Abschlussprüfer. Im Berichtsjahr hat die Mitgliederversammlung über die Ermächtigung zum Erwerb eigener Aktien entschieden.

Die Hauptversammlung, in der Vorstand und Aufsichtsrat Rechenschaft über das abgelaufene Geschäftsjahr ablegen, findet jährlich statt. Die Aktionäre haben die Möglichkeit, ihr Stimmrecht in der Hauptversammlung selbst wahrzunehmen oder durch einen Bevollmächtigten ihrer Wahl oder einen von der Gesellschaft benannten weisungsgebundenen Stimmrechtsvertreter ausüben zu lassen. Der Versammlungsleiter sorgt für eine zügige Abwicklung der Hauptversammlung. Der Vorstand veröffentlicht die vom Gesetz für die Hauptversammlung verlangten Berichte und Unterlagen einschließlich des Geschäftsberichts leicht zugänglich auf der Internet-Seite der Gesellschaft zusammen mit der Tagesordnung.

Zusammenwirken von Vorstand und Aufsichtsrat

Aufsichtsrat und Vorstand arbeiten intensiv zusammen. Im Rahmen seiner Überwachungs- und Beratungsfunktion arbeitet der Aufsichtsrat auch außerhalb seiner Sitzungen eng mit dem

Vorstand zusammen. Ihr gemeinsames Ziel ist die nachhaltige Steigerung des Unternehmenswertes.

Der Vorstand informiert den Aufsichtsrat regelmäßig, zeitnah und umfassend über alle für das Unternehmen relevanten Fragen der Planung, Geschäftsentwicklung, der Risikolage, des Risikomanagements und der Compliance. Er geht auf Abweichungen des Geschäftsverlaufs von den aufgestellten Plänen und Zielen unter Angabe von Gründen ein. Für den Aufsichtsrat gehört die kritische Beurteilung des Geschäftsverlaufs zu seinen Kernaufgaben.

Die konkreten Aufgaben und Pflichten des Vorstands gegenüber dem Aufsichtsrat sind in einer Geschäftsordnung für den Vorstand geregelt. Die Geschäftsordnung bestimmt insbesondere Informations- und Berichtspflichten des Vorstands und legt für Geschäfte von grundlegender Bedeutung Zustimmungsvorbehalte zugunsten des Aufsichtsrats fest.

Der Kodex empfiehlt gemäß Ziffer 3.8, in Haftpflichtversicherungen, die ein Unternehmen für seine Vorstands- und Aufsichtsratsmitglieder abschließt (sog. Directors and Officer Liability Insurances – D&O) einen angemessenen Selbstbehalt vorzusehen. Die aktuelle D&O-Versicherung beinhaltet keinen Selbstbehalt für die versicherten Personen; dieses wird in der Entsprechenserklärung als Abweichung zu der Empfehlung dargestellt. Die Gesellschaft ist der Ansicht, dass ein Selbstbehalt die verantwortliche Aufgabenwahrnehmung durch die Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats nicht fördert. Nach ihrer Einschätzung sichert die D&O-Versicherung in erster Linie die Gesellschaft ab und schützt allenfalls in zweiter Linie das Vermögen der einzelnen Organmitglieder.

Die Gesellschaft hat im abgelaufenen Geschäftsjahr keine Kredite an Mitglieder des Aufsichtsrats oder des Vorstandes vergeben.

Sowohl dieser Corporate Governance Bericht als auch die aktuelle Entsprechenserklärung werden auf der Internetseite von zooplus in deutscher Sprache veröffentlicht und stehen dort für die Dauer von fünf Jahren zur Verfügung.

Vorstand

Der Vorstand der zooplus AG leitet das Unternehmen in eigener Verantwortung nach den aktienrechtlichen Bestimmungen und einer Geschäftsordnung, sowie einem Geschäftsverteilungs-

plan. Der Vorstand entwickelt die strategische Ausrichtung des Unternehmens, stimmt sie mit dem Aufsichtsrat ab und sorgt für ihre Umsetzung.

Der Vorstand besteht aus folgenden vier Mitgliedern:

Name	Funktion	Vertragsbeginn	Vertragsablauf
Dr. Cornelius Patt	CEO	01.01.2009	31.12.2013
Florian Seubert	CFO	01.01.2009	31.12.2013
Andrea Skersies	CMO	01.07.2009	30.06.2013
Guido Bienhaus	CIO	01.07.2009	30.06.2013

Ein Vorsitzender des Vorstands wurde gewählt. Die Vorstände haben klar definierte und abgegrenzte Aufgabenbereiche. Jedes Vorstandsmitglied leitet im Rahmen der Geschäftsordnung für den Vorstand und der Vorstandsbeschlüsse sein aus dem jeweils geltenden Geschäftsverteilungsplan ersichtliches Arbeitsgebiet der Gesellschaft in eigener Verantwortung. Für die gesamte Geschäftsführung tragen die Vorstände die Verantwortung gemeinschaftlich.

Für die Festlegung der Struktur des Vergütungssystems sowie der Vorstandsvergütung der einzelnen Vorstandsmitglieder ist der Aufsichtsrat zuständig. Er überprüft die Vergütungsstruktur regelmäßig auf ihre Angemessenheit. Die Bezüge des Vorstands setzen sich aus drei Komponenten zusammen:

- Erfolgsunabhängige, monatlich ausgezahlte Grundvergütung
- Erfolgsabhängige Gehaltsbestandteile
- Variable Komponenten mit langfristiger Anreizwirkung.

Der Kodex empfiehlt gemäß Ziffer 4.2.3 die Vereinbarung einer Begrenzungsmöglichkeit (Cap) in Vorstandsoptionsprogrammen. Das Vorstandsoptionsprogramm enthält keine derartige Begrenzung; dieses wird in der Entsprechenserklärung als Abweichung zu der Empfehlung dargestellt. Aus Sicht des Aufsichtsrats, der sich der Vorstand anschließt, widerspricht eine Wertobergrenze der Incentivierungsidee des Optionsmodells. Darüber hinaus könnte das als Voraussetzung für die Ausübung von Bezugsrechten unter dem Aktienoptionsprogramm 2007/II gewählte Erfolgsziel, die Anknüpfung an bestimmte Umsatzerlöse, entgegen der Empfehlung des Corporate Governance Kodex nicht als Vergütungskomponente mit langfristiger Anreizwirkung angesehen werden. Die

Gesellschaft hat sich für eine Anknüpfung an bestimmte Umsatzerlöse entschieden, da diese nach Auffassung der Gesellschaft ein maßgeblicher Maßstab für den Unternehmenserfolg sind.

Die Gesellschaft weist die Vergütung der einzelnen Vorstandsmitglieder aufgrund des Beschlusses der Hauptversammlung vom 27. April 2007 nicht individualisiert aus; dieses wird in der Entsprechenserklärung als Abweichung zu der Empfehlung gemäß Ziffer 4.2.5 i.V.m. Ziffer 4.2.4 dargestellt. Im Übrigen wird künftig ein Vergütungsbericht nach den Empfehlungen in Ziffer 4.2.5 erstellt.

Der Kodex empfiehlt gemäß Ziffer 7.1.3 i.V.m. Ziffer 4.2.5 die Aufnahme konkreter Angaben über Aktienoptionsprogramme und ähnliche wertpapierorientierte Anreizsysteme der Gesellschaft in den Corporate Governance Bericht bzw. in den Vergütungsbericht. Die Gesellschaft unterhält keine wertpapierorientierten Anreizsysteme. Über die Aktienoptionsprogramme der zooplus AG enthält der Geschäftsbericht nähere Angaben. Diese gewährleisten nach Einschätzung des Vorstands und des Aufsichtsrats eine ausreichende Information der Anleger und der Öffentlichkeit.

Aufsichtsrat

Die Beratungs- und Überwachungsfunktion ist durch den Aufsichtsrat vollumfänglich erfüllt worden. Im Rahmen der strategischen Bewertung der Gesellschaft, des Risikomanagements und des Reportings findet die Kommunikation durch den Vorstand mit dem gesamten Aufsichtsrat statt. Um effizient zu arbeiten, wird dieses nicht nur auf den Vorsitzenden des Aufsichtsrates beschränkt.

Der Aufsichtsrat hat sich eine Geschäftsordnung gegeben. Sie definiert die Aufgaben, Pflichten und innere Ordnung des Aufsichtsrats und enthält unter anderem nähere Bestimmungen zur Verschwiegenheitspflicht, zum Umgang mit Interessenkonflikten sowie zu den Berichtspflichten des Vorstandes.

Der Kodex empfiehlt gemäß Ziffer 5.2 und Ziffer 5.3 die Bildung von Ausschüssen des Aufsichtsrats und Funktionsverteilung in den Ausschüssen des Aufsichtsrats. Der Aufsichtsrat besteht derzeit nur aus drei Personen. Wegen dieser geringen Größe hat er mit Ausnahme des Vergütungsausschusses keine weiteren Ausschüsse gebildet. Um eine verantwortliche Aufgabenwahrnehmung sicherzustellen, bleibt im Übrigen das Gesamtgremium zuständig.

Der Aufsichtsrat besteht aus folgenden Mitgliedern:

- Felix von Schubert, Vorsitzender
- Frank Seehaus, stellvertretender Vorsitzender
- Dr. Norbert Stoeck

Für die Mitglieder des Aufsichtsrats besteht derzeit entgegen der Empfehlung des Kodex in Ziffer 5.4.1 keine Altersgrenze. Die Besetzung des Aufsichtsrats soll unabhängig von einer festen Altersgrenze unter Berücksichtigung der fachlichen Qualifikation und Erfahrung sowie der individuellen Leistungsfähigkeit der Kandidaten erfolgen.

Die Vergütung des gesamten Aufsichtsrats beträgt 15.000 EUR. Davon erhält jedes Mitglied 5.000 EUR. Die Vergütung beinhaltet entgegen Ziffer 5.4.6 keine erfolgsorientierte Komponente. Eine solche würde aus Sicht der Gesellschaft keinen zusätzlichen Anreiz zu einer ordnungsgemäßen Erfüllung der Überwachungs- und Beratungsaufgabe durch den Aufsichtsrat schaffen. Außerdem werden der Vorsitz und der stellvertretende Vorsitz bei der Vergütung nicht berücksichtigt, da die Gesellschaft eine solche Differenzierung auch wegen der Größe des Aufsichtsrats nicht für sinnvoll erachtet. Derzeit weichen die Aufgaben des Vorsitzenden und/oder stellvertretenden Vorsitzenden des Aufsichtsrats nicht derart erheblich von denjenigen des dritten Aufsichtsratsmitglieds ab, dass eine unterschiedliche Vergütung gerechtfertigt wäre.

Der Aufsichtsrat hat die Effizienz seiner Tätigkeit überprüft.

Transparenz

Der Vorstand und die Mitarbeiter im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit betreiben eine offene und zeitnahe Informationspolitik über die Lage der Gesellschaft sowie über wesentliche geschäftliche Veränderungen des Unternehmens gegenüber Aktionären, Finanzanalysten, Medien sowie der interessierten Öffentlichkeit.

Insiderinformationen, welche die Gesellschaft unmittelbar betreffen, veröffentlicht zooplus unverzüglich, auch außerhalb der turnusmäßigen Berichterstattung. Um die Aktionäre umfassend, gleichberechtigt und zeitnah zu informieren, nutzt zooplus auch das Internet. Die Internetseite ist übersichtlich gegliedert. In einem Finanzkalender werden alle wesentlichen Termine (Geschäftsbericht, Zwischenberichte oder Hauptversammlung) frühzeitig veröffentlicht.

Die Zwischenberichte werden abweichend von Ziffer 7.1.2 Satz 4 jeweils spätestens zwei Monate nach Ablauf des Berichtszeitraums und damit innerhalb der von der Börsenordnung für die Frankfurter Wertpapierbörse für eine Notierung im Prime Standard vorgesehenen Zwei-Monats-Frist veröffentlicht. Diese Fristvorgabe hält die zooplus AG für hinreichend, um eine ordnungsgemäße Rechnungslegung sicherzustellen. Da die Umsatzerlöse aus ihrer Sicht einen entscheidenden Maßstab für den Unternehmenserfolg bilden, wird die Gesellschaft ihre vorläufigen Umsatzzahlen aber auch künftig möglichst zeitnah zum Ende des jeweiligen Berichtszeitraums veröffentlichen.

Die Mitteilung von Wertpapiergeschäften veröffentlicht zooplus nach den Bestimmungen des § 15a Wertpapierhandelsgesetz (WpHG) unverzüglich nach Eingang der entsprechenden Mitteilung (Directors' Dealings). Die Angaben zu mitteilungspflichtigen Wertpapiergeschäften von Mitgliedern des Vorstands und des Aufsichtsrats für das Geschäftsjahr 2009 sind in dem nach § 10 WpHG erstellten so genannten „jährlichen Dokument“ enthalten. In diesem Dokument sind auch die weiteren kapitalmarktrechtlich vorgeschriebenen Veröffentlichungen enthalten, welche zooplus im Berichtsjahr getätigt hat.

Die sich im Besitz von Mitgliedern des Vorstands der zooplus AG befindlichen Aktien sind in der nachfolgenden Tabelle dargestellt (per 31. Dezember 2009):

Name	Inhaber	Anzahl	Anteil in %
Dr. Cornelius Patt*		154.720	6,04
Florian Seubert	persönlich	98.065	3,83
Andrea Skersies	persönlich	27.500	1,07
Guido Bienhaus	persönlich	35.625	1,39

*Davon sind Herrn Dr. Patt 3,30% der Stimmrechte (das entspricht 84.530 Stimmrechten) gemäß § 22 Abs. 1, Satz 1, Nr. 6 WpHG zuzurechnen.

Die Mitglieder des Aufsichtsrats halten keine Aktien.

Rechnungslegung und Abschlussprüfung

Die Rechnungslegung erfolgt seit dem Geschäftsjahr 2005 auf Konzernebene nach den International Financial Reporting Standards (IFRS) und in den Einzelabschlüssen nach nationalen Vorschriften (HGB). Das Reporting folgt den gesetzlichen und börsenrechtlichen Verpflichtungen mit dem Jahresabschluss und quartalsweise durch Zwischenberichte. Der jährliche Geschäftsbericht und der Internet-Auftritt werden – den internationalen Standards entsprechend – auch in englischer Sprache angeboten; der Geschäftsbericht und die Zwischenberichte werden auch im Internet publiziert.

Der Konzernabschluss wird vom Vorstand aufgestellt und vom Abschlussprüfer sowie vom Aufsichtsrat geprüft. Die entsprechenden Termine für 2010 werden bereits im Finanzkalender auf der Internetseite veröffentlicht.

Im Konzernanhang werden Beziehungen zu Aktionären erläutert, die im Sinne der anwendbaren Rechnungslegungsvorschriften als nahe stehende Personen zu qualifizieren sind.

Die betrauten Abschlussprüfer wurden bezüglich ihrer Neutralität schriftlich zur Bestätigung verpflichtet. Mit dem Abschlussprüfer der zooplus AG ist vereinbart, dass der Vorsitzende des Aufsichtsrats über während der Prüfung auftretende mögliche Ausschluss-

und Befangenheitsgründe unverzüglich unterrichtet wird, soweit diese nicht unverzüglich beseitigt werden. Die Beauftragung des Jahresabschlussprüfers übernimmt der Vorsitzende des Aufsichtsrats, wobei der Jahresabschlussprüfer zuvor von der Hauptversammlung gewählt wurde.

Die Abschlussprüfer haben den Aufsichtsrat zu informieren bzw. im Prüfungsbericht zu vermerken, wenn sie bei der Durchführung der Abschlussprüfung Tatsachen feststellen, die eine Unrichtigkeit der von Vorstand und Aufsichtsrat abgegeben Erklärung zum Deutschen Corporate Governance Kodex ergeben.

An der Beratung des Aufsichtsrats über den Jahres- und Konzernabschluss 2009 am 25. März 2010 hat der Abschlussprüfer teilgenommen und dem Aufsichtsrat über die Ergebnisse der Prüfung des Jahresabschlusses und des Lageberichts der zooplus AG zum 31. Dezember 2009 (HGB) sowie des Konzernabschlusses und Konzernlageberichts der zooplus-Gruppe zum 31. Dezember 2009 (IFRS) Bericht erstattet.

zooplus hält nachfolgend aufgeführte Tochtergesellschaften bzw. Beteiligungen:

Name	Ort und Land des Hauptsitzes	Anteil	Gezeichnetes Kapital (in Landeswährung)	Umrechnungskurs	Gezeichnetes Kapital in EUR	Eigenkapital per 31.12.09 (in TEUR)	Ergebnis (in TEUR)
Matina GmbH	München, Deutschland	100 %	25.000 EUR		25.000	18,2	3,8
Bitiba GmbH	München, Deutschland	100 %	25.000 EUR		25.000	36,5	3,8
zooplus services ltd.	Oxford, Großbritannien	100 %	100 GBP	1,11116	111,12	4,3	2,6
Logistic Service Center s.r.o.	Mimon, Tschechische Republik	49 %	100.000 CZK	0,03785	3.784,78	n.a.	n.a.

GESCHÄFTSMODELL

zooplus ist Europas führender Online-Händler für Heimtierprodukte. In einem Gesamtmarkt mit einem Umsatzvolumen von 17 Mrd. EUR betreibt die Gesellschaft hierbei ein reines Endkundengeschäft. Zum Produktangebot zählen insbesondere Tierfutter und Zubehör für alle wichtigen Heimtiergattungen sowie für Pferde- und Reitbedarf.

Historie

Die zooplus AG wurde im Jahr 1999 gegründet und nutzt seither erfolgreich das Internet als Vertriebsplattform für Tierbedarf. In den vergangenen Jahren wurde das Geschäftsmodell stetig ausgebaut. Die Ausweitung des Produktortiments, die **Erschließung neuer europäischer Märkte** durch gezielte internationale Expansion wie auch der Börsengang im Jahr 2008 waren dabei nur einige der wichtigsten Schritte in einem anhaltend dynamischen organischen Wachstumsprozess.

1999	Gründung von zooplus in Deutschland
2000	Markteintritt in Österreich
2006	Erschließung des Marktes in Großbritannien und Inbetriebnahme eines länderübergreifenden englischsprachigen Webshops zooplus.com
2007	Weiterer Ausbau der internationalen Präsenz – Markteintritt in Frankreich; Umsatz erstmalig > 50 Mio. EUR
2008	Einführung der Aktien zum Börsenhandel (Entry Standard) – Markteintritt unter anderem in Italien, Spanien und den Niederlanden
2009	Segmentwechsel in den Prime Standard der Frankfurter Wertpapierbörse; Gesamtleistung: 130 Mio. EUR/EBIT (vor Sonderaufwand): 0,9 Mio. EUR – zooplus ist in 16 europäischen Märkten vertreten

Internationalität

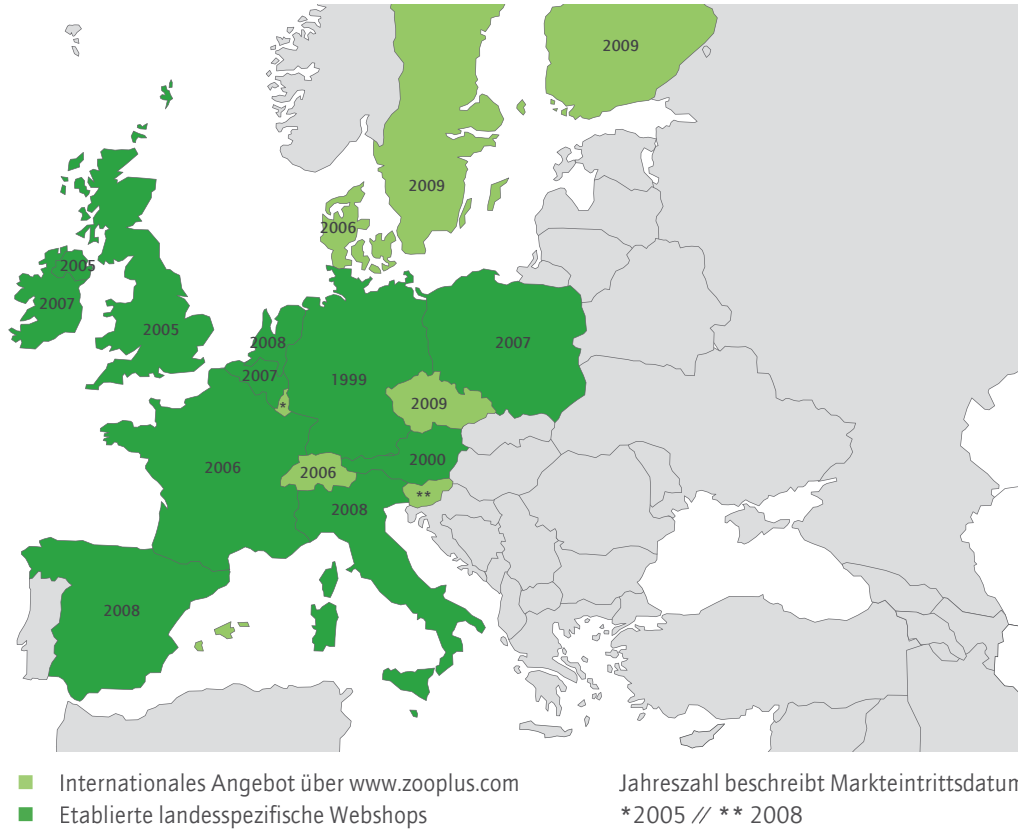
Seit 2005 verfolgt zooplus eine konsequente **wachstumsorientierte Internationalisierungsstrategie**, welche die feste Etablierung und Erreichung kritischer Größe nicht nur auf dem deutschsprachigen Heimatmarkt, sondern auch in Frankreich, Italien, Spanien, den Niederlanden und Großbritannien ermöglicht hat. Der Versand der Heimtierprodukte an den Endkunden wird hierbei von den zwei zentralen Logistikzentren aus betrieben: Staufenberg/Niedersachsen (Deutschland) und Tilburg (Niederlande).

Darüber hinaus betreibt zooplus in Polen, Belgien und Irland Online-Shops in der jeweiligen Landessprache. Seit 2009 wird dies auch in Finnland und der Tschechischen Republik angeboten. In Slowenien, Schweden, Luxemburg und Dänemark ist der Online-Shop aktuell in englischer Sprache verfügbar. Zukünftig wird neben der konsequenten Marktdurchdringung existierender Märkte auch weiterhin die Expansion in bisher unerschlossene Regionen im Mittelpunkt der weiteren Entwicklung stehen.

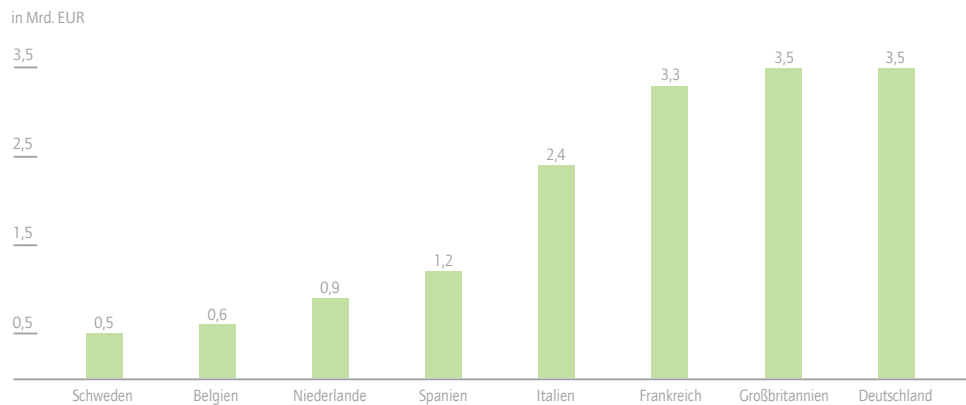
Auch ein exzellenter **Kundenservice** darf bei der Internationalisierung nicht fehlen. Deshalb betreibt zooplus mehrsprachige Kundencenter in Timisoara (Rumänien) und Tbilisi (Georgien), wo Anfragen zentral auflaufen und beantwortet werden. Dieses Modell hat sich für die Gesellschaft als äußerst effizient, leistungsfähig und extrem skalierbar erwiesen. An beiden Standorten verfügt zooplus über eine Vielzahl von hoch motivierten und gut ausgebildeten Mitarbeitern mit ausgezeichneten Fremdsprachenkenntnissen, so dass das geplante weitere dynamische Wachstum der Gesellschaft diesbezüglich keinen Beschränkungen unterliegt. Daneben betreibt zooplus für deutsche Kunden ein Kundenservicecenter in Süddeutschland.

Die Schaffung **flexibler Strukturen** waren und sind eine wichtige Zielsetzung bei der Gestaltung des Geschäftsmodells. Voraussetzung weiteren starken Wachstums bei gleichzeitiger kontinuierlicher Erhöhung der operativen Effizienz ist eine hochgradige Skalierbarkeit aller Prozesse und Strukturen entsprechend den jeweiligen spezifischen Marktanforderungen.

Marktpräsenz von zooplus in Europa



Die größten europäischen Märkte für Heimtierprodukte



Quellen: Industrierverband Heimtier, eigene Schätzungen

Die zooplus-Wertschöpfungskette

Einkauf und Sortimentspolitik

Heimtierprodukte stellen ein bedeutsames Marktsegment in der europäischen Handelslandschaft dar. Im Jahr 2009 wurden rund 17 Mrd. EUR Umsatz in unserer Branche allein innerhalb Westeuropas erwirtschaftet. zooplus verfügt über einen international aufgestellten Einkauf sowie ein daraus resultierendes breites Produktspektrum. Insgesamt bietet die Gesellschaft ein aus Kundensicht umfassendes Sortiment über alle Gattungen und Produktkategorien hinweg an. Ob ausgefallenes Spezialfutter oder großvolumiges Aquarium: Mit insgesamt rund 7.000 Futter- und Zubehörartikeln aus den Bereichen Hund, Katze, Kleintier, Vogel, Reptil, Aquaristik und Pferd findet der Kunde bei zooplus eine einzigartige Auswahl vor. Diese Marken- und Produktbreite beinhaltet Sortimente des täglichen Bedarfs wie beispielsweise fachhandelsübliches Markenfutter – ergänzt durch **zooplus-Eigenmarken** und Spezialartikel wie Pflegeprodukte, Einstreu, Spielzeuge und sonstiges Zubehör.

Für die Bereitstellung einer solchen Produktauswahl ist es selbstverständlich notwendig, strategisch enge Beziehungen zu allen Schlüssellieferanten und Herstellern zu unterhalten. zooplus bezieht alle Produkte des Sortiments im sogenannten „Direktbezug“, d. h. unter Umgehung von Großhandel und sonstigen Zwischenhändlern. Die Beschaffung erfolgt dabei international bei **mehr als 100 Lieferanten**. Ergänzt wird dies durch eine kontinuierlich weiterentwickelte Eigenmarkenstrategie in den wichtigsten Produktbereichen. zooplus arbeitet hier mit einer diversifizierten und eigenentwickelten proprietären Markenwelt, in der bereits ein überzeugendes Angebot etabliert werden konnte. Darunter befinden sich bei-

spielsweise Trocken- und Nassfutter für Hunde und Katzen der Marken Rocco und Smilla wie auch weitere Premiummarken der Gesellschaft (Lukullus, Cosma oder Tigerino). Strategisch legt die Gesellschaft besonderen Wert auf eine konsequente Produktdifferenzierung bestehender Eigenmarken um einen starken Markenkern herum. Diese wurde unter anderem bei Rocco bereits erfolgreich umgesetzt.

Marketing und Kundenakquisition

Eine wesentliche Aufgabe im Rahmen des starken Wachstums der Gesellschaft kommt dem Marketing und hierbei insbesondere der Neukundenakquisition zu. Entscheidend aus Effizienzgesichtspunkten ist hierbei die Vermeidung eines Medienbruches im Suchverhalten potenzieller Kunden: Aus diesem Grund werden keine konventionellen Maßnahmen wie Print-, Radio- oder Fernsehwerbung geschaltet, sondern der

Schwerpunkt auf Online-Marketing in seinen verschiedensten Varianten gesetzt. Hier reicht das Spektrum von klassischer Online-Werbung, Suchmaschinenmarketing und Suchmaschinenoptimierung über Affiliatenetzwerke, Preisvergleiche bis

hin zu branchenspezifischen Online-Aktivitäten. Somit wird der Kunde genau dort abgeholt, wo er direkten und einfachen Zugang zu zooplus hat – im Internet. Alle Aktivitäten werden dabei seitens zooplus als international agierendem Unternehmen länderspezifisch und regional angepasst, um eine soweit wie möglich hohe Akquisitionseffizienz zu erreichen.

Im Ergebnis konnten im Jahr 2009 wieder **706.000 neue Kundenaccounts** hinzugewonnen werden. Damit gelang es der Gesellschaft wie auch im Vorjahr, wiederholt einen neuen Rekordwert zu erzielen. Auch zukünftig wird der Fokus des Unternehmens auf weiterem Wachstum mit entsprechender

» **706.000 neue Kundenaccounts im Jahr 2009 hinzugewonnen** «

zooplus-Eigenmarke Rocco



Neukundenakquisition liegen. Gleichzeitig liegt der Fokus des Unternehmens in der Pflege und optimalen Betreuung der bestehenden Kunden. Der Geschäftserfolg von zooplus basiert entscheidend darauf, aus Neukunden zufriedene Stammkunden zu machen und sich bei diesen Kunden als Hauptversorger für den Bereich Heimtier zu etablieren. Gerade die stabile und attraktive Wiederkauftrate loyaler Kunden – bedingt durch wiederkehrende Futterbedarfe – ist eine Hauptquelle des langfristigen Geschäftserfolges. Hierzu dienen die oben beschriebenen Maßnahmen genauso wie regelmäßig durchgeführte Sonderaktionen, Loyalitätsprogramme, Altkundenreaktivierungen wie auch ein durchgängig **attraktives Preisniveau** und überzeugendes Produkt- und Servicespektrum. zooplus will hier klarer Service- und Qualitätsführer im Wettbewerb sein.

Logistik und Distribution

zooplus verfügt über zwei zentrale Logistikzentren: in Staufenberg (Deutschland) und Tilburg (Niederlande) mit einer Umsatzkapazität von jeweils rund 150 Mio. EUR (**Gesamtumsatzkapazität 300 Mio. EUR**). Der im September 2009 neu eröffnete Standort in Tilburg wurde bis Ende des vierten Quartals 2009 sukzessive in Betrieb genommen. Ziel ist es, aus den Niederlanden heraus die Kernmärkte Benelux, Frankreich und Großbritannien deutlich schneller und effizienter zu be-

dienen. Bereits 2010 sollen dadurch kürzere Lieferzeiten und nachhaltig geringere Distributionskosten realisiert werden können. Trotz gewisser sprungfixer Kosten in der Anlaufphase des neuen Standorts geht zooplus davon aus, dass sich der Aufbau des neuen Standorts und einhergehender Zusatzkapazitäten in den nächsten ein bis zwei Jahren hervorragend bewähren wird. Der neue Standort umfasst eine Gesamtfläche von 38.000 m² und wird in Zusammenarbeit mit Rhenus Contract Logistics betrieben.

Trotz operativ ausgelagerter Logistik werden alle Kernprozesse des Fulfillments seitens zooplus zentral gesteuert und sind de facto proprietäres Know-how des Unternehmens

selbst. So beschäftigt die Gesellschaft ein eigenes Team ausschließlich zur Koordination und Weiterentwicklung der Logistik- und Distributionsstruktur von zooplus. Effiziente Warenflüsse, Packeffizienz und -qualität wie auch Liefergeschwindigkeit sind entscheidende Stellhebel zur Maximierung

der Kundenzufriedenheit, welche wiederum entscheidender Faktor unseres Geschäftsmodells ist. Dafür werden sowohl Warenwirtschaft als auch Bestandsmanagement über eigene Systeme der Gesellschaft abgewickelt. Der **europaweite Versand** zum Kunden erfolgt über nationale und internationale Paketdienstleister.

»300 Mio. EUR Gesamtumsatzkapazität unserer Logistik«



Technologieinfrastruktur

Grundlage der Leistungsfähigkeit der zooplus AG sind die operativen Back-End-Strukturen des Unternehmens selbst. Diese umfassen die europäische Zentrallogistik und internationale Warenwirtschaft als auch die paneuropäisch integrierte Technologieplattform, die wiederum die individuelle Steuerung der einzelnen Ländermärkte ermöglicht. Alle Kernbereiche des Unternehmens, wie Logistik und Distribution, Marketing, Zahlungsverkehr, Sortiments- und Preismanagement, Einkauf und Finanzen werden hierbei zentral aus dem Hauptsitz des Unternehmens in München heraus gesteuert. Niederlassungen in Frankreich und Großbritannien erlauben regionale Feinsteuern. Durch diese Strukturen wird eine Realisierung substanzieller Skaleneffekte auf Basis weiterhin dynamischen Unternehmenswachstums ermöglicht.

zooplus ist ein **technologieorientiertes Internet-Handelsunternehmen**. Neu- und Weiterentwicklungen der Kernprozesse und der wichtigsten Systeme des Geschäftsmodells werden dabei hauptsächlich intern initiiert und umgesetzt. Ziel ist es, passgenaue Lösungen bei hoher Flexibilität für ein skalierbares Geschäftsmodell zu ermöglichen. Externe Partner werden herangezogen, wenn diese internes Know-how und interne Umsetzungskapazität sinnvoll ergänzen können. Selbst entwickelte Systeme und hochspezifische Software-Lösungen in allen wichtigen Unternehmensbereichen trugen in den vergangenen Jahren entscheidend zum Erfolg der zooplus AG bei und werden aus heutiger Sicht auch in Zukunft wesentlicher Baustein zur Erreichung der Unternehmensziele bleiben.

Geschäftsbereiche, in denen eigenentwickelte Systeme maßgeblich zum Einsatz kommen, sind unter anderem:

- Preis- und Margenmanagement
- Logistiksteuerung und -controlling
- Nationaler und internationaler Zahlungsverkehr
- Online-Marketing und Kundenakquisition
- Working-Capital-Management und -Beschaffung
- Unternehmenscontrolling

Von besonderer Bedeutung für ein Handelsunternehmen im Internet ist die reibungslose Anbindung an nationale und internationale Zahlungssysteme. zooplus bietet derzeit die Möglichkeit zur Abwicklung fast aller führenden europäischen Zahlungsmethoden an. Durch äußerst ausgereifte

Bonitätsprüfungen ist es gelungen, die Ausfallquoten auf ein historisch niedriges Niveau von lediglich rund 1,3 bis 1,4 % zu begrenzen.

Fazit

zooplus hat es in den vergangenen elf Jahren geschafft, sich im Markt als klar führender Online-Anbieter zu etablieren. Dabei stiftet das Unternehmen seinen Kunden durch sein Geschäftsmodell erheblichen Nutzen, was sich in hoher Kundenloyalität und **überdurchschnittlichen Wiederkaufsraten** widerspiegelt. Auch zukünftig geht die Gesellschaft davon aus, an die Wachstumsraten der Vergangenheit anknüpfen und die bisherige Erfolgsgeschichte fortschreiben zu können.

Wettbewerbsposition und -stärke

Vorsprung gegenüber Online-Wettbewerbern

zooplus ist in allen europäischen Märkten mit einer Reihe von meist regional tätigen Kleinanbietern konfrontiert, beispielsweise unabhängigen Zoohandlungen mit individuellem Webshop und lokaler Auslieferungsmöglichkeit. Darüber hinaus existieren in den Märkten Deutschland, Frankreich und Großbritannien drei bis vier kleinere Wettbewerber, die teilweise Tochterunternehmungen stationärer Anbieter sind und nach Schätzung des Unternehmens jeweils einstellige jährliche Umsätze im Millionenbereich tätigen. Daneben bieten auch nicht spezialisierte Anbieter wie Amazon oder eBay auf deren Plattformen eingeschränkte Sortimente im Bereich Heimtier an, die jedoch aus Gesamtperspektive noch kaum ins Gewicht fallen.

Im Gegensatz zu kleineren und direkten Wettbewerbern ist jedoch aus heutiger Sicht allein zooplus strukturell in Bezug auf Größe und europäischer Marktführerschaft in der Lage, entscheidende Vorteile aus internetspezifischen Skalen- und Effizienzeffekten zu ziehen, welche kleineren Anbietern verschlossen bleiben. Dieser Vorsprung in Bereichen wie Logistik, Technologie, Kundenservice und Marketing ist entscheidend dafür, dass zooplus sich im Wettbewerb hervorragend positioniert sieht und nicht davon ausgeht, kurz- oder mittelfristig den bestehenden deutlichen **Wettbewerbsvorsprung** einzubüßen. Hinzu kommen weitere Vorteile in Bezug auf Markenbekanntheit und Finanzstärke des Unternehmens.

Gleichzeitig trägt die bestehende Basis von weit **mehr als einer Million** aktiver europäischer **Kundenkonten** im Jahr 2009 dazu bei, dass zooplus von einer substanziellen Eigendynamik in der Neukundengewinnung durch Empfehlungen („word of mouth“) bestehender Kunden profitiert. Zudem verfügt die Gesellschaft inzwischen über 16 länderspezifische Online-Auftritte sowie ein englischsprachiges Portal, die wiederum Skaleneffekte in bedeutenden Größenordnungen ermöglichen.

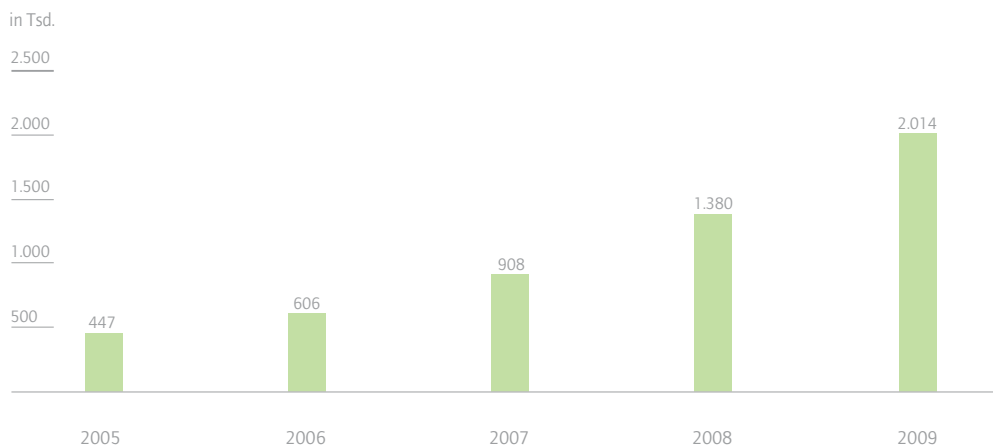
Vorteile gegenüber dem stationären Wettbewerb

Basis des zooplus-Geschäftsmodells ist eine schlanke, technologisch effiziente und skalierbare Wertschöpfungskette in Verbindung mit einem überzeugenden Einkaufserlebnis in Bezug auf Auswahl, Preis und Komfort. zooplus unterhält keine Filialgeschäfte, sondern bedient aus zwei Zentrallagern

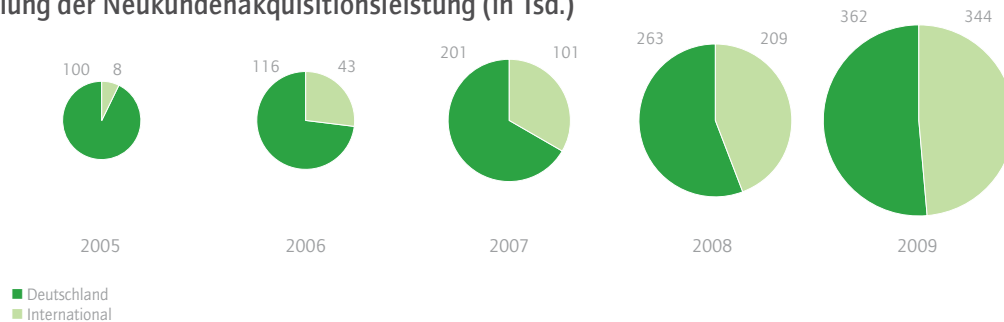
Kunden in ganz Europa mit einem gegenüber dem stationären Handel deutlich größeren Sortiment. Gleichzeitig erlauben die zentralisierte Struktur des Unternehmens und die damit einhergehenden Effizienzvorteile bestimmte aus dem Größenunterschied resultierende Nachteile gegenüber den größeren stationären Fachhandelsketten – etwa im Produkteinkauf – wettzumachen.

Mittelfristiges Ziel von zooplus ist es, die führende Stellung im Bereich Online-Handel für Heimtierprodukte zu verteidigen, weiter auszubauen und vom erwarteten weiteren substanziellen Wachstum des Internet-Handels nachhaltig zu profitieren.

Gesamtkundenkonten



Entwicklung der Neukundenakquisitionsleistung (in Tsd.)



Als First Mover im weiterhin zukunftssträchtigen Feld des E-Commerce profitiert zooplus im Wettbewerb mit dem Filialhandel durch seine einzigartige Positionierung:

- Zugang zum Online-Shop erfolgt vom Computer zu Hause oder im Büro
- Unbegrenzte Öffnungszeiten (24/7/365)
- Umfangreiches Produktsortiment, alle Bedürfnisse der Tierhalter können erfüllt werden
- Sehr hohe Verfügbarkeit aller Artikel im Sortiment, resultierend aus zwei dezentralen Lagern
- Lieferung frei Haus, keine Wegekosten für den Verbraucher und deutlich bequemer

Einkaufserlebnis bei zooplus

Aus Kundenperspektive ist der Einkauf bei zooplus einfacher kaum denkbar: Sind im Online-Shop aus bis zu 7.000 Artikeln die richtigen Produkte im Warenkorb ausgewählt, erfolgt die Zahlung nach Wahl per Rechnung, Lastschrift, Kreditkarte oder anderen länderspezifischen Zahlungsmethoden. Die Bestellung wird umgehend in das zooplus-Distributionszentrum übermittelt und dort im Regelfall binnen 24 Stunden kommissioniert und versandt. Nach der Auslieferung durch Paket-Dienstleister hält der Kunde meist bereits nach einem Werktag die bestellte Ware in den Händen – ein Service, der seinesgleichen sucht. Mehr und mehr Heimtierbesitzer aus ganz Europa entdecken Online-Shopping für sich und ihr Tier – ein Trend, von dem zooplus in den kommenden Jahren nachhaltig profitieren wird.

Was zooplus aus Kundensicht bietet:

- Riesige Produktauswahl bei hoher Preisattraktivität
- Einfache Internet-Nutzerführung
- Hohe Produktinformationsdichte und Sonderfunktionen (Tierarzt, Produktbewertungen, Diskussionsforen)
- Verfügbarkeit aller gängigen Zahlungsarten
- Lieferung erfolgt in der Regel versandkostenfrei
- Höchstmaß an Bequemlichkeit bei schneller Lieferung
 - Deutschland in der Regel innerhalb von 24 Stunden
 - Resteuropa im Allgemeinen innerhalb von 48 Stunden
- Einfache Möglichkeit zur Wiederbestellung
- Kompetenter und reaktionsschneller Kundenservice
- Leichte Rückgabe
- Erreichbarkeit rund um die Uhr (24/7/365)

Fazit

Es gibt nahezu keinen Grund mehr, seine Heimtierprodukte nicht im Internet zu kaufen.

AKTIE

Überblick

Am 9. Mai 2008 startete die Aktie der zooplus AG erfolgreich im Entry Standard (Auswahlsegment im Freiverkehr) der Frankfurter Wertpapierbörse. Bereits am 22. Oktober 2009 konnte der erfolgreiche Wechsel in den Prime Standard durchgeführt werden. Ziel ist es, die Börsennotierung im **Regulierten Markt** aktiv im Sinne einer nachhaltigen Unternehmensentwicklung zu nutzen. Gleichzeitig soll die Aufmerksamkeit bei internationalen Investoren gesteigert und die Attraktivität der zooplus AG am Kapitalmarkt erhöht werden.

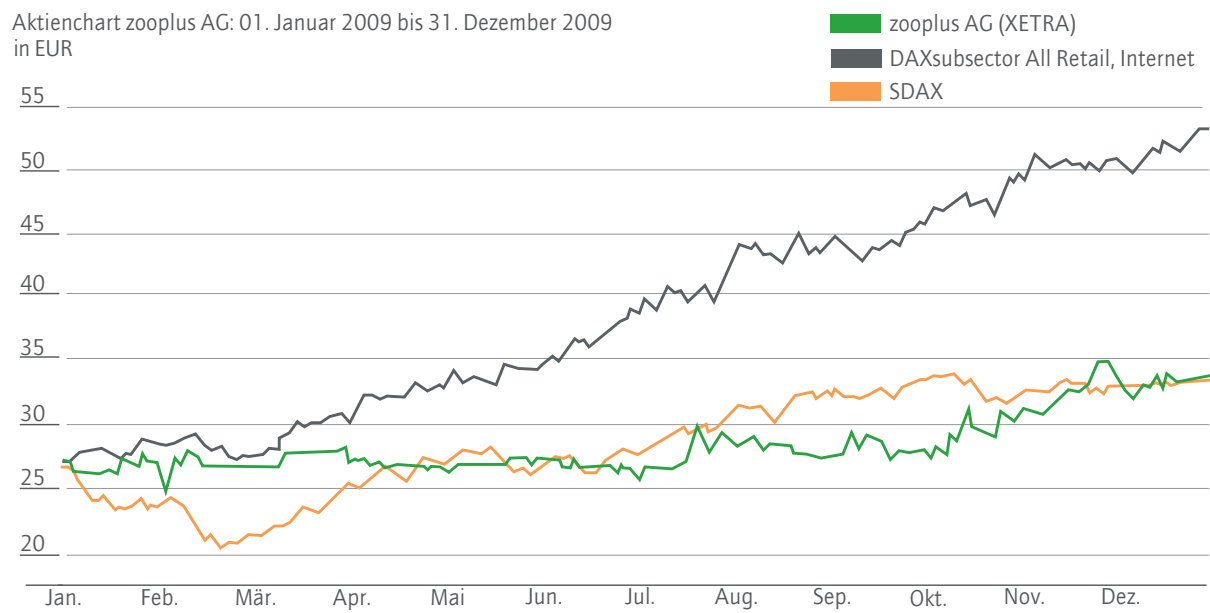
Für die Einbeziehung des gesamten **Grundkapitals** von 2.415.960 EUR (sowie bis zu weiterer 185.440 Aktien mit einem anteiligen Betrag am Grundkapital von 1,00 EUR je Aktie für die Ausübung von Bezugsrechten) in den Handel wurde ein Wertpapierprospekt erstellt und durch die Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) gebilligt. Mit dem Wechsel in den Prime Standard, dem Qualitätssegment der Deutsche Börse AG, verpflichtet sich die zooplus AG, die höchsten Transparenz- und Publizitätsanforderungen einzuhalten. Theoretisch erfüllt die Gesellschaft damit unter

anderem die Voraussetzung für eine mögliche Aufnahme in einen deutschen Aktienindex. Gleichzeitig wird mit dem Segmentwechsel auch dem Wunsch der Investoren nach möglichst **hoher Transparenz** entsprochen. Vor allem wird aber für internationale Anleger eine höhere Visibilität und Attraktivität der Aktie geschaffen. Nach Ausübung von Aktienoptionen durch den Vorstand im Dezember 2009 beträgt das Grundkapital 2.561.755 EUR per 31. Dezember 2009.

Im abgelaufenen Geschäftsjahr stand die Entwicklung der internationalen Aktienmärkte im Zeichen der Rezession. Viele Titel zeigten eine hohe Volatilität und verzeichneten deutliche Kursverluste. Trotz dieses Umfelds zeigte sich die Aktie der zooplus AG zunächst sehr stabil und wurde vom Segmentwechsel im Oktober 2009 zusätzlich beflügelt.

So gelang es der zooplus-Aktie, am 26. November einen Höchstwert von 33,90 EUR zu erreichen. Der Tiefstand wurde bei 24,00 EUR im Februar 2009 markiert. Im Frühjahr 2009 markierte der gesamte deutsche Aktienmarkt aufgrund zahlreicher Negativnachrichten zur konjunkturellen Entwicklung seine Jahrestiefststände. Dies wird bei Betrachtung des Ver-

Aktienchart zooplus AG: 01. Januar 2009 bis 31. Dezember 2009 in EUR



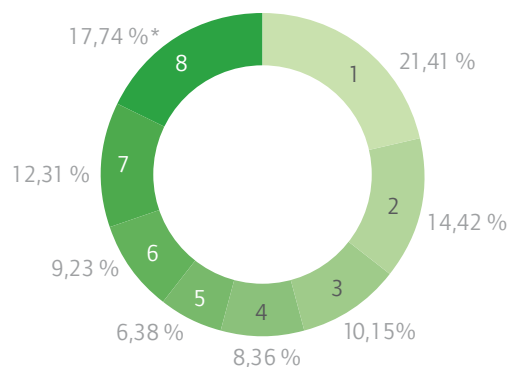
Stammdaten	
WKN	511170
ISIN	DE0005111702
Börsenkürzel	Z01
Handelssegment	Regulierter Markt (Prime Standard)
Art der Aktien	Nennwertlose Inhaberkapitalaktien
Grundkapital in Euro	2.561.755,00
Erstausgabedatum	9. Mai 2008
Erstausgabepreis	26,00 EUR
Aktienkurs zum Beginn des Geschäftsjahrs	25,91 EUR
Aktienkurs zum Ende des Geschäftsjahrs	32,00 EUR
Prozentuale Veränderung	23,50%

gleichsindex SDAX nochmals verdeutlicht. Jedoch konnte sich der DAXsubsector All Retail, Internet (ISIN DE000A0SM6Q2), der die Kursentwicklung aller in Deutschland börsennotierten Internet-Händler zusammenfasst, im Jahresverlauf deutlich von der zooplus-Aktie abheben. Derzeit ist der Titel Bestandteil der Branchenindizes DAXsector Retail (Gewichtung im Index 0,3 %) und DAXsubsector All Retail, Internet (10,7 %).

Der Jahresschlusskurs der Aktie lag bei 32,00 EUR (29. Dezember 2009), dies entspricht einer Marktkapitalisierung von rund 82 Mio. EUR.

Aktionärsstruktur

Mit aktuell 33,26 % weist die zooplus AG einen **hohen Streubesitz** auf und verfügt über eine relativ breite Aktionärsbasis. Die zur Hubert Burda Media Group gehörenden Risikokapitalgeber Burda Digital Ventures GmbH (21,41 %) sowie die BDV Beteiligungen GmbH & Co. KG (14,42 %) verfügen über rund 36 % der Aktien. The Nomad Investment Partnership LP ist mit rund 10,15 % der Aktien an der Gesellschaft beteiligt. Die in London ansässige zoouk ventures ist über ihren European E-Commerce Fund LP (8,36 %) sowie den European



- 1 Burda Digital Ventures GmbH
- 2 BDV Beteiligungen GmbH & Co. KG
- 3 The Nomad Investment Partnership LP
- 4 European E-Commerce Fund LP
- 5 European E-Commerce Fund B LP
- 6 Fidelity International
- 7 Mitglieder des Vorstands
- 8 Streubesitz

*gemäß Definition der Deutschen Börse beträgt der Streubesitz 33,26 %
 Stand: 31. März 2010

E-Commerce Fund B LP (6,38 %) mit ebenfalls rund 15 % investiert. Gleichzeitig hält Fidelity International seit Mitte 2009 rund 9,23 % an der Gesellschaft. Vervollständigt wird die Aktionärsstruktur mit einem Anteilsbesitz der Mitglieder des Vorstands von 12,31 %. Sonstige Aktionäre halten aktuell 17,74 %.

Investor Relations

Mit dem Segmentwechsel in den Prime Standard haben sich die Anforderungen für zooplus zwar erhöht, allerdings gehörten die Veröffentlichung von IFRS-basierten Quartalsberichten sowie erweiterte IR-Aktivitäten bereits in der ersten Jahreshälfte zu den freiwilligen Maßnahmen der Gesellschaft. Demnach änderte sich für die bereits sehr transparente und proaktive Investor Relations nach Umlistung nur wenig.

Allerdings nimmt die Bedeutung einer offenen und nachvollziehbaren Kommunikation gerade in volkswirtschaftlich schwierigen Zeiten stark zu. Aus diesem Grund hat zooplus auch im Geschäftsjahr 2009 regelmäßig den Dialog mit Analysten, Investoren und Finanzjournalisten gesucht.

Ziel der Gesellschaft ist es, die Öffentlichkeit regelmäßig und zeitnah mit unternehmensrelevanten Meldungen zu versorgen, um so über die Entwicklung des Unternehmens zu informieren. Durch die Notierung im Prime Standard ist zooplus verpflichtet, kursrelevante Informationen per Ad-hoc-Mitteilung unverzüglich zu veröffentlichen. Auch zukünftig sollen die gesetzlichen Anforderungen übertroffen werden. So plant die Gesellschaft weiterhin den regelmäßigen Kontakt zur Financial Community und bietet mit einer **aktiven Investor Relations** allen interessierten Gruppen einen ständigen Ansprechpartner bei Fragen zum Unternehmen.

Finanzkalender

Datum	
29. April 2010	Vorläufige Umsatzzahlen zum 1. Quartal 2010
27. Mai 2010	Ordentliche Hauptversammlung 2010
31. Mai 2010	Veröffentlichung Quartalsbericht Q1 2010
30. Juli 2010	Vorläufige Umsatzzahlen zum 1. Halbjahr 2010
31. August 2010	Veröffentlichung Halbjahresbericht H1 2010
29. Oktober 2010	Vorläufige Umsatzzahlen zum 3. Quartal 2010
22. November 2010	Veröffentlichung 9-Monatsbericht 2010
22. bis 24. November 2010	Analysten- und Investorenkonferenz im Rahmen des Deutschen Eigenkapitalforums in Frankfurt am Main

Neben den gesetzlichen Verpflichtungen führte die zooplus AG unter anderem folgende IR-Aktivitäten durch:

- Teilnahme an zwei Kapitalmarktkonferenzen
- Drei Roadshows im In- und Ausland

Vom Geschäftsjahr 2010 an ist vorgesehen, die freiwilligen IR-Maßnahmen um nachfolgende Leistungen zu erweitern:

- Regelmäßiges Angebot von Telefonkonferenzen mit Webcast zur Veröffentlichung der Quartals- und Jahresfinanzberichte
- Verfügbarkeit der Webcasts auf der Internetseite der Gesellschaft

Hauptversammlung

Am 26. Juni 2009 fand in der Unternehmenszentrale von zooplus in München die **Hauptversammlung 2009** der Gesellschaft statt. Insgesamt waren 80,82 % des stimmberechtigten Kapitals vertreten. Die Anwesenden folgten dem Bericht des Vorstands zur Geschäftsentwicklung im Jahr 2008 und dem Ausblick für das laufende Geschäftsjahr.

Sämtliche Beschlussvorlagen wurden einstimmig von den Stimmberechtigten ohne Enthaltung bzw. Gegenstimmen beschlossen.

Directors' Dealings

Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurden nach §15a WpHG meldepflichtige Wertpapiergeschäfte von Personen mit Führungsaufgaben getätigt. Nachfolgende Tabelle gibt hierzu einen vollständigen und transparenten Überblick:

Datum der Transaktion	Vor- und Zuname	Funktion/ Status	Ort der Transaktion	Art der Transaktion	Anzahl	Kurs/ Preis	Gesamt- volumen
15. Dezember 2009	Dr. Cornelius Patt	Geschäftsfhr. Organ	Frankfurt	Verkauf	650	32,01	20.809
10. Dezember 2009	Guido Bienhaus	Geschäftsfhr. Organ	außerbörslich	Kauf	24.000	12,50*	300.000
9. Dezember 2009	Dr. Cornelius Patt	Geschäftsfhr. Organ	außerbörslich	Kauf	70.530	12,50*	881.625
9. Dezember 2009	Florian Seubert	Geschäftsfhr. Organ	außerbörslich	Kauf	35.265	12,50*	440.812
9. Dezember 2009	Andrea Skerskies	Geschäftsfhr. Organ	außerbörslich	Kauf	16.000	12,50*	200.000
2. Dezember 2009	Dr. Cornelius Patt	Geschäftsfhr. Organ	Frankfurt	Verkauf	600	32,40	19.442

*Ausübung von Aktienoptionen

KONZERNLAGEBERICHT

Geschäftsverlauf und Rahmenbedingungen

Geschäftsfelder

Die zooplus AG wurde im Jahr 1999 in München gegründet. 2009 war damit das **elfte Geschäftsjahr** der Gesellschaft. Das Unternehmen ist im Geschäftsfeld E-Commerce im internet-basierten Handel mit Heimtierprodukten im Endkundenbereich tätig. Der zooplus-Konzern ist hierbei nach eigener Einschätzung das europaweit klar führende Unternehmen in Bezug auf Umsatz und Kundenbasis.

Insgesamt vertreibt zooplus rund 7.000 Futter- und Zubehörartikel in den Gattungen Hund, Katze, Kleintier, Vogel, Reptil, Aquaristik und Pferd. Dies umfasst Produkte des täglichen Bedarfs wie fachhandelsübliches Markenfutter, zooplus-Eigenmarken sowie auch Spezialartikel wie Spielzeuge, Pflegeprodukte oder sonstige Accessoires. Auf seinen Websites bietet zooplus den Kunden zudem diverse kostenfreie Informationsangebote wie tierärztliche Beratung sowie interaktive Bereiche wie Diskussionsforen und Blogs. Darüber hinaus können Kunden die erworbenen Produkte direkt online bewerten.

zooplus erlöst den größten Teil seiner Umsätze mit dem Verkauf eigener Lagerware aus seinen Zentrallagern in Staufenberg/Deutschland sowie Tilburg/Niederlande. Die zentrale Bevorratung ermöglicht es, eine schnelle und einheitliche Lieferung zusammen mit hoher allgemeiner Produktverfügbarkeit gegenüber Kunden in ganz Europa zu gewährleisten. Einen kleineren Teil der Umsätze erzielt zooplus im sogenannten „Streckengeschäft“, bei dem zooplus direkt Produkte ausgewählter Lieferanten aus deren Lagern verkauft und die Versendung von dort direkt zum Kunden erfolgt. Der Verkauf wird stets über einen von zooplus betriebenen Online-Shop abgewickelt. Die Auslieferung an den Endkunden erfolgt über ausgewählte Paket-Dienstleister wie DHL, GLS, Parcelforce oder andere nationale und internationale Anbieter.

Das Unternehmen unterliegt nur geringen Saisonalitätseffekten, welche sich vor allem auf den Produktmix und weniger auf Gesamtumsatzrends auswirken.

Insgesamt zeichnet sich das von zooplus betriebene Geschäftsmodell durch eine Kombination von breiter Sortimentspalette und effizienten Warenflussprozessen in Verbindung mit einfacher und bequemer Handhabung aus Kundensicht aus.

Märkte

zooplus ist mit einer Reihe von landesspezifischen wie auch länderübergreifenden Online-Shops europaweit in 16 Ländern mit einem Gesamtmarktvolumen im Bereich Heimtier von rund 17 Mrd. EUR vertreten. Nach eigener Einschätzung ist zooplus dabei in allen **europäischen Volumenmärkten** (Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Niederlande, Spanien und Italien) Marktführer nach Umsatz und Kundenanzahl im Bereich Online.

Zum Stand März 2010 betreibt zooplus insgesamt elf landesspezifische Webshops: Neben den sechs erwähnten Volumenmärkten ist dies zudem in Belgien, Irland, der Tschechischen Republik, Finnland und Polen der Fall. Über zooplus.com werden zusätzlich die Länder Slowenien, Schweden, Luxemburg und Dänemark mit einem englischsprachigen Angebot bedient.

Wesentliche Einflussfaktoren

Zwei entscheidende Einflussfaktoren bestimmen den Online-Handel im Bereich Heimtier: die Entwicklung des allgemeinen europäischen Heimtiermarktes sowie die generelle und branchenspezifische **Entwicklung des Online-Kaufverhaltens** von Internetnutzern.

Entwicklung des europäischen Heimtiermarktes

Der europäische Heimtiermarkt in den Ländern der Europäischen Union umfasste ein Marktvolumen von circa 17 Mrd. EUR (letzte verfügbare Studie; Stand: 2007) und ist damit im Vergleich etwa halb so groß wie der europäische Buchmarkt. Allein die sechs Volumenmärkte Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Spanien, Niederlande und Italien umfassen hiervon mit rund 13 Mrd. EUR circa 75 % des Gesamtvolumens.

Hauptabsatzkanäle für Heimtierbedarfsprodukte sind in allen Ländern der Europäischen Union vor allem der stationäre Zoofachhandel, Garten- und Heimwerkermärkte sowie klassische Supermärkte wie auch Discountmärkte. Hauptunterschiede zwischen den einzelnen stationären Handelskonzepten im Bereich Heimtier sind Sortimentsbreite und Produktpositionierung: Während großflächige Supermärkte und Discounter sich in der Regel auf ein Randsortiment von circa 150 bis 200 Produktvarianten in kleinteiligen und üblicherweise niedrigpreisig positionierten Futterbereichen beschränken, decken größere Zoofachhandelsketten ein komplettes Produktspektrum im Bereich Futter (Eingangspreisstufe bis Premium) wie auch im Zubehörbereich (unter anderem Spielzeug, Hygieneprodukte, Tiermöbel und Technik) ab.

Insgesamt geht zooplus für die kommenden Jahre von einem stabilen bis leicht steigenden Marktvolumen aus. Historische Zahlen weisen für die vergangenen Jahre 2000 bis 2008 durchschnittliche Wachstumszahlen des Gesamtmarktes im niedrigen einstelligen Prozentbereich aus. Für das Jahr 2009 geht zooplus aufgrund der konjunkturellen Situation innerhalb der Europäischen Union von einer Marktstagnation oder leichten Marktschrumpfung aus. Europaweit leben in rund einem Drittel aller Haushalte ein oder mehrere Heimtiere. Die Veränderungen des Marktes sind zum einen bedingt durch leicht wachsende Tierpopulationen, zum anderen durch eine Verschiebung im Absatzspektrum hin zu hochwertigeren Produkten und Kategorien innerhalb der Bereiche Futter und Zubehör („Premiumisierung“).

Der Heimtiermarkt weist aufgrund der wiederkehrenden Bedarfsmuster vor allem im Bereich Tiernahrung eine nur sehr geringe Saisonalität auf. Rund 70 % der Gesamtnachfrage im Gesamtmarkt wird im Bereich der Futtermittel selbst generiert, was dazu führt, dass aus Sicht des Unternehmens eine überdurchschnittlich stabile **mittel- und langfristige Nachfragestruktur** existiert.

Entwicklung des Online-Handels

Von entscheidender Bedeutung aus Unternehmenssicht ist vor allem die Entwicklung des Internets als neuem Vertriebska-

nal für Heimtierprodukte. Dies wird entscheidend durch drei Faktoren bestimmt, von denen nur einer der direkten Einflussmöglichkeit des Unternehmens unterliegt.

Grundvoraussetzung des europäischen Online-Handels im Endkundenbereich ist der schnelle und zuverlässige Internetzugang für breite Schichten der Bevölkerung. Dies ist vor allem getrieben durch die Verfügbarkeit schneller und zuverlässiger stationärer wie zunehmend auch mobiler Internetzugänge. Als Folge dessen ist die Zahl der Internetnutzer in den vergangenen Jahren stark gestiegen. Dies wiederum führt dazu, dass im Zusammenhang mit der verstärkten Nutzung von Suchmaschinen und anderen Informationsplattformen wie Preisauskünften und Produktvergleichen das allgemeine Interesse an und die Aktivität im Bereich Online-Handel deutlich zugenommen haben.

E-Commerce ist ein zunehmend wichtiger Vertriebskanal des Handels geworden. In Deutschland wurden beispielsweise im Jahr 2008 über 19 Mrd. EUR im Online-Handel mit Endverbrauchern umgesetzt. Gerade im Hinblick auf die **inhärenten Vorteile des Online-Handels** gegenüber bestehenden stationären Handelskonzepten bezüglich Sortimentsbreite und Einkaufskomfort scheint ein weiteres Wachstum des Online-Handels in Europa wahrscheinlich. Unabhängige Marktbeobachter wie Forrester Research oder TNS Infratest gehen deshalb auch davon aus, dass der Online-Handel in den kommenden fünf bis sieben Jahren weiterhin jährliche Zuwachsraten im zweistelligen Prozentbereich erreichen wird. Im Bereich Heimtier ist jedoch im Vergleich zu anderen Produktkategorien der Anteil über das Internet verkaufter Heimtierartikel noch relativ gering und signifikant durch die von zooplus in den europäischen Märkten erzielten Umsätze bestimmt. Nach internen Schätzungen geht das Unternehmen davon aus, dass bislang nur rund 1,2 bis 1,5 % des gesamten europäischen Heimtiermarkts auf den Vertriebskanal Internet entfallen.

zooplus ist deshalb als Marktführer gut positioniert, um von diesen nachhaltigen Umwälzungen der existierenden Vertriebs- und Handelsstrukturen zu profitieren.

Wettbewerbsposition

Vorsprung gegenüber Online-Wettbewerbern

Generell gelten im Bereich Internet niedrigere Markteintrittsbarrieren als im stationären Handel. zooplus ist deshalb in allen europäischen Märkten mit einer Reihe von meist regional tätigen Kleinanbietern konfrontiert, beispielsweise unabhängige Zoohandlungen mit individuellem Webshop und lokaler Auslieferungsmöglichkeit.

Im Gegensatz zu diesen ist zooplus jedoch strukturell in Bezug auf Größe und europäische Marktführerschaft in der Lage, entscheidende Vorteile aus **Skalen- und Effizienzeffekten** zu ziehen, welche kleineren Anbietern verschlossen bleiben. Dieser strukturelle Vorsprung in Bereichen wie Einkauf, Eigenmarkenentwicklung, Logistik, Technologie, Kundenservice und Marketing ist entscheidend dafür, dass zooplus sich im Wettbewerb sehr gut aufgestellt sieht. Hinzu kommen weitere relative Vorteile in Bezug auf Markenbekanntheit und Finanzstärke des Unternehmens.

Gleichzeitig trägt die bestehende Kundenbasis von mehr als einer Million im Geschäftsjahr 2009 aktiver europäischer Kundenaccounts dazu bei, dass zooplus von einer substanziellen Eigendynamik in der Neukundengewinnung durch Empfehlungen („word of mouth“) bestehender Kunden profitiert.

Vorteile gegenüber dem stationären Wettbewerb

Basis des zooplus-Geschäftsmodells ist eine schlanke, technologisch effiziente und skalierbare Wertschöpfungskette in Verbindung mit einem überzeugenden Einkaufserlebnis in Bezug auf Auswahl, Preis und Komfort.

zooplus unterhält keine Filialgeschäfte, sondern ist in der Lage, aus zwei Zentrallagern Kunden in ganz Europa mit einem gegenüber dem stationären Handel deutlich größeren Sortiment zu bedienen. Gleichzeitig erlauben die zentralisierte Struktur des Unternehmens und die damit einhergehenden Effizienzvorteile bestimmte aus dem Größenunterschied resultierende Nachteile gegenüber den größeren stationären Fachhandelsketten, etwa im Produkteinkauf, wettzumachen.

Mittelfristiges Ziel von zooplus ist es, seine führende Stellung im Bereich Online zu verteidigen und weiter auszubauen und vom erwarteten weiteren substantiellen Wachstum des Online-Handels nachhaltig zu profitieren.

Konzernstruktur

Der zooplus-Konzern umfasst drei 100%-ige Tochtergesellschaften, die im Konzernabschluss konsolidiert werden.

zooplus AG, München, Deutschland

- bitiba GmbH, München, Deutschland (Zweitmarkengeschäft der Gesellschaft)
- matina GmbH, München, Deutschland (Eigenmarkengeschäft der Gesellschaft)
- zooplus services ltd, Oxford, GB (Internationale Geschäftsentwicklung und GB)

Des Weiteren betreibt der Konzern eine Zweigniederlassung „Succursale“ in Strasbourg / Frankreich. Diese dient primär dem landesspezifischen Marketing und der Steuerung der französischen Kundenakquisitionskampagnen.

Die zooplus AG wird von vier Vorständen geleitet:

Dr. Cornelius Patt, Vorstandsvorsitzender (Unternehmensführung, Operations)
Guido Bienhaus (Informationstechnologie)
Florian Seubert (Finanzen & Recht)
Andrea Skersies (Sales & Marketing)

Der Vorstand wird durch den Aufsichtsrat beraten und kontrolliert. Dem Gremium gehörten zum Jahresende an:

Felix von Schubert (Vorsitzender)
Frank Seehaus (stellvertretender Vorsitzender)
Dr. Norbert Stoeck

Die **Mitarbeiterzahl** wurde im Geschäftsjahr von 79 auf 108 Mitarbeiter (exklusive Vorstand) per Jahresende erhöht. Die Fluktuationsrate der festen Mitarbeiter ist nach eigener Einschätzung branchenunüblich niedrig.

Für zooplus ist das Humankapital unserer Mitarbeiter eine entscheidende Stellgröße des Erfolges. Durch regelmäßig durchgeführte interne Mitarbeiterschulungen sowie die Teilnahme zahlreicher Mitarbeiter an externen Lehrgängen konnte die Arbeitsqualität und das Wertschöpfungspotenzial unserer Belegschaft weiter erhöht werden.

Unternehmensstrategie – Profitables europaweites Wachstum

Ziel des Managements ist es, die bestehende Marktführerschaft im europäischen Online-Heimtierhandel zu behaupten und auszubauen und gleichzeitig die Erträge des Unternehmens – gemessen am Gewinn vor Steuern – kontinuierlich zu steigern.

Vor diesem Hintergrund stehen folgende spezifische Ziele im Mittelpunkt des Handelns:

- Ausbau und Wachstum der Kundenbasis in allen europäischen Märkten
- Erhöhung des durchschnittlichen Umsatzes und variablen Deckungsbeitrags pro Jahr
- Unterproportionale Steigerung der fixen und quasi-fixen Kosten des Unternehmens (gemessen am Umsatz)

Zur Erreichung dieser Ziele arbeitet das Unternehmen mit einer Reihe von Steuerungsgrößen finanzieller und nicht-finanzieller Art insbesondere in folgenden Schwerpunktbereichen:

- Preis- und Sortimentspolitik
- Zukunftsorientierte Neukundenakquisition und Kundenmanagement
- Logistik- und Distributionsmanagement
- Working-Capital-Management und Zahlungsverkehrsoptimierung

In allen Bereichen erfolgt die Steuerung und Kontrolle der Zielvorgaben über **zielorientierte und prozessspezifische Kennzahlen**, die regelmäßig überprüft und gegebenenfalls kurz- und mittelfristig angepasst und modifiziert werden

können. Das Unternehmen legt besonderen Wert auf eine klare Kommunikation der Unternehmensziele gegenüber seinen Mitarbeitern.

Technologie und Entwicklung

zooplus versteht sich in erster Linie als technologieorientiertes Internet-Handelsunternehmen. Die Neu- und Weiterentwicklungen der Kernprozesse und wichtigsten Systeme unseres Geschäftsmodells werden hierbei hauptsächlich intern initiiert und vorangetrieben. Externe Partner werden dann herangezogen, wenn diese internes Know-how und Umsetzungskapazität sinnvoll ergänzen können.

Selbst entwickelte Systeme und hochspezifische Software-Lösungen in allen wichtigen Unternehmensbereichen trugen in den letzten Jahren entscheidend zum Erfolg von zooplus bei und werden aus heutiger Sicht auch in Zukunft wesentlicher Baustein zur Erreichung der Unternehmensziele sein.

Bereiche, in denen eigenentwickelte Systeme maßgeblich zum Einsatz kommen, sind unter anderem:

- Preis- und Margenmanagement
- Logistiksteuerung und -controlling
- Nationaler und internationaler Zahlungsverkehr
- Online-Marketing und Kundenakquisition
- Working-Capital-Management und -Beschaffung
- Finanzcontrolling

Geschäftsentwicklung 2009

Konjunktur und Gesamtmarkt

Die Weltkonjunktur entwickelte sich 2009 deutlich negativ. Die im Jahr 2007 und 2008 als Subprime-Krise in den Vereinigten Staaten begonnene wirtschaftliche Eintrübung hat sich zu Anfang 2009 zur größten Konjunkturkrise der westlichen Welt seit Ende des Zweiten Weltkriegs entwickelt. Das Wachstum der großen internationalen Volkswirtschaften verlangsamte sich bereits 2008 und war 2009 in fast allen westlichen Volkswirtschaften deutlich negativ. Der wirt-

schaftliche Ausblick für das Gesamtjahr 2010 sieht eine Bodenbildung auf niedrigem Niveau bei leicht ansteigender Wachstumstendenz vor.

Entwicklung des zooplus-Konzerns

Der zooplus-Konzern hat sich im Geschäftsjahr 2009 trotz wirtschaftlich schwieriger Gesamtsituation zufriedenstellend entwickelt. Mit einem Wachstum der **Gesamtleistung** (als Summe der Umsatzerlöse und der sonstigen betrieblichen Erträge) um 52,4 % auf 129,7 Mio. EUR können wir sehr zufrieden sein. Gleichzeitig wurden mit der erfolgreichen Umlistung des Unternehmens an den Regulierten Markt der Frankfurter Wertpapierbörse und der Einphasung der neuen internationalen Logistik in Tilburg / Niederlande wichtige Meilensteine erreicht. Die Umlistung wie auch die Eröffnung der Logistik führten ergebnisseitig zu einmaligen negativen Sondereffekten, die zu einem negativen Ergebnis führten. Dies ist insgesamt natürlich nicht zufriedenstellend. Wir sehen dies jedoch vor dem Hintergrund der tiefsten Konjunkturkrise seit Ende des Zweiten Weltkriegs wie auch einer erwarteten deutlichen Ergebnisverbesserung in 2010, die sich im Aufwärtstrend des operativen Ergebnisses bereits zum Ende 2009 widerspiegelt, als insgesamt akzeptables Gesamtergebnis an. In der Gesamtbetrachtung war das Geschäftsjahr 2009 aus Sicht des Unternehmens deshalb dennoch ein gutes Jahr für die Weiterentwicklung und den langfristigen Erfolg der Gesellschaft.

zooplus geht aus heutiger Sicht davon aus, dass der europäische Heimtiermarkt sich auch in einem insgesamt wachstumsschwachen Umfeld relativ krisenresistent zeigen wird. Vor dem Hintergrund eines weiterhin sehr starken allgemeinen Wachstums im Bereich Online-Handel und des zooplus-spezifisch **hohen Umsatzanteils** wiederkehrender Bedarfe im Bereich Futter sehen wir zooplus als relativ gut positioniert an, um das laufende Geschäftsjahr 2010 erfolgreich zu meistern.

Generell erwarten wir für den Online-Heimtiermarkt eine Fortsetzung des starken Wachstums in allen europäischen Volumenmärkten.

Im, aus heutiger Sicht eher unwahrscheinlichen Fall einer sich noch einmal verschärfenden konjunkturellen Situation („Double Dip“) ist eine negative Veränderung des gegenwärtigen **Preis- und Margengefüges** der Heimtierindustrie insgesamt jedoch nicht auszuschließen. Wir glauben aber auch hier, dass sich zooplus relativ zu anderen Marktteilnehmern in einer guten Ausgangslage befindet, um auch solche – aller Voraussicht nach zeitlich begrenzten – Entwicklungen gut meistern und kompensieren zu können.

Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage

Ertragssituation

Umsatzentwicklung

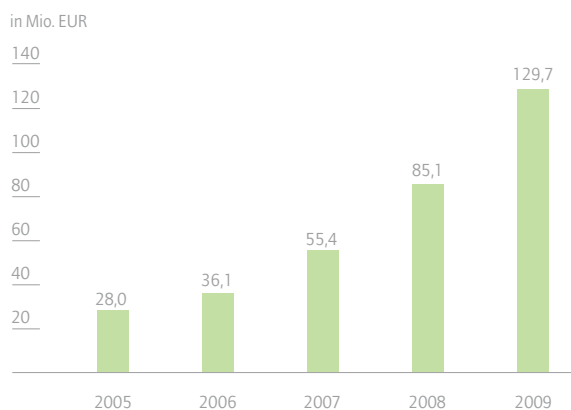
zooplus konnte als nach eigener Einschätzung europäischer Marktführer auch im abgelaufenen Geschäftsjahr die Umsätze und die Gesamtleistung deutlich steigern. Die Gesamtleistung als Summe der Umsatzerlöse und sonstigen betrieblichen Erträge wuchs von 85,1 Mio. EUR um 52,4 % auf 129,7 Mio. EUR an.

Wesentliche Ursache für diese Entwicklung war neben der signifikanten Vergrößerung der Kundenbasis in allen geographischen Märkten des Unternehmens auch weiterhin die hohe Kundenloyalität und Wiederkaufsrate bestehender Kunden. Beide Trends unterstreichen und belegen nachhaltig den Markterfolg unseres Geschäftsmodells.

Im Einzelnen stiegen die Umsatzerlöse von 2008 auf 2009 von 80,3 Mio. EUR auf 123,3 Mio. EUR an. Die sonstigen betrieblichen Erträge erhöhten sich von 4,8 Mio. EUR auf 6,4 Mio. EUR im Berichtszeitraum. Während die Umsatzerlöse den reinen **Warenverkauf** widerspiegeln, finden sich im Bereich der sonstigen betrieblichen Erträge vor allem branchenübliche Werbekostenerlöse und sonstige Vergütungen. Diese sind historisch relativ konstant proportional zu den erzielten Umsatzerlösen.

Das Geschäft mit Heimtierbedarfsartikeln ist kaum saisonal geprägt.

Gesamtleistung (Umsatz und sonstige betriebliche Erträge)



Insgesamt zeigt sich in der Entwicklung der Umsatzerlöse wie auch der Gesamtleistung deutlich, dass zooplus als Marktführer von einer Migration der Nachfrage weg von klassischen Absatzkanälen im stationären Handel hin zum Online-Handel profitiert.

Aufwandspositionen

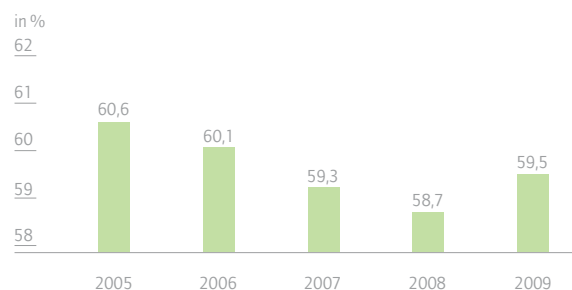
Im Folgenden sollen die wichtigsten Aufwandspositionen kurz im Überblick in Höhe und Entwicklung dargestellt werden. Für detaillierte Zahlen wird auf den **Konzernjahresabschluss** und dessen Anhang verwiesen. Alle prozentualen Angaben im folgenden Abschnitt sind Zirkawerte und können im Vergleich zu den Zahlen des Konzernabschlusses geringen Rundungsdifferenzen unterliegen.

Materialaufwand

Der Materialaufwand des Unternehmens stieg im Berichtszeitraum leicht überproportional zum Vorjahr. Die 2009 erzielte **Materialaufwandsquote** in Höhe von 59,5 % der Gesamtleistung verschlechterte sich von 58,7 % im Vorjahr um 0,8 Prozentpunkte. Im Umkehrschluss fiel damit die realisierte Nettowareneinsatzmarge des Unternehmens von 41,3 % 2008 auf 40,5 % 2009.

Hauptgründe der tendenziell leicht gefallenene Einkaufsmarge sind die auf starkes Wachstum ausgerichtete Preis- und Erlöschmälerungspolitik des Unternehmens wie auch eine leichte Kaufzurückhaltung im Premiumsegment des Bereichs Futter in der ersten Jahreshälfte. Ein weiterer gegenläufiger Trend im Berichtsjahr war die sich negativ auswirkende Entwicklung des britischen Pfund Sterling. Hier konnten nicht alle sich durch fallende Pfundkurse real verschlechternde Euroerlöse durch Anpassung lokaler Preise im Vereinigten Königreich zeitgleich kompensiert werden. Zu Ende des Jahres zeichnete sich margenseitig eine deutliche Erholung ab.

Materialaufwandsquote



Aufwendungen für Leistungen an Arbeitnehmer (Personalaufwand)

Die Leistungen an Arbeitnehmer stiegen von 4,2 Mio. EUR 2008 auf 6,6 Mio. EUR 2009 – dem entspricht eine leicht verschlechterte **Personalaufwandsquote** in Höhe von 5,1 % (bezogen auf die Gesamtleistung) gegenüber 4,9 % im Vorjahr. Zum Jahresende 2009 waren bei zooplus 108 Mitarbeiter beschäftigt (79 Mitarbeiter zum Ende 2008).

Aufwand für planmäßige Abschreibungen

Der Aufwand für planmäßige Abschreibungen stieg von 0,4 Mio. EUR 2008 auf 0,5 Mio. EUR im Geschäftsjahr.

*Aufwand für Kosten der Warenabgabe
(Logistik und Distribution)*

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 Kosten der Logistik und Distribution. Dieser Bereich ist das zooplus-Äquivalent der Filialkosten und sonstigen Verteilkosten des stationären Handels.

Der Aufwand für die Kosten der Warenabgabe stieg von 17,6 Mio. EUR 2008 auf 28,5 Mio. EUR 2009, was einem leichten prozentualen Anstieg (bezogen auf die Gesamtleistung) auf 21,9% entspricht.

Ein wichtiger Meilenstein im Bereich Logistik war die Eröffnung des zweiten, ebenfalls outgesourceten, internationalen Distributionszentrums in Tilburg / Niederlande im vierten Quartal 2009. Dies erhöht die logistische Gesamtkapazität des Unternehmens auf rund 300 Mio. EUR Gesamtsatz und stellt einen entscheidenden Baustein hin in Richtung europäisches Wachstum dar. Dies wird im folgenden Abschnitt „Aufwendungen EU-Logistikzentrum“ detailliert dargestellt. Die Gesamtkosten der Warenabgabe fallen hierbei hauptsächlich in die Bereiche Distribution (z. B. Paket-Dienstleister), Verpackung sowie variable und fixe Kosten der Distributionszentren und sind deshalb weitgehend variabel zum Umsatz der Gesellschaft.

Aufwand für Kosten der Werbung (Marketing)

Die Kosten für Werbung sind entschieden getrieben durch die Akquisition neuer Kunden 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, sonstige Online-Partnerschaften und Online-Direktmarketing. Darüber hinaus finden ergänzende Aktivitäten im Bereich des klassischen und nicht online-basierten Marketings statt. zooplus legt Wert darauf, dass alle **Kernkompetenzen** im

Bereich des Marketings im Unternehmen selbst vertreten sind, obgleich teilweise auch mit Drittparteien in der Durchführung von Projekten kooperiert wird.

Der Aufwand für die Kosten der Werbung stieg von 5,3 Mio. EUR 2008 auf 8,2 Mio. EUR 2009, was einer prozentualen Erhöhung (bezogen auf die Gesamtleistung) von 6,2 auf 6,3% entspricht. Die Erhöhung erfolgte bewusst im Rahmen der Gesamtstrategie des Unternehmens, alle wichtigen europäischen Märkte zu besetzen und kunden- wie umsatzseitig eine kritische Größe sowie die Marktführerschaft zu zementieren. Dies ist aus Sicht des Unternehmens langfristig vor dem Hintergrund des Ziels der nachhaltigen Steigerung des Unternehmenswerts betriebswirtschaftlich sinnvoll und notwendig.

Dies wird auch in der Steigerung der Anzahl neu akquirierter Kundenaccounts im In- und Ausland deutlich:

Neukundenaccounts

nach Jahren, in Tsd.	2005	2006	2007	2008	2009
Deutschland	100	116	201	263	362
International	8	43	101	209	344
Gesamt	108	159	302	472	706

Aufwand für Kosten des Zahlungsverkehrs

Der Aufwand für die Kosten des Zahlungsverkehrs stieg von 0,8 Mio. EUR in 2008 auf 1,3 Mio. EUR in 2009, was hauptsächlich durch die steigenden Kosten der Abwicklung der internationalen Kreditkartenzahlungen begründet ist.

Andere Aufwendungen

Andere Aufwendungen zusätzlich zu den oben geschilderten Bereichen Warenabgabe, Werbung und Zahlungsverkehr umfassten im Berichtszeitraum vor allem die Bereiche Kundenservice, Raumkosten, allgemeine Verwaltungskosten, Technologie und sonstige im Rahmen der normalen Geschäftstätigkeit angefallenen Aufwendungen.

Aufwendungen EU-Logistikzentrum

Die Gesellschaft hat zu Anfang Oktober 2009 ihre neue internationale Logistik in Tilburg / Niederlande eröffnet. Dies verdoppelt die Logistikkapazität des Unternehmens von circa 150 Mio. EUR (Standort Staufenberg / Deutschland) auf rund 300 Mio. EUR und ist damit ein wichtiger Baustein für die weitere Expansion des Unternehmens. Im Rahmen der Eröffnung und Hochlaufphase fielen Sonderaufwendungen in Höhe von 1,7 Mio. EUR an. Diese umfassen Transport- und Einlagerungskosten, die Kosten des mehrmonatigen Probebetriebs, wie auch die Anlaufkosten der neuen internationalen Paketverteilungsstruktur. Für das Jahr 2010 erwartet zooplus keine weiteren Sonderaufwendungen im logistischen Bereich (wie auch generell).

Aufwendungen Börsengang / Umlistung Prime Standard

Die Umlistung des Unternehmens an den Regulierten Markt / Prime Standard der Frankfurter Wertpapierbörse fand am 20. Oktober 2009 statt. Das Unternehmen befand sich bereits seit Ende 2008 in der Vorbereitungsphase dieses Schrittes. In diesem Zusammenhang fielen Sonderaufwendungen in Höhe von 0,4 Mio. EUR an. Diese umfassten vor allem die Kosten des

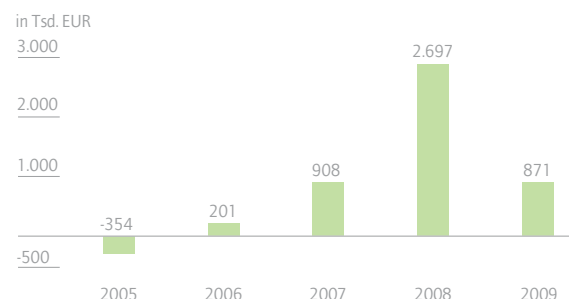
Listings an der Frankfurter Börse, die Vergütung der begleitenden Bank, die rechtsanwaltliche Beratung, wie auch die zugehörigen PR-Maßnahmen.

Finanzaufwendungen

Zur Finanzierung des Working Capitals nutzt die zooplus AG Kreditlinien seitens der Hausbank des Unternehmens sowie einer weiteren internationalen Großbank. Diese Finanzierungsfazilität umfasst insgesamt 12,0 Mio. EUR und wird nicht voll genutzt. Unterjährig schwankte die Nutzung zwischen maximal circa 2,5 Mio. EUR und 7 Mio. EUR. Hieraus erklären sich auch die Finanzaufwendungen (Zinskosten) des Unternehmens.

Steuerertrag

Für das Geschäftsjahr 2009 ergibt sich ein Steuerertrag in Höhe von 0,4 Mio. EUR. Der Betrag resultiert insbesondere aus der Aktivierung latenter Steuern auf Verluste.

EBIT vor Sonderaufwand**Ergebnisentwicklung***Ergebnis der laufenden Geschäftstätigkeit vor Sonderaufwand*

Das **Ergebnis der laufenden Geschäftstätigkeit vor Sonderaufwand**, d. h. vor den einmaligen Aufwendungen des neuen EU-Logistikzentrums wie auch den Aufwendungen des Börsengangs / Umlistung Prime Standard betrug insgesamt 0,9 Mio. EUR im Vergleich zu 2,7 Mio. EUR im Jahr 2008. Im Jahr 2008 umfasste der Sonderaufwand die Kosten des Börsengangs am Entry Standard der Frankfurter Wertpapierbörse.

Ergebnis der laufenden Geschäftstätigkeit

Das Ergebnis der laufenden Geschäftstätigkeit betrug im Berichtszeitraum -1,3 Mio. EUR gegenüber 0,7 Mio. EUR 2008 und damit circa -1 % der Gesamtleistung gegenüber 0,8 % 2008.

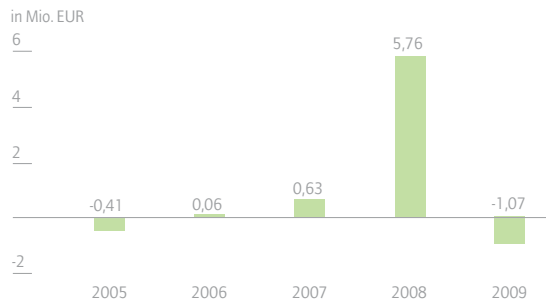
Negativen Einfluss hatten:

- Kosten der Neukundenakquisition im Bereich Marketing wie auch erhöhte Erlösschmälerungen im Rahmen der europäischen Expansion
- leichte Margenabschwächung vor allem in der ersten Jahreshälfte 2009
- Steigerung der sonstigen Aufwendungen und des Sonderaufwands, vor allem im Rahmen der Eröffnung des neuen EU-Logistikzentrums und des Börsengangs

Ergebnis vor Steuern

Das Ergebnis vor Steuern betrug im Berichtszeitraum -1,5 Mio. EUR gegenüber 0,6 Mio. EUR 2008 und betrug damit circa -1,2 % der Gesamtleistung gegenüber 0,8 % 2008.

Konzernergebnis



Konzernergebnis / Gesamtergebnis

Das Konzernergebnis wie auch das Gesamtergebnis betrug im Berichtszeitraum -1,1 Mio. EUR gegenüber 5,8 Mio. EUR im Vorjahr. Das Gesamtergebnis differiert nur leicht zum Konzernergebnis als Resultat von Unterschieden aus der Währungsumrechnung.

Vermögenssituation

Die langfristigen Vermögenswerte betragen zum Ende 2009 insgesamt 6,9 Mio. EUR gegenüber 5,9 Mio. EUR zum Ende des Jahres 2008. Hierbei entfielen rund 5,4 Mio. EUR auf aktive latente Steuern.

Die kurzfristigen Vermögenswerte stiegen im Berichtszeitraum auf 23,1 Mio. EUR zum Ende 2009 gegenüber 16,8 Mio. EUR zum 31. Dezember 2008 an. Hauptgrund hierfür ist die deutliche Erhöhung der Vorräte – bedingt durch die Ausweitung des Eigenmarkengeschäfts wie auch der bewussten Steigerung von Produktverfügbarkeit und Sortimentsbreite in allen europäischen Märkten.

Gerade in den Bereichen der allgemeinen Produktverfügbarkeit wie auch in den – längerfristigen Bezugszyklen unterliegenden – Eigenmarken sind ausreichende Lagerreichweiten entscheidender Treiber des generierten Umsatzes pro Kundenaccount wie auch der erfolgreichen Margenmaximierung.

Darüber hinaus stiegen im Rahmen des Wachstums des Unternehmens auch erwartungsgemäß die bilanziell erfassten Forderungen aus Lieferungen und Leistungen – dies jedoch deutlich

unterproportional zum erzielten **Umsatzwachstum**. Die Gesamtabschreibung auf diese Forderungen ist mit circa 1,5 % der Umsatzerlöse weiterhin auf konstant niedrigem Niveau.

Das **Eigenkapital** betrug zum Ende 2009 insgesamt 10,7 Mio. EUR gegenüber 9,9 Mio. EUR zum Ende des Jahres 2008. Die Eigenkapitalquote zum 31. Dezember 2009 betrug damit rund 36 %. Hervorzuheben ist dabei auch die Erhöhung des Eigenkapitals während des Geschäftsjahres durch die Ausübung von Aktienoptionen in Höhe von circa 1,88 Mio. EUR.

Die **Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen** betragen zum 31. Dezember 2009 7,3 Mio. EUR gegenüber 8,1 Mio. EUR zum Jahresende 2008. zooplus nutzt in der Regel die gewährten maximalen Zahlungsziele nur zu circa 20 bis 30 % aus, um daraus resultierende Konditions- und Margenverbesserungen zu erzielen. Dies erscheint aus betriebswirtschaftlicher Sicht wie auch vor dem Hintergrund der stabilen Finanzierungslage des Unternehmens sinnvoll. zooplus wird auch in Zukunft je nach Marktlage mögliche Skonti und Frühzahlerrabatte soweit wie möglich nutzen, um Margen- und Ertragspotenziale zu maximieren.

Die **Verbindlichkeiten** des Unternehmens bestehen im Mittel zu mehr als 90 % in Euro. Teilweise bestehen weitere Verbindlichkeiten – üblicherweise im 6-stelligen Bereich – in Britischem Pfund, GBP, sowie amerikanischem Dollar, USD. Ersteres ist bedingt durch die umsatzsteuerlichen Verpflichtungen des Unternehmens in Großbritannien, Letzteres die Folge des Warenbezugs im asiatischen Raum.

Die sonstigen Verbindlichkeiten und Finanzschulden nahmen im Berichtszeitraum von 4,6 Mio. EUR zum Ende des Jahres 2008 auf 11,7 Mio. EUR zum 31. Dezember 2009 zu. Dies ist hauptsächlich bedingt durch die im Rahmen des Wachstums notwendige Erweiterung der Betriebsmittelfinanzierung durch unsere Hausbanken sowie die Erhöhung der Verbindlichkeiten aus Umsatzsteuer zum Jahresende.

Die Fälligkeitsstruktur der Verbindlichkeiten lag durchgängig im kurzfristigen Bereich unter einem Jahr. Dies ist vor allen

Dingen durch die Art der wichtigsten Verbindlichkeitsposten, die da sind: Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie aus Umsatzsteuer.

Das Unternehmen nutzt keine derivativen Finanzinstrumente oder andere Hedging-Instrumente. Es werden auch keine außerbilanziellen Finanzierungsinstrumente genutzt.

Insgesamt betrug die **Bilanzsumme** des Unternehmens damit 29,9 Mio. EUR zum Ende des Berichtszeitraumes gegenüber 22,7 Mio. EUR zum 31. Dezember 2008.

Kapitalfluss, Liquidität und Finanzierungssituation

Der **Cash-Flow aus der laufenden Geschäftstätigkeit** betrug in 2009 -4,4 Mio. EUR gegenüber -0,7 Mio. EUR im Jahr 2008. Entscheidende Einflussfaktoren waren hierbei das operative Ergebnis des Gesamtjahres, die Anlaufkosten der neuen internationalen Logistik, die Kosten der Umlistung des Unternehmens auf den Prime Standard der Frankfurter Wertpapierbörse, wie auch die bewusste und deutliche Erhöhung der Lagerreichweiten.

Ebenfalls negativ war der **Cash-Flow aus Investitionstätigkeit** (-1,1 Mio. EUR 2009 gegenüber -0,6 Mio. EUR im Jahr 2008). Der Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit betrug 5,6 Mio. EUR 2009 gegenüber -0,7 Mio. EUR 2008.

Insgesamt unterliegt zooplus als Handelsunternehmen deutlichen Volatilitäten in bilanz- und Cash-Flow-relevanten Größen wie Lagerbestand, Verbindlichkeiten oder Umsatzsteuer. Dies führt zu einer im Vergleich zu den dargestellten Ergebnisgrößen deutlich höheren Fluktuation dieser Werte im Jahresverlauf.

Die Gesamtentwicklung der Liquidität im Jahresverlauf war hauptsächlich Resultat des starken Wachstums der Gesellschaft. Der operativ negative Cash-Flow ist dabei das Resultat aus einer deutlichen Steigerung der Lagerbestände und Kundenforderungen vor dem Hintergrund eines Gesamtwachstums des Unternehmens von mehr als 50% sowie einem operativ negativen Ergebnis nach Sondereffekten.

Die **verfügbare Liquidität** aus den dem Unternehmen zur Verfügung stehenden Kreditlinien war jedoch zu jedem Zeitpunkt deutlich höher, als es für die Sicherung des Geschäftsbetriebs nötig gewesen wäre. zooplus konnte im abgelaufenen Geschäftsjahr zu jedem Zeitpunkt alle Zahlungsverpflichtungen erfüllen.

Das Unternehmen verfügt über flexible Kreditlinien in Höhe von insgesamt 12,0 Mio. EUR seitens unserer Hausbanken Commerzbank und Deutsche Bank. Diese wurden im Laufe des Jahres von 3,0 Mio EUR auf 12,0 Mio. EUR erhöht. Die durchschnittliche Nutzung der Kreditlinien lag im abgelaufenen Jahr quartalsweise und saisonal geprägt zwischen 2,5 Mio. EUR und 7,0 Mio. EUR. Teilweise sind diese Kreditlinien durch Bestände und Forderungen sowie branchenübliche Eigenkapitalcovenants besichert. Insgesamt ist zu vermerken, dass zooplus mit Ausnahme der notwendigen Erfüllung der Finanzierungscovenants keinen besonderen Beschränkungen, welche die Verfügbarkeit von Finanzmitteln hätten beeinträchtigen können, unterliegt. Von einer Erfüllung der Covenants auch in den kommenden Jahren geht die Gesellschaft aus. Die Kreditlinien des Unternehmens sind jeweils Euribor- oder Eonia-indexiert und liegen im Gesamtzinsniveau inklusive Indexierungsaufschlag aktuell im unteren bis mittleren einstelligen Prozentbereich. Eine Erhöhung des aktuellen Zinsniveaus hätte naturgemäß auch eine Erhöhung der Finanzierungskosten des Unternehmens zur Folge, welche jedoch aus heutiger Sicht insgesamt beherrschbar sein sollten. Die Unternehmensleitung rechnet nicht mit einer signifikanten Änderung der Kreditkonditionen und Volumina.

Insgesamt sieht das Unternehmen sich vor dem Hintergrund des starken Eigenkapitals, der dynamischen Wachstumssituation und auch einer erwarteten deutlichen Verbesserung des Ergebnisses wie der bestehenden stabilen Finanzierungen im Fremdkapitalbereich gut gerüstet, erneut im kommenden Jahr ein starkes Wachstum mit den einhergehenden Effekten im **Working-Capital-Bereich** (hauptsächlich Lager und Kundenforderungen) finanzierungsseitig gut abbilden zu können.

Gesamtaussage zur wirtschaftlichen Lage

Mit einem Umsatzwachstum von über 53 % auf 1 23,2 Mio. EUR und einem operativ (vor Sonderaufwendungen im Rahmen des Umlistings der Gesellschaft an den Prime Standard der Frankfurter Wertpapierbörse wie auch den Kosten der Eröffnung des zweiten internationalen Distributionszentrums) positiven Ergebnis ist das Geschäftsjahr 2009 vor dem Hintergrund der gesamtkonjunkturellen Situation dennoch positiv verlaufen. Das durch die Sonderaufwendungen insgesamt negative Konzernergebnis betrug -1,1 Mio. EUR.

Nachtragsbericht

Nach Abschluss des Geschäftsjahres 2009 gab es keine Vorgänge von besonderer Bedeutung.

Risikobericht

Als international tätiger Konzern ist zooplus einem Wechselspiel unterschiedlichster **Risiken und Chancen** ausgesetzt. Die dynamische Erschließung und der Aufbau marktführender Positionen in den wichtigen europäischen Märkten sind die Kernelemente unseres unternehmerischen Handelns. Der Vorstand hat daher frühzeitig ein Risikomanagementsystem etabliert. Für die Identifizierung und Bewertung von Risiken sowie der daraus resultierenden Maßnahmen sind die einzelnen Funktionsbereiche des Unternehmens verantwortlich.

Wesentliche Einzelrisiken

Im Folgenden findet sich eine Auswahl der wichtigsten Risiken für die Geschäftstätigkeit des zooplus-Konzerns.

Strategische Risiken

Der Erfolg von zooplus hängt entscheidend von der anhaltenden Akzeptanz des Internets als Medium des Heimtierbedarfkaufs ab:

Sollte sich das Wachstum des Online-Handels insgesamt verlangsamen oder sogar der Online-Handelsmarkt insgesamt schrumpfen, wäre das Geschäftsmodell der zooplus AG direkt betroffen. Aus heutiger Sicht – und dies zeigen auch die aktuellen Wachstumsraten – zeigen alle Indikatoren jedoch an, dass dies nicht der Fall ist.

Durchschnittliche Ordergröße und Wiederkaufverhalten könnten sich in konjunkturell schwierigeren Phasen negativ verändern:

In rezessionärem Umfeld könnte sich das Kaufverhalten bestehender und neu gewonnener Kunden zu Ungunsten des Unternehmens verändern: Verzichten unsere Kunden auf den Kauf nicht unbedingt notwendiger Produkte außerhalb des Futterbereichs oder wechseln zu günstigeren Alternativprodukten oder Alternativenanbietern, so könnte sich dies insgesamt negativ auf zooplus auswirken. Die Tatsache, dass zooplus in der tiefsten jährlichen Rezession seit Ende des Zweiten Weltkrieges (2009) in der Gesamtleistung mit 52,4 % wachsen konnte sowie in allen wichtigen europäischen Märkten signifikant Kunden hinzugewinnen konnte, spricht jedoch eher für die anhaltende Attraktivität des Geschäftsmodells auch in wirtschaftlich schwierigerer Zeit.

Neue Wettbewerber könnten sich erfolgreich online etablieren und die Marktchancen von zooplus negativ beeinflussen:

zooplus besitzt heute eine klar marktführende Stellung in Deutschland und Europa. Sollte sich dies durch den Eintritt neuer Wettbewerber ändern, so hätte dies signifikante negative Auswirkungen auf zooplus in Umsatz und operativen Margen. Aus heutiger Sicht geht zooplus mittelfristig von einer Zunahme des Wettbewerbsniveaus aus. Dies sollte jedoch innerhalb eines weiterhin stark wachsenden E-Commerce-Marktes erfolgen. Des Weiteren geht zooplus aufgrund des existierenden Wettbewerbsvorsprungs davon aus, auch in Zukunft auf Basis operativ besserer Systeme und Prozesse nachhaltig die Marktführerschaft zu halten.

Operative Risiken

Die Stabilität der wichtigsten Geschäftssysteme im Bereich Informationstechnologie oder Logistik könnte durch unvorhergesehene Ereignisse gefährdet sein:

Der **operative Geschäftsbetrieb** des Unternehmens beruht entscheidend auf der kontinuierlichen Verfügbarkeit aller technischen Systeme. Sollte dies durch beispielsweise höhere Gewalt oder andere Systemfehler gefährdet sein, hätte dies insgesamt substantielle negative Auswirkungen auf zooplus. Die Stabilität der Geschäftssysteme in den letzten zehn Jahren des Geschäftsbetriebs deutet jedoch aus Sicht von zooplus darauf hin, dass dieses Risiko beherrschbar sein sollte. Außer-

dem setzt zooplus auf die Zusammenarbeit mit üblicherweise marktbedeutenden und zuverlässigen Partnern, was wiederum zu einer substanziellen Risikoreduktion führen sollte.

Der Verlust von **Schlüsselmitarbeitern** könnte den langfristigen Erfolg des Unternehmens gefährden:

zooplus vertraut in der Führung seiner Mitarbeiter und Abteilungen auf eine Reihe von wichtigen und nicht leicht ersetzbaren Schlüsselmitarbeitern. Sollten sich solche Mitarbeiter vom Unternehmen trennen, würde dies zumindest kurzfristig negative Auswirkungen auf den Geschäftserfolg des Unternehmens haben können. zooplus glaubt jedoch, dass die wichtigsten Mitarbeiter des Unternehmens insgesamt loyal an das Unternehmen gebunden sind und geht auch davon aus, dass im Falle des Verlustes bestimmter Führungspersonen diese mittelfristig auch adäquat ersetzt werden können.

Durch Fehleinschätzung der Nachfrage könnten Überbestände entlang der Lieferkette und im logistischen System entstehen:

Grundsätzlich kann es durch Dispositionsfehler zu Überbeständen in den Lagern der Gesellschaft kommen. Sollten diese schwer oder nicht verkäuflich sein, entstünde für die Gesellschaft erheblicher Schaden. Aufgrund der geringen Saisonalität wie auch der relativ hohen Vorhersehbarkeit kundenseitiger Absatzstrukturen sind aus Sicht des Unternehmens diese Risiken jedoch beherrschbar. Hinzu kommt, dass die durchschnittliche Haltbarkeit zooplus-typischer Produkte im ein- bis zweijährigen Bereich liegt, was gegebenenfalls einen forcierten Abverkauf von Langsamdrehern erheblich erleichtern dürfte.

Finanzwirtschaftliche Risiken

Die wesentlichen durch den Konzern verwendeten Finanzinstrumente umfassen Kontokorrentkredite, Operating-Leasing-Verhältnisse sowie Zahlungsmittel und kurzfristige Einlagen. Der Hauptzweck dieser **Finanzinstrumente** ist die kontinuierliche Deckung des Finanzmittelbedarfs und die Sicherstellung der finanziellen Flexibilität. Der Konzern verfügt über verschiedene weitere finanzielle Vermögenswerte (wie zum Beispiel Forderungen aus Lieferungen und Leistungen),

die unmittelbar im Rahmen seiner Geschäftstätigkeit entstehen. Derivative Finanzinstrumente bestehen nicht.

Das Unternehmen agiert international und ist damit substanziellen Fremdwährungsrisiken ausgesetzt:

zooplus operiert außerhalb des Euroraumes auch in **Fremdwährungsmärkten**. Wichtigste Fremdwährungen sind das britische Pfund, GBP, sowie der amerikanische Dollar, USD. Da das Unternehmen bisher nicht mit Hedging-Instrumenten arbeitet, ergeben sich Währungskursrisiken im Einkauf wie auch im Produktverkauf. Das Unternehmen versucht zunehmend, diese Risiken durch lokalen Produktverkauf in Fremdwährungszonen einzuschränken. Gleichzeitig überprüft das Unternehmen regelmäßig die Sinnhaftigkeit möglicher Hedging-Instrumente, die gegebenenfalls zum Einsatz kommen könnten.

Der Forderungsausfall des Unternehmens könnte in wirtschaftlich schwieriger Zeit zunehmen:

In wirtschaftlich schwierigeren Zeiten ist zooplus möglicherweise auch von erhöhtem Kreditausfall seiner Kunden betroffen. Es kann nicht ausgeschlossen werden, dass sich hieraus nachhaltige Risiken für das Geschäftsmodell der zooplus AG ergeben. In der Vergangenheit blieb der Gesamtforderungsausfall in der Regel um oder unter 1,5 % der Umsätze des Unternehmens. Aus heutiger Sicht zeichnet sich – bedingt unter anderem durch das strikte Bonitätsprüfungssystem des Unternehmens – keine Verschlechterung ab.

Der Zugang des Unternehmens zum Kreditmarkt könnte erschwert oder verwehrt werden:

Obwohl zooplus gegenwärtig keinerlei Einschränkungen in der Fremdfinanzierung unterliegt, könnten sich diese Möglichkeiten bedingt durch weitere Banken- und/oder Finanzkrisen einschränken. Aus heutiger Sicht geht zooplus jedoch nicht davon aus, dass dies kurz- oder mittelfristig der Fall sein sollte.

Das bestehende Zinsniveau könnte ansteigen und bestehende Fremdkapitalfinanzierungen teurer machen:

Die wichtigsten Finanzierungslinien der Gesellschaft sind Euribor- bzw. Eonia-indexiert. Ein allgemeines Ansteigen

des Zinsniveaus – auch im Interbankengeschäft – könnte zu einer deutlichen Erhöhung der Finanzierungskosten des Unternehmens führen.

Gesamtaussage zur Risikosituation

Vor dem Hintergrund der positiven Gesamtentwicklung des Unternehmens erscheinen aus heutiger Sicht sowohl Risiken als auch Gefährdungspotenziale begrenzt und kontrollierbar. Systeme und Prozesse im Bereich des **Risikomanagements** haben sich bewährt. Gegenwärtig und in absehbarer Zeit existieren aus Sicht des Unternehmens keine bestandsgefährdenden Einzelrisiken. Auch gefährden die Einzelrisiken in Summe nicht den Fortbestand unseres Unternehmens.

Wesentliche Merkmale des internen Kontrollsystems und des Risikomanagementsystems im Hinblick auf den Rechnungslegungsprozess

Die wesentlichen Merkmale des im zooplus-Konzern bestehenden internen Kontrollsystems und des Risikomanagementsystems im Hinblick auf den Rechnungslegungsprozess können wie folgt beschrieben werden:

Der zooplus-Konzern zeichnet sich durch eine klare Organisations-, Unternehmens- sowie **Kontroll- und Überwachungsstruktur** aus. Zur ganzheitlichen Analyse und Steuerung ertragsrelevanter Risikofaktoren und bestandsgefährdender Risiken existieren unternehmensweit abgestimmte Planungs-, Reporting-, Controlling- sowie Frühwarnsysteme und -prozesse. Die Funktionen in sämtlichen Bereichen des Rechnungslegungsprozesses (z. B. Finanzbuchhaltung und Controlling) sind eindeutig zugeordnet. Aufgrund ihrer Größe verzichtet zooplus auf eine separate Revisionsabteilung.

Die im Rechnungswesen eingesetzten IT-Systeme sind gegen unbefugte Zugriffe geschützt. Im Bereich der eingesetzten Finanzsysteme wird überwiegend auf Standardsoftware (Diamant) und eigenentwickelte Software zurückgegriffen.

Ein adäquates internes Risikomanagementsystem ist umgesetzt. Vollständigkeit und Richtigkeit von Daten des Rechnungswesens werden regelmäßig anhand von Stichpro-

ben und Plausibilitäten sowohl durch manuelle Kontrollen als auch durch die eingesetzte Software überprüft. Wesentliche rechnungslegungsrelevante Prozesse unterliegen regelmäßigen analytischen Prüfungen. Das bestehende unternehmensweite Risikomanagementsystem wird kontinuierlich an aktuelle Entwicklungen angepasst und fortlaufend auf seine Funktionsfähigkeit überprüft.

Der Aufsichtsrat befasst sich unter anderem mit wesentlichen Fragen der Rechnungslegung, des Risikomanagements, des Prüfungsauftrages und dessen Schwerpunkten.

Das interne Kontroll- und Risikomanagementsystem im Hinblick auf den Rechnungslegungsprozess stellt sicher, dass unternehmerische Sachverhalte bilanziell richtig erfasst, aufbereitet und gewürdigt und so in die externe Rechnungslegung übernommen werden.

Die klare Organisations-, Unternehmens- sowie Kontroll- und Überwachungsstruktur sowie die hinreichende Ausstattung des Rechnungswesens in personeller und materieller Hinsicht stellen die Grundlage dar für ein effizientes Arbeiten der an der Rechnungslegung beteiligten Bereiche und Personen. Gesetzliche und unternehmensinterne Vorgaben und Leitlinien sorgen für einen einheitlichen und ordnungsgemäßen Rechnungslegungsprozess. Die klar definierten Überprüfungsmechanismen innerhalb der an der Rechnungslegung selbst beteiligten Bereiche sowie die Überprüfung durch das **interne Controlling** und eine frühzeitige Risikoerkennung durch das Risikomanagement gewährleisten eine fehlerfreie Rechnungslegung.

Das interne Kontroll- und Risikomanagementsystem des zooplus-Konzerns stellt sicher, dass die Rechnungslegung des zooplus-Konzerns im Einklang mit den rechtlichen und gesetzlichen Vorgaben sowie internen Leitlinien steht. Insbesondere hat das unternehmenseinheitliche Risikomanagementsystem, das vollumfänglich den gesetzlichen Anforderungen entspricht, die Aufgabe, Risiken rechtzeitig zu erkennen, zu bewerten und angemessen zu kommunizieren. Dadurch werden dem Berichtsadressaten zutreffende, relevante und verlässliche Informationen zeitnah zur Verfügung gestellt.

Prognosebericht

Die konjunkturellen volkswirtschaftlichen Rahmenbedingungen werden sich 2010 und 2011 gegenüber 2009 vermutlich leicht verbessern. Für unsere Industrie als Ganzes gehen wir für 2010 und 2011 deshalb von leicht steigenden Gesamtumsätzen aus. Es ist damit zu rechnen, dass dies auch zu einer gewissen Entlastung im Bereich Preis und Marge führen und insgesamt positive Auswirkungen auf zooplus zeitigen wird.

Unabhängig davon gehen wir jedoch davon aus, dass sich die Bedeutung des Internets als Absatzkanal auch in den kommenden Jahren signifikant zunehmen wird. Hiervon wird auch zooplus deutlich profitieren.

Insgesamt **erwarten** wir als Resultat dieser beiden gegenläufigen Trends folgende Resultate **für das Geschäftsjahr 2010**:

- Steigerung der Gesamtleistung um 35 bis 40% von 130 Mio. EUR auf 175 Mio. EUR bis 180 Mio. EUR
- Steigerung des Ergebnisses vor Steuern auf einen niedrigen bis mittleren einstelligen positiven Millionenbetrag

Für das Folgejahr 2011 gehen wir von folgenden Szenarien aus:

- Weitere Steigerung der Umsätze innerhalb des bestehenden Wachstumskorridors des Unternehmens
- Überproportionale Steigerung des Ergebnisses vor Steuern gegenüber 2010

Zur voraussichtlichen Entwicklung wesentlicher Faktoren im Bereich Umsatz und Aufwand:

- Wir erwarten eine deutliche Steigerung der Umsätze in allen europäischen Märkten auf Basis einer insgesamt deutlich steigenden Zahl von aktiven Kunden (Neu- und Altkunden) für die kommenden beiden Geschäftsjahre 2010 und 2011
- Wir erwarten für 2010 und 2011 jeweils eine leichte Steigerung der Einkaufsbruttomarge bezogen auf Umsatz und Gesamtleistung
- Wir gehen davon aus, dass sich die Logistikkosten im Vergleich zum Umsatz 2010 leicht erhöhen werden. Dies ist

vor allem bedingt durch den **Fixkosteneffekt** des zweiten Logistikstandorts in Tilburg/Niederlande, der 2010 zu einem Anstieg fixer Kosten in Höhe von rund 1,5% der Gesamtleistung führen wird. Dieser Trend wird 2011 durch substantielle Skalierungseffekte der Logistik Tilburg wieder rückläufig sein. Langfristig erwarten wir hiervon jedoch eine deutliche Senkung der internationalen Distributionskosten sowie eine nachhaltige Optimierung internationaler Paketlaufzeiten

- Aufgrund der geplanten Pro-rata-Steigerung im Bereich der Neukundenakquisition im Verhältnis zur Gesamtleistung gehen wir für 2010 von konstanten Marketingkosten im Verhältnis zur Gesamtleistung aus. Wir planen für 2010 eine **Akquisitionsleistung** von circa 950.000 neuen Kundenaccounts (gegenüber circa 700.000 neuen Accounts 2009). Diese zukunftsorientierte Neukundenakquisition stellt aus Unternehmenssicht einen entscheidenden Baustein auf dem Weg zu nachhaltig kritischer Unternehmensgröße und europäischer Marktführerschaft dar
- Wir gehen von der Realisierung substantieller Skaleneffekte im Bereich Personal, Technologie und den sonstigen betrieblichen Aufwendungen aus

Wie in den Vorjahren gilt auch 2010 und 2011 das Primat des Wachstums für zooplus. Aus Unternehmenssicht ist entscheidend, dass sich zooplus weiterhin als klarer europäischer Marktführer im Online-Heimtierhandel positionieren kann und in den wichtigen Kernmärkten seine Position weiter ausbauen wird. Wir werden deshalb zooplus auch 2010 und 2011 klar wachstumsorientiert führen und sehen diese Strategie auch als sinnvoll an, um den relativen Vorsprung gegenüber unserem Wettbewerb auszubauen.

Mittelfristiges Ziel ist die Erreichung der 300-Millionen-Euro-Marke im gesamteuropäischen Umsatz bei **Vorsteuerrenditen** im Bereich zwischen 6,0 und 8,0%.

Vergütungsbericht

Für die Festlegung der Struktur des Vergütungssystems sowie der Vorstandsvergütung der einzelnen Vorstandsmitglieder ist der Aufsichtsrat zuständig. Er überprüft die Vergütungsstruktur regelmäßig auf ihre Angemessenheit. Die Bezüge des Vorstands setzen sich aus drei Komponenten zusammen:

- erfolgsunabhängige, monatlich ausgezahlte Grundvergütung
- erfolgsabhängige Gehaltsbestandteile
- variabler Komponenten mit langfristiger Anreizwirkung

Die Gesamtvergütung des Vorstands bezogen auf alle Komponenten betrug im Geschäftsjahr 2009 1.286 TEUR. Davon entfielen rund 55 % auf die erfolgsunabhängige Grundvergütung. Die erfolgsabhängigen Bestandteile richten sich nach der Steigerung des Konzern-EBIT sowie der jährlichen Steigerung der konsolidierten Gesamtleistung des Unternehmens. Diese betragen 2009 rund 43 % der Gesamtvergütung. Auszahlungsvoraussetzung ist ein positives operatives Gesamtergebnis vor bestimmten Sondereffekten. Aktienoptionsprogramme stellen Komponenten mit langfristiger Anreizwirkung dar. Die Kosten dieses Vergütungsbereichs betragen 2009 rund 2 % des Gesamtaufwandes.

Die Mitglieder des Vorstands erhielten im Jahr 2009 des Weiteren Reisekostenvorschüsse sowie Vorschüsse auf Tantiemen. Die Gesellschaft verzichtet auf eine individualisierte Aufschlüsselung der Bezüge innerhalb des Vorstands. Für die Angaben nach § 314 Abs. 1 Nr. 6a Satz 5 bis 8 HGB wurde der Vorstand mit Beschluss der Hauptversammlung vom 27. April 2007 befreit. Weitere Details der **Vergütungsstrukturen** finden sich im Anhang des Abschlusses.

Die Mitglieder des Aufsichtsrats erhalten eine erfolgsunabhängige, jährlich ausgezahlte Vergütung.

Übernahmerechtliche Angaben (§ 315 Abs. 4 HGB)

Zusammensetzung des gezeichneten Kapitals

Das gezeichnete Kapital setzt sich zum 31. Dezember 2009 aus 2.561.755 auf den Inhaber lautende Stammaktien ohne Nennbetrag (Stückaktien) zusammen – jeweils mit einem anteiligen Betrag am Grundkapital von 1,00 EUR pro Aktie.

Beschränkungen, die Stimmrechte oder die Übertragung von Aktien betreffend

Die Aktionäre der zooplus AG sind in ihrer Entscheidung, Aktien zu erwerben oder zu veräußern, weder durch deutsche Gesetze noch durch die Satzung der Gesellschaft beschränkt. Es gelten ausschließlich die gesetzlichen Stimmrechtsverbote.

10 % der Stimmrechte überschreitende Kapitalbeteiligungen

Zum Stand 31. Dezember 2009 überschreiten folgende Aktionäre 10 % der Stimmrechte:

Burda Digital Ventures GmbH
 BDV Beteiligungen GmbH & Co. KG
 European E-Commerce Fund B LP

Es gibt weder Aktien mit Sonderrechten noch besteht eine Beteiligung von Arbeitnehmern am Kapital, aus der die Arbeitnehmer ihre Kontrollrechte nicht unmittelbar ausüben können.

Ernennung und Abberufung der Vorstandsmitglieder, Satzungsänderungen

Die Ernennung und Abberufung der Mitglieder des Vorstands bestimmt sich nach §§ 84 ff. AktG. Die Änderung der Satzung regelt sich nach §§ 179 ff. AktG.

Befugnisse des Vorstands zur Aktienaussgabe und zum Aktienrückkauf

Der Vorstand ist durch Beschluss der Hauptversammlung vom 25. April 2008 ermächtigt, das Grundkapital der Gesellschaft mit Zustimmung des Aufsichtsrats bis zum 24. April 2013 um bis zu insgesamt 1.193.075,00 EUR gegen Bar- und/oder

Übernahmerechtliche Angaben

Sacheinlagen durch Ausgabe von neuen, auf den Inhaber lautenden Stückaktien mit einem rechnerischen Anteil am Grundkapital von 1,00 EUR je Aktie zu erhöhen.

Den Aktionären ist grundsätzlich ein Bezugsrecht einzuräumen. Der Vorstand ist jedoch ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats das gesetzliche Bezugsrecht der Aktionäre in folgenden Fällen auszuschließen:

- (1) Für Spitzenbeträge
- (2) Um die neuen Aktien im Zusammenhang mit einer Zulassung sämtlicher Aktien an der Gesellschaft an einem organisierten Markt zu platzieren
- (3) Wenn die Kapitalerhöhung gegen Bareinlagen erfolgt und der auf die neuen Aktien, für die das Bezugsrecht ausgeschlossen wird, insgesamt entfallende anteilige Betrag des Grundkapitals 10 % des Grundkapitals nicht übersteigt und der Ausgabebetrag der neuen Aktien den Börsenpreis der bereits an einer Börse gehandelten Aktien gleicher Gattung und Ausstattung zum Zeitpunkt der endgültigen Festlegung des Ausgabetrags durch den Vorstand nicht wesentlich unterschreitet
- (4) Soweit dies erforderlich ist, um Inhabern von Options- und/oder Wandlungsrechten bzw. -pflichten aus Schuldverschreibungen, die von der zooplus AG oder deren Tochtergesellschaften ausgegeben werden, ein Bezugsrecht auf neue Aktien in dem Umfang zu gewähren, wie es ihnen nach Ausübung der Options- und/oder Wandlungsrechte bzw. Erfüllung der Wandlungspflichten zusteht
- (5) Bei Kapitalerhöhungen gegen Sacheinlagen zur Gewährung von Aktien im Rahmen von Unternehmenszusammenschlüssen und zum Zweck des Erwerbs von Unternehmen, Unternehmensteilen oder Beteiligungen an Unternehmen.

Der Vorstand ist ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats die weiteren Einzelheiten der Durchführung von Kapitalerhöhungen aus dem Genehmigten Kapital 2008 festzulegen. Der Aufsichtsrat ist ermächtigt, die Fassung der Satzung nach vollständiger oder teilweiser Durchführung der Erhöhung des Grundkapitals aus dem Genehmigten Kapital

2008 oder nach Ablauf der Ermächtigungsfrist entsprechend dem Umfang der Kapitalerhöhung aus dem Genehmigten Kapital 2008 anzupassen.

Die Hauptversammlung der zooplus AG vom 26. Juni 2009 hat den Vorstand bis zum 15. Dezember 2010 ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats eigene Aktien der Gesellschaft im Umfang von bis zu insgesamt 10 % des Grundkapitals zu erwerben, mit der Maßgabe, dass auf die aufgrund dieser Ermächtigung erworbenen Aktien zusammen mit anderen Aktien der Gesellschaft, welche die Gesellschaft jeweils besitzt oder der Gesellschaft zuzurechnen sind, zu keinem Zeitpunkt mehr als 10 % des Grundkapitals der Gesellschaft entfallen. Die Gesellschaft und ihre Tochtergesellschaften halten derzeit keine Aktien an der zooplus AG.

Die Ermächtigung kann zu allen gesetzlich zulässigen Zwecken ausgeübt werden. Ein Handel in eigenen Aktien darf nicht erfolgen. Die Ermächtigung kann ganz oder in Teilen, im letzteren Fall auch mehrmals, ausgeübt werden. Der Erwerb kann innerhalb des Ermächtigungszeitraums bis zur Erreichung des maximalen Erwerbsvolumens in Teiltranchen, verteilt auf verschiedene Erwerbszeitpunkte, erfolgen.

Der Erwerb erfolgt unter Wahrung des Gleichbehandlungsgrundsatzes (§ 53a AktG) über die Börse oder mittels eines an alle Aktionäre gerichteten öffentlichen Kaufangebots. Erfolgt der Erwerb der Aktien über die Börse, darf der von der Gesellschaft gezahlte Gegenwert je Stückaktie (ohne Erwerbsnebenkosten) den volumengewichteten Durchschnittskurs der Aktie der Gesellschaft im Xetra-Handel an der Frankfurter Wertpapierbörse während der letzten fünf Börsenhandelstage vor dem Tag der Eingehung der Verpflichtung zum Erwerb der Aktien um nicht mehr als 5 % überschreiten und um nicht mehr als 5 % unterschreiten. Erfolgt der Erwerb über ein an alle Aktionäre gerichtetes öffentliches Kaufangebot, dürfen der gebotene Kaufpreis oder die Grenzwerte der gebotenen Kaufpreisspanne je Aktie den volumengewichteten Durchschnittskurs der Aktie der Gesellschaft im Xetra-Handel an der Frankfurter Wertpapierbörse während der letzten fünf Börsenhandelstage vor dem Tag der Veröffentlichung des Angebots,

um nicht mehr als 10 % überschreiten und um nicht mehr als 10 % unterschreiten. Das Volumen des Angebots kann begrenzt werden. Sofern die Gesamtzahl der angedienten Aktien dieses Volumen überschreitet, kann der Erwerb nach dem Verhältnis der angedienten Aktien erfolgen; darüber hinaus können eine bevorrechtigte Annahme geringer Stückzahlen bis zu 100 Stück angedienter Aktien je Aktionär sowie zur Vermeidung rechnerischer Bruchteile von Aktien eine Rundung nach kaufmännischen Grundsätzen vorgesehen werden.

Das bedingte Kapital betrug zum Jahresende insgesamt 44.145,00 EUR. Das bedingte Kapital unterlegt Rechte auf den Bezug von bis zu 44.145 auf den Inhaber lautende Stückaktien und dient der Sicherung von Bezugsrechten aus Aktienoptionen.


Sonstiges

Die Erklärung zur Unternehmensführung gemäß § 289a HGB erfolgt auf der Website des Unternehmens im Bereich Investor Relations unter:

<http://investors.zooplus.com/de/ir>

Gesamtaussage

Der europäische Online-Heimtiermarkt wird weiter und nachhaltig wachsen und an Attraktivität gewinnen. Der zooplus-Konzern ist hervorragend aufgestellt, um von diesen Entwicklungen überproportional profitieren zu können. Der Vorstand geht deshalb für 2010 von einer günstigen Geschäftsentwicklung aus.



Dr. Cornelius Patt
für den Vorstand der zooplus AG

München, 25. März 2010

Konzern-Bilanz

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

Konzern-Kapitalflussrechnung

Eigenkapitalpiegel

KONZERN-BILANZ ZUM 31. DEZEMBER 2009 NACH IFRS

Aktiva

in EUR	Anhang	31.12.2009	31.12.2008
A. LANGFRISTIGE VERMÖGENSWERTE			
I. Sachanlagen	7	715.625,76	617.976,05
II. Immaterielle Vermögenswerte	8	515.366,06	380.710,71
III. Sonstige finanzielle Vermögenswerte	9	253.699,12	0,00
IV. Aktive latente Steuern	10	5.388.324,73	4.925.571,12
Langfristige Vermögenswerte, gesamt		6.873.015,67	5.924.257,88
B. KURZFRISTIGE VERMÖGENSWERTE			
I. Vorräte	11	12.533.320,65	9.046.252,31
II. Geleistete Anzahlungen	12	371.509,24	545.535,66
III. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	13	5.623.836,98	4.162.587,35
IV. Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	14	2.990.847,08	2.571.722,54
V. Zahlungsmittel	15	1.546.197,18	465.235,72
Kurzfristige Vermögenswerte, gesamt		23.065.711,13	16.791.333,58
Bilanzsumme		29.938.726,80	22.715.591,46

Passiva

in EUR	Anhang	31.12.2009	31.12.2008
A. EIGENKAPITAL			
I. Gezeichnetes Kapital	16	2.561.755,00	2.406.020,00
II. Kapitalrücklage	16	22.284.758,36	20.556.046,46
III. Sonstige Rücklagen	16	-336,76	-402,18
IV. Ergebnis der Periode und Verlustvortrag	16	-14.156.209,91	-13.083.113,10
Eigenkapital, gesamt		10.689.966,69	9.878.551,18
B. LANGFRISTIGE SCHULDEN			
Passive latente Steuern	10	104.005,44	0,00
C. KURZFRISTIGE SCHULDEN			
I. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	18	7.261.023,01	8.065.705,53
II. Finanzschulden	19	6.119.070,19	1.203.057,45
III. Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	20	5.591.147,46	3.358.303,17
IV. Steuerschulden		73.014,01	144.074,13
V. Rückstellungen	21	100.500,00	65.900,00
Kurzfristige Verbindlichkeiten, gesamt		19.144.754,67	12.837.040,28
Bilanzsumme		29.938.726,80	22.715.591,46

KONZERN-GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG ZUM 31. DEZEMBER 2009 NACH IFRS

in EUR	Anhang	2009	2008
Umsatzerlöse	22	123.264.849,79	80.336.315,74
Sonstige Erträge	24	6.443.774,63	4.770.559,30
Gesamtleistung		129.708.624,42	85.106.875,04
Materialaufwand		-77.211.436,61	-49.952.043,03
Aufwendungen für Leistungen an Arbeitnehmer	23	-6.556.283,87	-4.171.050,35
davon zahlungswirksam		(-6.508.588,07)	(-4.082.227,62)
davon aktienbasiert und zahlungsunwirksam		(-47.695,8)	(-88.822,73)
Aufwand für planmäßige Abschreibungen	7, 8	-549.354,64	-380.547,25
Andere Aufwendungen	24	-44.520.504,85	-27.905.949,81
davon Kosten der Warenabgabe		(-28.471.051,74)	(-17.594.794,06)
davon Kosten für Werbung		(-8.170.296,93)	(-5.277.523,63)
davon Kosten für Zahlungsverkehr		(-1.279.409,03)	(-812.284,99)
Ergebnis aus der laufenden Geschäftstätigkeit vor Sonderaufwand		871.044,45	2.697.284,59
Aufwendungen EU-Logistikzentrum	24	-1.742.165,69	0,00
Aufwendungen Börsengang	24	-430.607,41	-1.992.936,72
Ergebnis aus der laufenden Geschäftstätigkeit		-1.301.728,65	704.347,87
Finanzerträge	24	163,54	20.549,07
Finanzaufwendungen	24	-198.850,93	-80.044,28
Ergebnis vor Steuern		-1.500.416,04	644.852,66
Ertragsteueraufwand	10	427.319,23	5.110.835,16
Konzernergebnis		-1.073.096,81	5.755.687,82
Unterschied aus Währungsumrechnung		65,42	-392,86
Gesamtergebnis		-1.073.031,39	5.755.294,96
Konzernergebnis je Aktie			
unverwässert	25	-0,44	2,41
verwässert	25	-0,44	2,29

KONZERN-KAPITALFLUSSRECHNUNG ZUM 31. DEZEMBER 2009 NACH IFRS

in EUR	Anhang	2009	2008
Cash-Flow aus der laufenden Geschäftstätigkeit			
Ergebnis vor Steuern aus der laufenden Geschäftstätigkeit		-1.500.416,04	644.852,66
Berichtigungen für:			
Abschreibungen auf das Anlagevermögen	7, 8	549.354,64	380.547,25
Zahlungsunwirksame Personalaufwendungen	17	47.695,80	88.822,73
Zahlungsunwirksame Aufwendungen für Börsengang	14	0,00	1.371.110,83
Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen		140.351,05	109.922,87
Zinsaufwendungen	24	198.850,93	80.044,28
Zinserträge	24	-163,54	-20.549,07
Veränderungen der:			
Vorräte		-3.487.068,34	-5.698.337,47
Geleisteten Anzahlungen		174.026,42	-175.552,32
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen		-1.461.249,63	-1.590.330,82
Sonstigen kurzfristigen Vermögenswerte		-419.124,54	-983.784,27
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		-804.682,52	4.931.066,11
Sonstigen Verbindlichkeiten		2.232.844,29	120.414,34
Rückstellungen		-36.460,12	22.500,00
Gezahlten Ertragsteuern		-2.485,32	-6.778,31
Erhaltenen Zinsen		163,54	20.549,07
Cash-Flow aus der laufenden Geschäftstätigkeit		-4.368.363,39	-705.502,12
Cash-Flow aus der Investitionstätigkeit			
Einzahlungen aus Abgängen von Gegenständen des Sachanlagevermögens / immateriellen Anlagevermögens		0,00	28.310,36
Auszahlungen für Finanzinvestitionen		-253.699,12	0,00
Auszahlungen für Sachanlageinvestitionen		-850.888,94	-578.539,79
Cash-Flow aus der Investitionstätigkeit		-1.104.588,06	-550.229,43

(Fortsetzung auf der nächsten Seite)

in EUR	Anhang	2009	2008
Cash-Flow aus der Finanzierungstätigkeit			
Einzahlung aus Kapitalerhöhung		1.836.751,10	28.612,70
Aufnahme von Darlehen		4.000.000,00	0,00
Tilgung von Darlehen		0,00	-610.233,64
Gezahlte Zinsen		-198.850,93	-80.044,28
Cash-Flow aus der Finanzierungstätigkeit		5.637.900,17	-661.665,22
Nettoveränderung der liquiden Mittel			
Zahlungsmittel zu Beginn der Periode		-737.821,73	1.179.574,94
Zahlungsmittel am Ende der Periode		-572.873,01	-737.821,73
Zusammensetzung des Finanzmittelbestandes am Ende der Periode			
Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten und Schecks	14	1.546.197,18	465.235,72
Kontokorrentverbindlichkeiten	18	-2.119.070,19	-1.203.057,45
Zahlungsmittel am Ende der Periode		-572.873,01	-737.821,73

EIGENKAPITALSPIEGEL ZUM 31. DEZEMBER 2009

in EUR	Gezeichnetes Kapital	Kapital- rücklage	Sonstige Rücklagen	Angesammelte Ergebnisse	Gesamt
Stand am 1. Januar 2009	2.406.020,00	20.556.046,46	-402,18	-13.083.113,10	9.878.551,18
Erhöhung aus Aktienoptionen	155.735,00	1.728.711,90	0,00	0,00	1.884.446,90
Währungsausgleichsposten	0,00	0,00	65,42	0,00	65,42
Jahresergebnis 2009	0,00	0,00	0	-1.073.096,81	-1.073.096,81
Stand am 31. Dezember 2009	2.561.755,00	22.284.758,36	-336,76	-14.156.209,91	10.689.966,69
Stand am 1. Januar 2008	2.386.150,00	20.458.480,93	-9,32	-18.838.800,92	4.005.820,69
Erhöhung aus Aktienoptionen	19.870,00	97.565,53	0,00	0,00	117.435,53
Währungsausgleichsposten	0,00	0,00	-392,86	0,00	-392,86
Jahresergebnis 2008	0,00	0,00	0,00	5.755.687,82	5.755.687,82
Stand am 31. Dezember 2008	2.406.020,00	20.556.046,46	-402,18	-13.083.113,10	9.878.551,18

KONZERNANHANG

1. Informationen zum Unternehmen

Die zooplus AG (nachfolgend „Gesellschaft“) ist eine nach deutschem Recht errichtete, in ihrer Haftung beschränkte Aktiengesellschaft, deren Aktien seit 2008 öffentlich gehandelt werden. Sitz der Gesellschaft ist Sonnenstraße 15, 80331 München, Deutschland.

Die zooplus AG und ihre Tochterunternehmen sind in Deutschland und anderen europäischen Ländern im Online-Handel mit Heimtierprodukten tätig. Unter Heimtierbedarf sind im Wesentlichen Fertignahrung sowie Zubehör zu verstehen. Der Geschäftsbetrieb wird über das Internet abgewickelt.

Der Konzernabschluss wurde am 30. März 2010 durch den Vorstand zur Veröffentlichung freigegeben.

2. Grundlagen der Erstellung des Abschlusses

Der Konzernabschluss der zooplus AG und ihrer Tochterunternehmen (der „Konzern“) zum 31. Dezember 2009 wurde in Übereinstimmung mit § 315a HGB und den International Financial Reporting Standards (IFRS) des International Accounting Standard Board (IASB), wie sie in der Europäischen Union anzuwenden sind, aufgestellt.

Die Erstellung des Konzernabschlusses erfolgt mit Ausnahme der Neubewertung von bestimmten langfristigen Vermögenswerten und Finanzinstrumenten, die zum beizulegenden Zeitwert bewertet werden, grundsätzlich unter Anwendung des Anschaffungskostenprinzips. Die Gewinn- und Verlustrechnung ist nach dem Gesamtkostenverfahren aufgestellt worden.

Der Konzernabschluss wird in Euro, der funktionalen Währung und der Darstellungswährung des Konzerns, aufgestellt. Sofern nichts anderes angegeben ist, werden sämtliche Werte in ganzen Euro-Zahlen mit Cent-Angaben angeführt.

3. Grundsätze der Konsolidierung

Der Konzernabschluss umfasst den Abschluss der zooplus AG und ihrer Tochterunternehmen zum 31. Dezember eines jeden Geschäftsjahres. Die Abschlüsse der Tochterunternehmen werden unter Anwendung konzerneinheitlicher Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden zum gleichen Bilanzstichtag aufgestellt wie der Abschluss des Mutterunternehmens.

Tochtergesellschaften werden ab dem Erwerbszeitpunkt, d. h. ab dem Zeitpunkt, an dem der Konzern die Beherrschung erlangt, voll konsolidiert. Die Einbeziehung in den Konzernabschluss endet, sobald die Beherrschung durch das Mutterunternehmen nicht mehr besteht.

Die Kapitalkonsolidierung erfolgt nach der Erwerbsmethode. Dazu werden die im Rahmen eines Unternehmenszusammenschlusses identifizierbaren Vermögenswerte, Schulden und Eventualverbindlichkeiten bei der Erstkonsolidierung mit ihren beizulegenden Zeitwerten bewertet. Der Überschuss der Anschaffungskosten des Erwerbs über den Anteil des Konzerns an dem zum beizulegenden Zeitwert bewerteten Nettovermögen wird als Geschäftswert angesetzt. Ein solcher Geschäftswert besteht bei keinem der Tochterunternehmen.

Aufwendungen, Erträge, Forderungen und Verbindlichkeiten zwischen den einbezogenen Gesellschaften sowie Zwischengewinne aus konzerninternen Lieferungen von Vorräten und von immateriellen Vermögenswerten werden eliminiert. Auf ergebniswirksame Konsolidierungsvorgänge werden latente Steuern abgegrenzt.

Folgende Tochterunternehmen werden unverändert zum Vorjahr in den Konzernabschluss einbezogen:

Name	Kapitalanteil	Anteiliges Eigenkapital (IFRS) TEUR
Matina GmbH, München	100 %	24
Bitiba GmbH, München	100 %	36
zooplus services ltd., Oxford, Großbritannien	100 %	4

Die Abschlüsse der Tochterunternehmen werden unter Anwendung einheitlicher Rechnungslegungsmethoden für die gleiche Berichtsperiode aufgestellt wie der Abschluss des Mutterunternehmens.

Der Konzern ist zudem mit 49 % an der Logistic Services Center s.r.o. mit Sitz in der Tschechischen Republik beteiligt. Aufgrund der nur geringen Geschäftstätigkeit dieser Gesellschaft, die für die Vermittlung eines den tatsächlichen Verhältnissen entsprechenden Bildes der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns nur von untergeordneter Bedeutung ist, wird auf eine At-Equity-Bewertung verzichtet.

4. Bilanzierungs- und Bewertungsgrundlagen

Änderungen der Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Die angewendeten Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden entsprechen grundsätzlich den im Vorjahr angewandten Methoden. Daneben wurden die folgenden seit dem Geschäftsjahr 2009 erstmalig verbindlich anzuwendenden Standards und Interpretationen beachtet:

- Amendment zu IAS 1 (Darstellung des Jahresabschlusses)
- Amendment zu IAS 23 (Fremdkapitalkosten)
- Amendment zu IAS 32 und IAS 1 (Kündbare Finanzinstrumente und bei Liquidation entstehende Verpflichtungen)
- Amendment zu IFRS 1 und IAS 27 (Anschaffungskosten einer Beteiligung an einem Tochterunternehmen)
- Amendment zu IFRS 2 (Ausübungsbedingungen und Annullierungen)
- IFRS 7 (Finanzinstrumente: Angaben)
- IFRS 8 (Geschäftssegmente)
- IFRIC 13 (Kundenbindungsprogramme)
- IFRIC 14 (Begrenzung eines leistungsorientierten Vermögenswertes)
- IFRIC 15 (Vereinbarungen über die Errichtung von Immobilien)
- IFRIC 16 (Absicherung einer Nettoinvestition in einen ausländischen Geschäftsbetrieb)
- Jährliches Verbesserungsprojekt 2008

IFRS 8 hat derzeit keine Auswirkungen auf den Konzern, allerdings werden im Hinblick auf das Wachstum des Konzerns die Auswirkungen von IFRS 8 für die Zukunft analysiert. Die Änderungen des IAS 1 betreffen im Wesentlichen die Eigenkapitalveränderungsrechnung, die Gesamtergebnisdarstellung und die Bezeichnung der Abschlussbestandteile. In der Eigenkapitalveränderungsrechnung sind künftig ausschließlich anteilseignerbezogene Transaktionen gesondert darzustellen, alle nicht anteilseignerbezogenen Transaktionen mit Auswirkungen auf das Eigenkapital sind kumuliert in der Gesamtergebnisrechnung darzustellen. Die Änderung des IAS 1 wirkt sich im Konzern auf den Ausweis des Währungsausgleichspostens aus.

Gemäß IFRIC 13 sind Treuegutschriften für Kunden als separater Bestandteil der Umsatztätigkeit zu bilanzieren, im Rahmen derer sie gewährt wurden. Da der Konzern derzeit keine Kundenbonusprogramme gewährt, hat diese Interpretation keine Auswirkungen auf den Konzern.

Die Änderungen zum IFRS 2 betreffen Klarstellungen zur Definition von Ausübungsbedingungen sowie Regelungen zur vorzeitigen Beendigung von aktienorientierter Entlohnung. Der überarbeitete Standard stellt im Wesentlichen klar, dass Ausübungsbedingungen ausschließlich marktübliche Dienst- und Leistungsbedingungen sind. Er bestimmt außerdem, dass alle Annullierungen des Plans bilanziell gleich behandelt werden – unabhängig davon, ob die Annullierung vom Unternehmen selbst oder vom Mitarbeiter ausgegangen ist. Die Interpretation hat derzeit keine Auswirkungen auf den Konzern.

Die übrigen Änderungen haben derzeit keine Auswirkungen auf den Konzern.

Folgende bereits veröffentlichte Standards und Interpretationen, die erst nach dem 1. Januar 2009 in Kraft getreten sind, werden nicht angewendet:

- IFRS 3 (Unternehmenszusammenschlüsse)
- IAS 27 (Konzern- und separate Einzelabschlüsse nach IFRS)
- Amendment zu IAS 39 (Geeignete Grundgeschäfte)
- Amendment zu IFRS 7 (Verbesserung von Angaben)
- Amendment zu IAS 39 und IFRIC 9 (Eingebettete Derivate)
- IFRIC 17 (Sachdividenden an Gesellschafter)
- IFRIC 18 (Übertragung von Vermögenswerten von Kunden)
- IFRIC 19 (Tilgung finanzieller Verbindlichkeiten durch Eigenkapitalinstrumente)

Die neuen Rechnungslegungsverlautbarungen sowie die Verlautbarungen, die noch nicht umgesetzt wurden, haben keinen wesentlichen Einfluss auf den Konzernabschluss.

Folgende Standards und Interpretationen, die von der EU bislang noch nicht anerkannt wurden, werden ebenfalls nicht angewendet.

- IAS 24 (Nahestehende Personen)
- Amendment zu IFRS 1 (Ausnahmeregelungen für Erstanwender)
- Amendment zu IFRS 2 (Konzerninterne anteilsbasierte Vergütungen)
- IFRS 9 (Finanzinstrumente: Überarbeiten und Ersetzen aller bestehenden Standards: Klassifizierung und Bewertung)
- IFRIC 19 (Tilgung finanzieller Verbindlichkeiten durch Eigenkapitalinstrumente)
- Jährliches Verbesserungsprojekt 2009

Wesentliche Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Sachanlagen

Sachanlagen werden zu Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten abzüglich kumulierter planmäßiger Abschreibungen und/oder kumulierter Wertminderungsaufwendungen angesetzt.

Die Anschaffungs- und Herstellungskosten des Sachanlagevermögens beinhalten den Kaufpreis, Importzölle und sonstige nicht erstattungsfähige Steuern sowie alle direkt zurechenbaren Kosten, die entstehen, um den Vermögenswert in einen betriebsbereiten Zustand zu versetzen. Kaufpreisminderungen wie Rabatte, Boni und Skonti werden vom Kaufpreis abgezogen. Nachträglich anfallende Kosten wie Wartungs- und Instandhaltungskosten werden in der Periode, in der sie anfallen, aufwandswirksam erfasst. Wenn solche Kosten nachweislich zu einer Steigerung des zukünftigen wirtschaftlichen Nutzens führen, der aus dem Gebrauch des Vermögenswertes resultiert und der über dem ursprünglichen Leistungsvolumen liegt, werden die Kosten als nachträgliche Anschaffungs- und Herstellungskosten angesetzt.

Den planmäßigen linearen Abschreibungen liegt die geschätzte Nutzungsdauer der Vermögenswerte zugrunde, wobei eine Nutzungsdauer zwischen drei und zehn Jahren unterstellt wird. Wenn Sachanlagen veräußert werden oder ausscheiden, werden deren Anschaffungskosten und deren kumulierte Abschreibungen aus der Bilanz ausgebucht und der aus ihrem Verkauf resultierende Gewinn oder Verlust in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasst.

Der Abschreibungszeitraum und die -methode werden jährlich zum Ende eines Geschäftsjahres überprüft.

Erworbene und selbst erstellte immaterielle Vermögenswerte

Immaterielle Vermögenswerte werden bei der erstmaligen Erfassung im Erwerbzeitpunkt zu ihren Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten angesetzt. In den Folgeperioden werden immaterielle Vermögenswerte zu ihren Anschaffungs- oder Herstellungskosten abzüglich der kumulierten planmäßigen Abschreibungen und der kumulierten Wertminderungsaufwendungen bewertet. Aufwendungen für selbst geschaffene immaterielle Vermögenswerte werden mit Ausnahme von aktivierungsfähigen Entwicklungskosten erfolgswirksam in der Periode erfasst, in der sie anfallen. Entwicklungskosten eines einzelnen Projekts werden nur dann als immaterieller Vermögenswert aktiviert, wenn der Konzern Folgendes nachweisen kann:

- Die technische Realisierbarkeit der Fertigstellung des immateriellen Vermögenswerts, die eine interne Nutzung oder einen Verkauf des Vermögenswerts ermöglicht
- Die Absicht, den immateriellen Vermögenswert fertigzustellen und ihn zu nutzen oder zu verkaufen
- Wie der Vermögenswert einen künftigen wirtschaftlichen Nutzen erzielen wird
- Die Verfügbarkeit von Ressourcen für Zwecke der Fertigstellung des Vermögenswerts und
- Die Fähigkeit, die dem immateriellen Vermögenswert während seiner Entwicklung zuzurechnenden Ausgaben zuverlässig ermitteln zu können

Die Entwicklungskosten werden nach ihrem erstmaligen Ansatz, d. h. an dem Tag, an dem der immaterielle Vermögenswert die oben genannten Bedingungen erstmals erfüllt, unter Anwendung des Anschaffungskostenmodells, d. h. zu Anschaffungskosten abzüglich kumulierter Abschreibungen und kumulierter Wertminderungsaufwendungen bilanziert. Die Abschreibung beginnt mit dem Abschluss der Entwicklungsphase

und ab dem Zeitpunkt, ab dem der Vermögenswert genutzt werden kann. Die Abschreibung erfolgt über den Zeitraum, über den künftiger Nutzen zu erwarten ist. Während der Entwicklungsphase wird mindestens jährlich oder anlassbezogen ein Werthaltigkeitstest durchgeführt.

Immaterielle Vermögenswerte mit begrenzter Nutzungsdauer werden linear über die geschätzte Nutzungsdauer abgeschrieben. Der Abschreibungszeitraum und die -methode werden jährlich zum Ende eines Geschäftsjahres überprüft.

In den immateriellen Vermögenswerten sind die Aufwendungen für die Anschaffung von begrenzt nutzbarer Software ausgewiesen, sofern diese Aufwendungen nicht als Bestandteil der zugehörigen Hardware zu betrachten sind.

Die geschätzte Nutzungsdauer der immateriellen Vermögenswerte variiert zwischen drei und fünf Jahren.

Wertminderungen von Vermögenswerten des Anlagevermögens

Der Konzern beurteilt an jedem Bilanzstichtag, ob Anzeichen für eine Wertminderung von Gegenständen des Sachanlagevermögens sowie von immateriellen Vermögenswerten vorliegen. Liegen solche Anzeichen vor, nimmt der Konzern eine Schätzung des erzielbaren Betrags für den jeweiligen Vermögenswert vor. Kann der erzielbare Betrag für den einzelnen Vermögenswert nicht geschätzt werden, erfolgt die Schätzung des erzielbaren Betrags der Zahlungsmittel generierenden Einheit, zu welcher der Vermögenswert gehört. Übersteigt der Buchwert eines Vermögenswerts seinen erzielbaren Betrag, wird der Vermögenswert als wertgemindert betrachtet und auf seinen erzielbaren Betrag abgeschrieben. Der erzielbare Betrag eines Vermögenswerts ist der höhere der beiden Beträge aus beizulegendem Zeitwert eines Vermögenswerts abzüglich Veräußerungskosten und dem Nutzungswert. Der Nutzungswert ist der Barwert der erwarteten Erträge aus dem weiteren Gebrauch des Vermögenswertes und dem Verkaufswert am Ende der Nutzungsdauer. Der Nutzungswert wird für jeden Vermögenswert einzeln bzw. für die entsprechende zahlungsmittelgenerierende Einheit ermittelt.

Wertminderungsaufwendungen der fortzuführenden Geschäftsbereiche werden sofort erfolgswirksam in den Aufwandskategorien erfasst, die der Kostenart des wertgeminderten Vermögens entsprechen, es sei denn, der entsprechende Vermögenswert wird mit seinem Neubewertungsbetrag angesetzt. In einem solchen Fall wird der Wertminderungsaufwand als Verminderung der Neubewertungsrücklage behandelt.

Leasing

Die Feststellung, ob eine Vereinbarung ein Leasingverhältnis ist oder enthält, wird auf Basis des wirtschaftlichen Gehalts der Vereinbarung getroffen und erfordert eine Einschätzung, ob die Erfüllung der vertraglichen Vereinbarung von der Nutzung eines bestimmten Vermögenswerts abhängig ist und ob die Vereinbarung ein Recht auf die Nutzung des Vermögenswerts einräumt.

Finanzierungsleasing-Verhältnisse, bei denen im Wesentlichen alle mit dem Eigentum verbundenen Risiken und Chancen an dem übertragenen Vermögenswert auf den Konzern übertragen werden, lagen im Berichtsjahr 2009 nicht vor, so dass keine Finanzierungsleasing-Verhältnisse zu aktivieren waren.

Leasingzahlungen für Operating-Leasing-Verhältnisse, bei denen alle wesentlichen Risiken beim Leasinggeber verbleiben, werden linear über die Laufzeit des Leasing-Verhältnisses als Aufwand in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasst.

Finanzinvestitionen und andere finanzielle Vermögenswerte

Finanzielle Vermögenswerte im Sinne von IAS 39 werden entweder als finanzielle Vermögenswerte klassifiziert, die erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet werden, als Kredite und Forderungen, als bis zur Endfälligkeit gehaltene Finanzinvestitionen, als zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte oder als Derivate, die als Sicherungsinstrument designiert wurden und als solche effektiv sind. Die Kategorisierung hängt von der Art und dem Verwendungszweck der finanziellen Vermögenswerte ab und erfolgt bei Zugang.

Finanzielle Vermögenswerte, die als zu Handelszwecken gehalten klassifiziert sind, sind in der Kategorie „erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete finanzielle Vermögenswerte“ enthalten. Finanzielle Vermögenswerte werden als zu Handelszwecken gehalten klassifiziert, wenn sie für Zwecke der Veräußerung in der nahen Zukunft erworben werden. Derivative Finanzinstrumente werden auch als zu Handelszwecken gehalten klassifiziert, es sei denn, es handelt sich hierbei um Derivate, die als Sicherungsinstrument designiert wurden und als solche effektiv sind. Gewinne oder Verluste aus finanziellen Vermögenswerten, die zu Handelszwecken gehalten werden, werden erfolgswirksam erfasst. Zum 31. Dezember 2009 waren wie im Vorjahr keine finanziellen Vermögenswerte als erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet designiert.

Nicht derivative finanzielle Vermögenswerte mit festen oder zumindest ermittelbaren Zahlungsbeträgen und festen Fälligkeitsterminen werden als bis zur Endfälligkeit zu haltende finanzielle Vermögenswerte eingestuft, wenn der Konzern beabsichtigt und in der Lage ist, diese Vermögenswerte bis zur Fälligkeit zu halten. Finanzinvestitionen, die bis zur Endfälligkeit gehalten werden sollen, werden zu fortgeführten Anschaffungskosten – unter Anwendung der Effektivzinsmethode und etwaiger Wertminderungen – bewertet. Diese Methode nutzt einen Kalkulationszinssatz, mit dem geschätzte künftige Zahlungsmittelzuflüsse über die erwartete Laufzeit des finanziellen Vermögenswerts exakt auf den Nettobuchwert des finanziellen Vermögenswerts abgezinst werden. Gewinne und Verluste werden im Periodenergebnis erfasst, wenn die Finanzinvestitionen ausgebucht oder wertgemindert sind sowie im Rahmen von Amortisationen. Zum 31. Dezember 2009 waren wie im Vorjahr keine finanziellen Vermögenswerte als bis zur Endfälligkeit zu haltende finanzielle Vermögenswerte designiert.

Kredite und Forderungen sind nicht derivative finanzielle Vermögenswerte mit festen oder bestimmbareren Zahlungen, die nicht in einem aktiven Markt notiert sind. Nach der erstmaligen Erfassung werden diese Vermögenswerte zu fortgeführten Anschaffungskosten unter Anwendung der Effektivzinsmethode und etwaiger Wertminderungen bewertet. Gewinne und Verluste werden im Periodenergebnis erfasst, wenn die Kredite und Forderungen ausgebucht oder wertgemindert sind sowie im Rahmen von Amortisationen. Zum 31. Dezember 2009 wurden Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, sonstige kurzfristige Vermögenswerte und Zahlungsmittel dieser Kategorie zugeordnet.

Zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte sind jene nicht derivative finanzielle Vermögenswerte, die als zur Veräußerung verfügbar klassifiziert sind und solche, die nicht in eine der drei vorstehend genannten Kategorien eingestuft sind. Nach dem erstmaligen Ansatz werden zur Veräußerung gehaltene finanzielle Vermögenswerte zum beizulegenden Zeitwert bewertet, wobei nicht realisierte Gewinne oder Verluste in einer separaten Position des Eigenkapitals erfasst werden. Wenn ein solcher Vermögenswert ausgebucht wird, wird der zuvor im Eigenkapital erfasste kumulierte Gewinn oder Verlust erfolgswirksam erfasst. Wenn ein solcher Vermögenswert wertgemindert ist, wird der zuvor direkt im Eigenkapital erfasste kumulierte Verlust erfolgswirksam erfasst. Zum 31. Dezember 2009 wurden dieser Kategorie sonstige langfristige finanzielle Vermögenswerte zugeordnet. Die Bewertung erfolgte zu Anschaffungskosten.

Im Geschäftsjahr wurden keine Derivate als Sicherungsinstrumente verwendet.

Wertminderungen von finanziellen Vermögenswerten

Besteht ein objektiver Hinweis, dass eine Wertminderung bei mit fortgeführten Anschaffungskosten bilanzierten Krediten und Forderungen eingetreten ist, ergibt sich die Höhe des Verlusts als Differenz zwischen dem Buchwert des Vermögenswerts und dem Barwert der erwarteten künftigen Cash-Flows, abgezinst mit dem ursprünglichen Effektivzinssatz des finanziellen Vermögenswerts. Der Buchwert des Vermögenswerts wird um den Verlust reduziert. Der Verlustbetrag wird ergebniswirksam erfasst. Verringert sich die Höhe der Wertberichtigung in einer der folgenden Berichtsperioden und kann diese Verringerung objektiv auf einen nach der Erfassung der Wertminderung aufgetretenen Sachverhalt zurückgeführt werden, wird die früher erfasste Wertberichtigung rückgängig gemacht. Eine anschließende Wertaufholung wird ergebniswirksam erfasst, soweit der Buchwert des Vermögenswerts zum Zeitpunkt der Wertaufholung nicht die fortgeführten Anschaffungskosten übersteigt.

Bei Forderungen aus Lieferungen und Leistungen wird eine Wertberichtigung vorgenommen, wenn ein objektiver substantieller Hinweis vorliegt, dass der Konzern nicht in der Lage sein wird, die Forderungen einzuziehen.

Ist ein zur Veräußerung verfügbarer Vermögenswert in seinem Wert gemindert, wird ein im Eigenkapital erfasster Betrag in Höhe der Differenz zwischen den Anschaffungskosten und dem aktuellen beizulegenden Zeitwert – abzüglich etwaiger, bereits früher ergebniswirksam erfasster Wertberichtigungen dieses finanziellen Vermögenswerts – in die Gewinn- und Verlustrechnung umgebucht.

Vorräte

Die Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe sowie die Handelswaren werden mit dem niedrigeren Wert aus Anschaffungskosten und Nettoveräußerungswert bewertet. Die Anschaffungskosten ermitteln sich aus Anschaffungspreis zuzüglich Anschaffungsnebenkosten und abzüglich Anschaffungspreisminderungen. Der Nettoveräußerungswert ist der geschätzte, im normalen Geschäftsgang erzielbare Verkaufserlös abzüglich der geschätzten noch anfallenden Veräußerungskosten.

Aufgrund des hohen Lagerumschlags und der damit zusammenhängenden kurzen Lagerzeit der Handelswaren werden diese faktisch nach dem FIFO-Verfahren bewertet.

Zahlungsmittel

Die Zahlungsmittel umfassen Bankguthaben und Kassenbestände und werden mit ihrem Nominalwert angesetzt.

Eigenkapital

Fremd- und Eigenkapitalinstrumente werden entsprechend dem wirtschaftlichen Gehalt der Vertragsvereinbarung als finanzielle Verbindlichkeiten oder Eigenkapital klassifiziert. Ein Eigenkapitalinstrument ist ein Vertrag, der einen Residualanspruch an den Vermögenswerten eines Unternehmens nach Abzug aller dazugehörigen Schulden begründet. Eigenkapitalinstrumente werden zum erhaltenen Ausgabeerlös abzüglich direkt zurechenbarer Ausgabekosten erfasst. Ausgabekosten sind solche Kosten, die ohne die Ausgabe des Eigenkapitalinstruments nicht angefallen wären.

Finanzielle Verbindlichkeiten

Finanzielle Verbindlichkeiten im Sinne von IAS 39 werden entweder klassifiziert als finanzielle Verbindlichkeiten, die erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet werden (keine vorhanden), oder als Darlehen oder als Derivate, die als Sicherungsinstrumente designed wurden und als solche effektiv sind.

Bei der erstmaligen Erfassung von übrigen finanziellen Verbindlichkeiten werden diese mit dem beizulegenden Zeitwert der erhaltenen Gegenleistung nach Abzug der mit der Kreditaufnahme verbundenen Transaktionskosten bewertet. Nach der erstmaligen Erfassung werden die verzinslichen übrigen finanziellen Verbindlichkeiten anschließend unter Anwendung der Effektivzinsmethode zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertet. Gewinne und Verluste werden im Periodenergebnis erfasst, wenn die Schulden ausgebucht werden sowie im Rahmen von Amortisationen. Zum 31. Dezember 2009 wurden dieser Kategorie Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen, Finanzschulden und sonstige kurzfristige finanzielle Schulden zugeordnet.

Im Geschäftsjahr wurden keine Derivate als Sicherungsinstrumente verwendet.

Ausbuchung finanzieller Vermögenswerte und finanzieller Verbindlichkeiten

Ein finanzieller Vermögenswert wird ausgebucht, wenn eine der drei folgenden Voraussetzungen erfüllt ist:

- Die vertraglichen Rechte auf Cash-Flows aus einem finanziellen Vermögenswert sind erloschen
- Der Konzern behält die vertraglichen Rechte auf den Bezug von Cash-Flows aus finanziellen Vermögenswerten zurück, übernimmt jedoch eine vertragliche Verpflichtung zur Zahlung der Cash-Flows ohne wesentliche Verzögerungen an eine dritte Partei im Rahmen einer Vereinbarung, welche die Bedingungen in IAS 39.19 erfüllt („Passthrough Arrangement“)
- Der Konzern hat seine vertraglichen Rechte auf Cash-Flows aus einem finanziellen Vermögenswert übertragen und hat (a) im Wesentlichen alle Risiken und Chancen, die mit dem Eigentum am finanziellen Vermögenswert verbunden sind, übertragen oder hat (b) im Wesentlichen alle Risiken und Chancen, die mit dem Eigentum am finanziellen Vermögenswert verbunden sind, weder übertragen noch zurückbehalten, jedoch die Verfügungsmacht über den Vermögenswert übertragen

Eine finanzielle Verbindlichkeit wird ausgebucht, wenn die dieser Verbindlichkeit zugrunde liegende Verpflichtung erfüllt, aufgehoben oder erloschen ist.

Rückstellungen

Eine Rückstellung wird dann angesetzt, wenn der Konzern eine gegenwärtige (gesetzliche oder faktische) Verpflichtung aufgrund eines vergangenen Ereignisses besitzt, der Abfluss von Ressourcen mit wirtschaftlichem Nutzen zur Erfüllung der Verpflichtung wahrscheinlich und eine verlässliche Schätzung der Höhe der Verpflichtung möglich ist. Rückstellungen werden zu jedem Bilanzstichtag geprüft und an die jeweils beste Schätzung angepasst. Der Rückstellungsbetrag entspricht dem gegenwärtigen Wert der zur Erfüllung der Verpflichtung voraussichtlich notwendigen Aufwendungen. Ist die Wirkung des Zinseffekts wesentlich, werden Rückstellungen zu einem Zinssatz vor Steuern abgezinst, der gegebenenfalls die für die Schuld spezifischen Risiken widerspiegelt.

Währungsumrechnung

In den Einzelabschlüssen der zooplus AG und der einbezogenen Tochtergesellschaften werden Fremdwährungsgeschäfte mit den Kursen zum Zeitpunkt der Erstverbuchung der Geschäftsvorfälle umgerechnet. Kursgewinne und -verluste werden ergebniswirksam erfasst.

Abschlüsse und Transaktionen in fremder Währung werden nach dem Konzept der funktionalen Währung gemäß IAS 21 umgerechnet. Transaktionen in fremder Währung werden mit dem Kurs am Tag der Transaktion in die funktionale Währung umgerechnet. Am Bilanzstichtag werden monetäre Posten zum Stichtagskurs umgerechnet. Hieraus resultierende Umrechnungsdifferenzen werden erfolgswirksam erfasst. Die Abschlüsse von Konzernunternehmen, deren funktionale Währung von der Berichtswährung des Konzerns (EUR) abweicht, werden nach der modifizierten Stichtagskursmethode umgerechnet. Im Konzernabschluss werden die Vermögenswerte und Schulden der Konzernunternehmen von der jeweiligen Landeswährung in Euro mit den Mittelkursen am Bilanzstichtag umgerechnet. Die Positionen der Gewinn- und Verlustrechnung werden mit dem Jahresdurchschnittskurs in Euro umgerechnet. Das so ermittelte Jahresergebnis wurde in die Konzernbilanz übernommen. Die Umrechnungsdifferenzen werden ergebnisneutral erfasst.

Aktienbasierte Vergütungen

Die Mitarbeiter und der Vorstand des Konzerns erhalten für die geleistete Arbeit eine aktienbasierte Vergütung in Form von Eigenkapitalinstrumenten. Die Aufwendungen aus der Gewährung der Eigenkapitalinstrumente werden mit dem beizulegenden Zeitwert dieser Eigenkapitalinstrumente zum Zeitpunkt ihrer Gewährung bemessen. Der beizulegende Zeitwert wird unter Anwendung einer Black-Scholes-Formel ermittelt. Bei der Bewertung werden außer den Konditionen, soweit vorhanden, die an den Aktienpreis der zooplus AG gekoppelt sind („Marktbedingungen“), keine weiteren leistungsbezogenen Ausübungsbedingungen berücksichtigt.

Die Aufwendungen aus der Gewährung von Eigenkapitalinstrumenten werden bei gleichzeitiger entsprechender Erhöhung des Eigenkapitals über den Zeitraum erfasst, in dem die Leistungs- bzw. Ausübungsbedingungen erfüllt werden. Dieser Zeitraum endet zu dem Zeitpunkt, ab dem der betreffende Mitarbeiter unwiderruflich bezugsberechtigt wird. Die kumulierten Aufwendungen aus der Gewährung von Eigenkapitalinstrumenten reflektieren zu jedem Berichtszeitpunkt bis zum Zeitpunkt der ersten Ausübungsmöglichkeit den Teil des bereits abgelaufenen Erdienungszeitraums sowie die Anzahl der Eigenkapitalinstrumente, die nach bestmöglicher Schätzung des Konzerns schließlich unverfallbar werden. Der Betrag, welcher der Gewinn- und Verlustrechnung belastet bzw. gutgeschrieben wird, reflektiert, wie sich die zu Beginn und am Ende des Berichtszeitraums erfassten kumulierten Aufwendungen entwickeln.

Ertragserfassung

Erträge werden erfasst, wenn es wahrscheinlich ist, dass der wirtschaftliche Nutzen an den Konzern fließen wird und die Höhe der Erträge verlässlich bestimmt werden kann. Erträge werden zum beizulegenden Zeitwert der Gegenleistung bewertet.

Beim Verkauf von Waren werden Umsatzerlöse realisiert, wenn die Lieferung ausgeführt wurde und der Übergang von Chancen und Risiken auf den Käufer stattgefunden hat. Die aus dem Verkauf von Gütern stammenden Erlöse werden netto, d. h. nach Abzug von Umsatzsteuern, Retouren, Skonti, Kundenboni und Rabatten, ausgewiesen. Die Veräußerungsgeschäfte erfolgen in der Regel mit einem Rückgaberecht des Käufers. Die Rücksendungen von Kunden nach dem Bilanzstichtag werden in der Regel umsatzermindernd gebucht. Für noch ausstehende ungewisse Rücksendungen werden Rückstellungen gebildet.

Bei der Erbringung von Dienstleistungen werden Umsatzerlöse in dem Zeitpunkt realisiert, in dem die Dienstleistungen erbracht werden. Bei den Dienstleistungen handelt es sich im Wesentlichen um Boni, Werbekostenzuschüsse und die Bereitstellung von Werbeflächen.

Zinserträge werden erfasst, wenn die Zinsen entstanden sind.

Fremdkapitalkosten

Fremdkapitalkosten werden als Aufwand in derjenigen Periode erfasst, in der sie angefallen sind.

Ertragsteuern

Tatsächliche Steuererstattungsansprüche und Steuerschulden

Die tatsächlichen Steuererstattungsansprüche und Steuerschulden für die laufenden und früheren Perioden werden mit dem Betrag bemessen, in dessen Höhe eine Erstattung von den Steuerbehörden bzw. eine Zahlung an die Steuerbehörden erwartet wird. Der Berechnung des Betrags werden diejenigen Steuersätze und Steuergesetze zugrunde gelegt, die am Bilanzstichtag gelten.

Latente Steuern

Die Bildung latenter Steuern erfolgt unter Anwendung der Verbindlichkeitsmethode auf zum Bilanzstichtag bestehende temporäre Differenzen zwischen dem Wertansatz eines Vermögenswerts bzw. einer Schuld in der Bilanz und dem steuerlichen Wertansatz.

Latente Steuerschulden werden für alle zu versteuernden temporären Differenzen gebildet mit Ausnahme von:

- latenten Steuerschulden aus dem erstmaligen Ansatz eines Geschäfts- oder Firmenwerts oder eines Vermögenswerts oder einer Schuld aus einem Geschäftsvorfall, der kein Unternehmenszusammenschluss ist und der zum Zeitpunkt des Geschäftsvorfalles weder das handelsrechtliche Periodenergebnis noch das zu versteuernde Ergebnis beeinflusst, und
- latenten Steuerschulden aus zu versteuernden temporären Differenzen, die im Zusammenhang mit Beteiligungen an Tochterunternehmen, assoziierten Unternehmen und Joint Ventures stehen, wenn der zeitliche Verlauf der Umkehrung der temporären Differenzen gesteuert werden kann und es wahrscheinlich ist, dass sich die temporären Unterschiede in absehbarer Zeit nicht umkehren werden.

Latente Steueransprüche werden für alle abzugsfähigen temporären Unterschiede und für noch nicht genutzte steuerliche Verlustvorträge in dem Maße erfasst, in dem es wahrscheinlich ist, dass zu versteuerndes Einkommen zur Verfügung stehen wird, gegen das die abzugsfähigen temporären Unterschiede und die noch nicht genutzten steuerlichen Verlustvorträge verwendet werden können, mit Ausnahme von:

- latenten Steueransprüchen aus abzugsfähigen temporären Differenzen, die aus dem erstmaligen Ansatz eines Vermögenswerts oder einer Schuld bei einem Geschäftsvorfall entstehen, der kein Unternehmenszusammenschluss ist und der zum Zeitpunkt des Geschäftsvorfalles weder das handelsrechtliche Periodenergebnis noch das zu versteuernde Ergebnis beeinflusst, und
- latenten Steueransprüchen aus zu versteuernden temporären Differenzen, die im Zusammenhang mit Beteiligungen an Tochterunternehmen, assoziierten Unternehmen und Joint Ventures stehen, wenn es wahrscheinlich ist, dass sich die temporären Unterschiede in absehbarer Zeit nicht umkehren werden oder kein ausreichendes zu versteuerndes Ergebnis zur Verfügung stehen wird, gegen das die temporären Differenzen verwendet werden können.

Der Buchwert der latenten Steueransprüche wird an jedem Bilanzstichtag überprüft und in dem Umfang reduziert, in dem es nicht mehr wahrscheinlich ist, dass ein ausreichendes zu versteuerndes Ergebnis zur Verfügung stehen wird, gegen das der latente Steueranspruch zumindest teilweise verwendet werden kann. Nicht angesetzte latente Steueransprüche werden an jedem Bilanzstichtag überprüft und in dem Umfang angesetzt, in dem es wahrscheinlich geworden ist, dass ein künftig zu versteuerndes Ergebnis die Realisierung des latenten Steueranspruchs ermöglicht.

Latente Steueransprüche und Steuerschulden werden auf Basis der erwarteten Steuersätze und der Steuergesetze ermittelt, die am Bilanzstichtag gelten.

Latente Steueransprüche und Steuerschulden werden saldiert, wenn ein einklagbares Recht zur Aufrechnung von laufenden Steueransprüchen mit laufenden Steuerschulden vorliegt und wenn sie in Zusammenhang mit Ertragsteuern stehen, die von der gleichen Steuerbehörde erhoben werden, und der Konzern die Absicht hat, seine laufenden Steueransprüche und seine Steuerschulden auf Nettobasis zu begleichen.

Laufende und latente Steuern werden erfolgswirksam als Aufwand oder Ertrag erfasst – es sei denn, dass sie im Zusammenhang mit Posten stehen, die außerhalb des Gewinns oder Verlusts erfasst werden. In diesem Fall ist die Steuer ebenfalls außerhalb des Gewinns oder Verlusts zu erfassen.

Geschäftsvorfälle nach dem Bilanzstichtag

Geschäftsvorfälle, die nach dem Bilanzstichtag bekannt geworden sind, jedoch bis zum Abschlussstichtag wirtschaftlich entstanden sind, werden im Konzernabschluss berücksichtigt. Wesentliche Geschäftsvorfälle, die nach dem Bilanzstichtag wirtschaftlich entstanden sind, werden erläutert.

5. Wesentliche Ermessensentscheidungen und Schätzungen

Bei der Erstellung des Konzernabschlusses werden vom Management Ermessensentscheidungen, Schätzungen und Annahmen getroffen, die sich auf die Höhe der zum Stichtag ausgewiesenen Erträge, Aufwendungen, Vermögenswerte und Schulden sowie die Angabe von Eventualschulden auswirken. Durch die mit diesen Annahmen und Schätzungen verbundene Unsicherheit könnten jedoch Ergebnisse entstehen, die in zukünftigen Perioden zu erheblichen Anpassungen des Buchwerts der betroffenen Vermögenswerte oder Schulden führen.

Die wichtigsten zukunftsbezogenen Annahmen sowie sonstige am Abschlussstichtag bestehende Hauptquellen von Schätzungsunsicherheiten, aufgrund derer das beträchtliche Risiko besteht, dass innerhalb des nächsten Geschäftsjahres eine wesentliche Anpassung der Buchwerte von Vermögenswerten und Schulden erforderlich sein wird, werden nachstehend erläutert.

Forderungen aus Lieferungen und Leistungen

Die Wertberichtigung zweifelhafter Forderungen umfasst in erheblichem Maße Einschätzungen und Beurteilungen einzelner Forderungen, die auf der Kreditwürdigkeit des jeweiligen Kunden und der Analyse historischer Forderungsausfälle beruhen. Soweit das Unternehmen die Wertberichtigung aus historischen Ausfallraten ableitet, vermindert ein Rückgang des Forderungsvolumens solche Vorsorgen entsprechend und umgekehrt. Zum 31. Dezember 2009 und 2008 betrug die gesamte Wertberichtigung auf Forderungen aus Lieferungen und Leistungen 3,6 Mio. EUR beziehungsweise 2,1 Mio. EUR.

Latente Steuern

Latente Steueransprüche werden für alle nicht genutzten steuerlichen Verlustvorträge in dem Maße erfasst, in dem es wahrscheinlich ist, dass hierfür zu versteuerndes Einkommen verfügbar sein wird, sodass die Verlustvorträge tatsächlich genutzt werden können. Bei der Ermittlung der Höhe der latenten Steueransprüche, die aktiviert werden können, ist eine wesentliche Ermessensausübung des Managements bezüglich des erwarteten Eintrittszeitpunkts und der Höhe des künftig zu versteuernden Einkommens sowie der zukünftigen Steuerplanungsstrategien erforderlich.

Der Konzern verfügt über steuerliche Verlustvorträge in Höhe von 16,1 Mio. EUR (2008: 14,8 Mio. EUR). Diese bestehen im Wesentlichen bei der zooplus AG, die in den Jahren 2008 und 2007 positive Ergebnisse erzielt hat. Der Verlust der zooplus AG in 2009 ist auf einmalige Sondereffekte zurückzuführen. Aufgrund der positiven Unternehmensplanung und der bestehenden Verlustvortragmöglichkeiten geht der Vorstand trotz des Verlustes in 2009 davon aus, dass diese Verlustvorträge in voller Höhe tatsächlich genutzt werden können. Würden die tatsächlichen Ergebnisse von den Erwartungen des Vorstands abweichen, könnte dies nachteilige Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage haben. Weitere Details zu latenten Steuern werden in der Angabe 10 erläutert.

6. Segmentberichterstattung

Ein Geschäftssegment im Sinne von IFRS 8 ist ein abgrenzbarer Teil des Konzerns, der Geschäftstätigkeiten betreibt, mit denen Umsatzerlöse erwirtschaftet werden und bei denen Aufwendungen anfallen können. Die verantwortliche Unternehmensinstanz prüft die Betriebsergebnisse des Geschäftssegments regelmäßig in Hinblick auf Entscheidungen über die Allokation von Ressourcen zu diesem Segment und die Bewertung dessen Ertragskraft. Für den abgrenzbaren Teil des Konzerns liegen separate Finanzinformationen vor.

Der zooplus-Konzern vertreibt und verkauft ausschließlich Haustierbedarf. Die angebotenen Produkte sind in sich homogen und nicht trennbar. Als Internet-Anbieter offeriert der Konzern seine Produkte zentral von einem Standort aus – unabhängig von der geografischen Lage der Endkunden. Erst im vierten Quartal 2009 wurde ein zweites internationales Distributionszentrum eröffnet, das von einem externen Dienstleister betrieben wird. Für Zwecke der Unternehmenssteuerung erfolgt bisher keine Aufteilung des Geschäfts in Segmente. Der Konzern erstellt daher keine Segmentberichterstattung.

Die Aufteilung der Umsatzerlöse nach Ländern wird unter Punkt 22 erläutert. Die wesentlichen langfristigen Vermögenswerte des Konzerns befinden sich sämtlich bei der zooplus AG in Deutschland.

7. Sachanlagen

in EUR	2009	2008
Anschaffungskosten zum 1. Januar	1.305.793,95	1.257.345,10
Zugänge	423.671,83	411.882,64
Abgänge	-10.472,18	-363.433,79
Anschaffungskosten zum 31. Dezember	1.718.993,60	1.305.793,95
Kumulierte Abschreibungen zum 1. Januar	687.817,90	761.620,72
Abschreibung des Geschäftsjahres	325.626,99	232.004,92
Abgänge	-10.077,05	-305.807,74
Kumulierte Abschreibungen zum 31. Dezember	1.003.367,84	687.817,90
Buchwert	715.625,76	617.976,05

Das Sachanlagevermögen umfasst ausschließlich Gegenstände der Betriebs- und Geschäftsausstattung.

Es bestehen keine Finanzierungsleasing-Verhältnisse.

Anzeichen für eine Wertminderung lagen zum Zeitpunkt der Abschlusserstellung nicht vor.

8. Immaterielle Vermögenswerte

in EUR	2009	2008
Anschaffungskosten zum 1. Januar	687.495,77	639.125,83
Zugänge selbst geschaffener Vermögenswerte	367.649,97	0,00
Zugänge sonstige	59.567,14	166.657,15
Abgänge	-89.783,71	-118.287,21
Anschaffungskosten zum 31. Dezember	1.024.929,17	687.495,77
Kumulierte Abschreibungen zum 1. Januar	306.785,06	198.595,28
Abschreibung selbst geschaffener Vermögenswerte	52.243,02	0,00
Abschreibung sonstige	171.484,63	148.542,33
Abgänge	-20.949,60	-40.352,55
Kumulierte Abschreibungen zum 31. Dezember	509.563,11	306.785,06
Buchwert	515.366,06	380.710,71

Die immateriellen Vermögenswerte beinhalten Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten, deren Restnutzungsdauern zwischen drei und fünf Jahren liegen. Im Geschäftsjahr wurde erstmalig selbst erstellte Software in Höhe von 368 TEUR aktiviert. Der Buchwert der selbst geschaffenen Vermögenswerte zum Bilanzstichtag beträgt 316 TEUR. Weitere Entwicklungskosten sind nicht angefallen.

Anzeichen für eine Wertminderung lagen zum Zeitpunkt der Abschlusserstellung nicht vor.

Für die immateriellen Vermögenswerte bestehen keine Beschränkungen von Verfügungsrechten. Es wurden weiterhin keine immateriellen Vermögenswerte als Sicherheit für Schulden verpfändet.

9. Sonstige finanzielle Vermögenswerte

in EUR	2009	2008
Beteiligungen	3.699,12	0,00
Ausleihungen	250.000,00	0,00
	253.699,12	0,00

Die Beteiligungen betreffen den 49%-Anteil an der Logistic Services Center s.r.o. mit Sitz in der Tschechischen Republik. Daneben wurde der Logistic Services Center s.r.o. ein Darlehen in Höhe von 250 TEUR gewährt, das als Forderung kategorisiert ist und zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertet ist.

10. Ertragsteuern

Die wesentlichen Bestandteile des Ertragsteueraufwands für die Geschäftsjahre 2009 und 2008 setzen sich wie folgt zusammen:

in EUR	2009	2008
Tatsächliche Ertragsteuern		
Laufende Ertragsteuern	-68.571,07	150.805,11
Latente Ertragsteuern		
Aus temporären Differenzen	109.618,08	-415.856,23
Aus Verlustvorträgen	-468.366,25	-4.845.784,04
	-427.319,23	-5.110.835,16

Aufgrund eines steuerlichen Verlustrücktrags ergaben sich im Geschäftsjahr periodenfremde Steuererträge in Höhe von 71 TEUR.

Für die Ermittlung der laufenden Steuern in Deutschland wird auf ausgeschüttete und einbehaltene Gewinne ein einheitlicher Körperschaftsteuersatz von 15 % (Vorjahr: 15 %) und darauf ein Solidaritätszuschlag von 5,5 % zugrunde gelegt. Neben der Körperschaftsteuer wird für in Deutschland erzielte Gewinne Gewerbesteuer erhoben. Unter Berücksichtigung der Nichtabzugsfähigkeit der Gewerbesteuer als Betriebsausgabe ab dem Geschäftsjahr 2008 ergibt sich für die Gewerbesteuer ein durchschnittlicher Steuersatz

von 17,15%, sodass hieraus ein inländischer Gesamtsteuersatz von 32,98% resultiert. Für die Berechnung der latenten Steueransprüche und –verbindlichkeiten werden die Steuersätze zugrunde gelegt, die im Zeitpunkt der Realisierung des Vermögenswerts beziehungsweise der Erfüllung der Schuld gültig sind. Latente Steueransprüche und -verbindlichkeiten wurden mit dem Gesamtsteuersatz von 32,98% bewertet.

Die Überleitungsrechnung zwischen dem Ertragsteueraufwand und dem Produkt aus bilanziellem Periodenergebnis und dem anzuwendenden Steuersatz des Konzerns für die Geschäftsjahre 2009 und 2008 setzt sich wie folgt zusammen:

in TEUR	2009	2008
Ergebnis vor Ertragsteuern	-1.500	645
Ertragsteueraufwand zum Steuersatz in Deutschland von 32,98%	-495	192
Auswirkungen nicht abzugsfähiger Aufwendungen aus Aktienoptionen	16	26
Auswirkungen Bemessungsgrundlage Gewerbesteuer	23	0
Auswirkungen sonstige nicht abziehbarer Betriebsausgaben	29	9
Auswirkungen Effekt aus Steuersatzänderung (latente Steuern)	0	23
Auswirkungen Nachholung bisher nicht aktivierter Verlustvorträge	0	-5.361
In der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung ausgewiesener Ertragsteueraufwand	-427	-5.111

Die latenten Steuern setzen sich zum Bilanzstichtag wie folgt zusammen:

in EUR	2009	2008
Aktive latente Steuern		
Immaterielle Vermögenswerte	3.150,45	3.919,92
Vorräte	46.853,10	51.696,27
Verlustvorräte	5.338.321,18	4.869.954,93
	5.388.324,73	4.925.571,12
Passive latente Steuern		
Selbst erstellte immaterielle Vermögenswerte	104.005,44	0,00

Die steuerlichen Verlustvorräte belaufen sich zum 31. Dezember 2009 auf 16.086 TEUR (Vorjahr: 14.846 TEUR). Die Gesellschaft geht davon aus, dass aufgrund der zukünftigen Geschäftstätigkeit ausreichend positives zu versteuerndes Einkommen für die Realisierung der aktiven latenten Steuern zur Verfügung stehen wird.

Steuerliche Verluste in Deutschland können bis zu einem Betrag in Höhe von 1,0 Mio. EUR in vollem Umfang, darüber hinaus jedoch nur zu 60 % mit zu versteuerndem Einkommen verrechnet werden.

11. Vorräte

Die Bilanzposition setzt sich wie folgt zusammen:

in EUR	2009	2008
Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe	152.500,00	57.600,00
Waren	12.380.820,65	8.988.652,31
	12.533.320,65	9.046.252,31

Die Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe setzen sich im Wesentlichen aus Verpackungsmaterialien für den Versandhandel zusammen.

Zum Bilanzstichtag lagen keine Gründe für eine Wertminderung vor, die mit einer Wertberichtigung hätten berücksichtigt werden müssen.

12. Geleistete Anzahlungen

Bei den geleisteten Anzahlungen handelt es sich in voller Höhe um Anzahlungen auf Lieferungen von Gegenständen des Vorratsvermögens.

13. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen

Sämtliche Forderungen aus Lieferungen und Leistungen haben eine Restlaufzeit von bis zu einem Jahr und sind nicht verzinslich. Die Fälligkeit beträgt in der Regel 30 Tage. Es bestehen keinerlei Beschränkungen von Verfügungsrechten.

Eine Analyse der überfälligen Forderungen aus Lieferungen und Leistungen zum 31. Dezember stellt sich wie folgt dar:

in TEUR	nach Wertmin- derungen	Wertmin- derungen	vor Wertmin- derungen	noch nicht überfällig	überfällig		
					< 30 Tage	30-90 Tage	> 90 Tage
2009	5.624	3.641	9.265	5.088	729	593	2.855
2008	4.163	2.065	6.228	2.567	899	405	2.357

Zum 31. Dezember 2009 waren Forderungen im Nennwert von 3.641 TEUR wertgemindert (Vorjahr: 2.065 TEUR).

Die Wertberichtigungen betreffen im Wesentlichen Forderungen gegenüber Kunden aufgrund von Privatinsolvenzen bzw. Verjährungen. Da eine Beurteilung jedes einzelnen Sachverhalts mit einem erheblichen zeitlichen und organisatorischen Aufwand verbunden wäre, wurden die Wertberichtigungen aufgrund von Erfahrungswerten gebildet.

Die Entwicklung des Wertberichtigungskontos stellt sich wie folgt dar:

in EUR	2009	2008
Stand 1. Januar	2.065.400,00	1.205.900,00
Aufwandswirksame Zuführungen	1.575.200,00	859.500,00
Stand 31. Dezember	3.640.600,00	2.065.400,00

In den sonstigen betrieblichen Aufwendungen sind 1.575 TEUR (Vorjahr: 859 TEUR) als Zuführung zu den Wertberichtigungen und 314 TEUR (Vorjahr: 268 TEUR) als Forderungsverluste erfasst worden.

14. Sonstige kurzfristige Vermögenswerte

in EUR	2009	2008
Umsatzsteuerforderungen	360.354,28	970.959,24
Debitorische Kreditoren	2.171.405,57	1.326.399,70
Forderungen gegen Personal	55.145,41	51.108,78
Sonstige	403.941,82	223.254,82
	2.990.847,08	2.571.722,54

Sämtliche sonstigen kurzfristigen Vermögenswerte haben eine Restlaufzeit von bis zu einem Jahr.

15. Zahlungsmittel

in EUR	2009	2008
Guthaben bei Kreditinstituten	1.543.478,82	463.214,52
Kassenbestand	2.718,36	2.021,20
	1.546.197,18	465.235,72

Guthaben bei Kreditinstituten werden mit variablen Zinssätzen für täglich kündbare Guthaben verzinst.

Der Finanzmittelbestand für Zwecke der Konzern-Kapitalflussrechnung umfasst die oben genannten flüssigen Mittel abzüglich kurzfristiger Kontokorrentverbindlichkeiten. Die Zahlungsströme aus der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit wurden nach der indirekten Methode aufgestellt.

Ungenutzte Kreditlinien bestehen zum 31. Dezember 2009 in Höhe von 6,0 Mio. EUR (Vorjahr: 3,0 Mio. EUR).

16. Eigenkapital

Gezeichnetes Kapital

Das gezeichnete Kapital entspricht dem Grundkapital der zooplus AG in Höhe von 2.561.755,00 EUR (Vorjahr: 2.406.020,00 EUR). Es ist in voller Höhe eingezahlt und in auf den Inhaber lautende Stückaktien (Aktien ohne Nennbetrag) mit einem rechnerischen Anteil am Grundkapital von 1,00 EUR je Aktie eingeteilt.

Im Geschäftsjahr 2009 erhöhte sich das gezeichnete Kapital der zooplus AG durch die Zuteilung von insgesamt 155.735 Bezugsaktien aus den bedingten Kapitalien 2004/I, 2007/I und 2007/II von 2.406.020,00 EUR um insgesamt 155.735,00 EUR auf 2.561.755,00 EUR.

Genehmigtes Kapital

Der Vorstand ist aufgrund des Beschlusses der Hauptversammlung vom 25. April 2008 ermächtigt, das Grundkapital der Gesellschaft mit Zustimmung des Aufsichtsrats bis zum 24. April 2013 einmalig oder mehrmalig, ganz oder in Teilbeträgen, um bis zu insgesamt 1.193.075,00 EUR gegen Bar- und/oder Sacheinlagen durch Ausgabe von neuen, auf den Inhaber lautenden Stückaktien mit einem rechnerischen Anteil am Grundkapital von 1,00 EUR je Aktie zu erhöhen (Genehmigtes Kapital 2008/I). Der Vorstand ist ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats die weiteren Einzelheiten der Durchführung von Kapitalerhöhungen aus dem Genehmigten Kapital 2008 festzulegen.

Bedingtes Kapital

Das Grundkapital der Gesellschaft ist um bis zu 1.945,00 EUR bedingt (Bedingtes Kapital 2004/I) erhöht. Das bedingte Kapital 2004/I unterlegt derzeit Rechte auf den Bezug von bis zu 1.945 auf den Inhaber lautende Stückaktien und dient der Sicherung von Bezugsrechten aus Aktienoptionen an Mitarbeiter der Gesellschaft. Die bedingte Kapitalerhöhung ist nur insoweit durchzuführen, wie die Inhaber der aufgrund des Ermächtigungsbeschlusses der Hauptversammlung vom 27. Dezember 2004 in der Fassung vom 23. März 2006, vom 30. November 2008, vom 27. April 2007 und vom 20. Juli 2007 im Rahmen des Aktienoptionsprogramms 2004 ausgegebenen Bezugsrechte von ihrem Bezugsrecht auf Aktien der Gesellschaft Gebrauch machen und die Gesellschaft nicht in Erfüllung der Bezugsrechte eigene Aktien gewährt.

Das Grundkapital der Gesellschaft ist um weitere 11.665,00 EUR (Bedingtes Kapital 2007/I) sowie um 30.535,00 EUR (Bedingtes Kapital 2007/II) bedingt erhöht. Das Bedingte Kapital 2007/I unterlegt derzeit Rechte auf den Bezug von bis zu 11.665 auf den Inhaber lautenden Stückaktien, das Bedingte Kapital 2007/II unterlegt derzeit Rechte auf den Bezug von bis zu 30.535 auf den Inhaber lautenden Stückaktien.

Die Bedingten Kapitale 2007/I und 2007/II dienen der Sicherung von Bezugsrechten aus Aktienoptionen an Mitarbeiter und an Mitglieder des Vorstandes der Gesellschaft. Die bedingte Kapitalerhöhung wird nur insoweit durchgeführt, wie Inhaber der aufgrund des Ermächtigungsbeschlusses der Hauptversammlung vom 27. April 2007 in der Fassung des Beschlusses der Hauptversammlung vom 20. Juli 2007 beschlossenen Ermächtigung im Rahmen des Aktienoptionsprogramms 2007/I bzw. 2007/II ausgegebenen Bezugsrechte von ihrem Bezugsrecht auf Aktien der Gesellschaft Gebrauch machen und die Gesellschaft nicht in Erfüllung der Bezugsrechte eigene Aktien gewährt.

Zum 31. Dezember besteht folgendes Bedingtes Kapital:

in EUR	2009	2008
Bedingtes Kapital 2004/I bzw. 2004/III	1.945,00	6.760,00
Bedingtes Kapital 2007/I	11.665,00	16.790,00
Bedingtes Kapital 2007/II	30.535,00	176.330,00
	44.145,00	199.880,00

Kapitalrücklage

Die Kapitalrücklage beträgt zum 31. Dezember 2009 22.284.758,36 EUR. Die Erhöhung der Kapitalrücklage resultiert aus der Bilanzierung von Aufwendungen im Zusammenhang mit dem Mitarbeiteraktienoptionsprogramm (vgl. weitere Ausführungen unter Punkt 16 in diesem Anhang) sowie dem Aufgeld aus der im Geschäftsjahr erfolgten bedingten Kapitalerhöhung. Zum Bilanzstichtag ergibt sich folgende Zusammensetzung:

in TEUR	2009	2008
Aufgeld aus Finanzierungsrunden	15.003	15.003
Gewandelte Gesellschafterdarlehen	4.820	4.820
Aufgeldbedingte Kapitalerhöhung	1.697	16
Wandelschuldverschreibung/Mitarbeiteraktienoptionen	765	717
	22.285	20.556

Ergebnis der Periode und Verlustvortrag

in EUR	2009	2008
Verlustvortrag Stand 1. Januar	-13.083.113,10	-18.838.800,92
Ergebnis der Periode	-1.073.096,81	5.755.687,82
Verlustvortrag Stand 31. Dezember	-14.156.209,91	-13.083.113,10

17. Aktienbasierte Vergütung

Der erfasste Aufwand für während des Geschäftsjahres erhaltene Leistungen stellt sich wie folgt dar:

in EUR	2009	2008
Aufwand für Führungskräfte	21.299,28	46.638,40
Aufwand für Mitarbeiter	26.496,52	42.184,33
Gesamtaufwand	47.695,80	88.822,73

Mitarbeiterbeteiligungsprogramme

Nach dem Aktienoptionsprogramm 2004/2005 können die Mitarbeiter Aktien der zooplus AG beziehen. Jede Option berechtigt zum Bezug von jeweils fünf Inhaberstückaktien der zooplus AG mit einem rechnerischen Anteil am Grundkapital von 1,00 EUR je Aktie. Der Bezugspreis beträgt dabei 1,44 EUR je Aktie. Die Optionen können nur in Aktien bedient werden. Die Optionsrechte können frühestens nach Ablauf von zwei Jahren seit Gewährung der Optionsrechte ausgeübt werden. Danach können 50 % der einem Bezugsberechtigten in einer Tranche gewährten Optionsrechte sofort, die verbleibenden Optionsrechte zu je 1/24 frühestens nach Ablauf je eines weiteren Monats ausgeübt werden (Wartefrist). Die Ausübung hat spätestens sieben Jahre nach Gewährung der Optionsrechte zu erfolgen.

Auf der Grundlage des Beschlusses der ordentlichen Hauptversammlung vom 27. April 2007 hat der Vorstand am 29. Juni 2007 mit der Zustimmung des Aufsichtsrats die Auflage des Aktienoptionsprogramms 2007/I zur Ausgabe von Aktienoptionen mit Bezugsrecht auf Aktien der zooplus AG an Arbeitnehmer der Gesellschaft beschlossen.

Nach dem Aktienoptionsprogramm 2007/I können vom Vorstand und Aufsichtsrat bestimmte Arbeitnehmer der zooplus AG insgesamt bis zu 16.790 Stückaktien der Gesellschaft beziehen. Jede Option berechtigt zum Bezug von jeweils fünf Inhaberstückaktien der zooplus AG mit einem rechnerischen Anteil am Grundkapital von 1,00 EUR je Aktie. Der Bezugspreis beträgt dabei 1,44 EUR je Aktie. Die Optionen können nur in Eigenkapitalinstrumenten bedient werden. Die Optionsrechte können frühestens nach Ablauf von zwei Jahren seit Gewährung der Optionsrechte ausgeübt werden. Danach können 50 % der einem Bezugsberechtigten in einer Tranche gewährten Optionsrechte sofort, die verbleibenden Optionsrechte zu je 1/24 frühestens nach Ablauf je eines weiteren Monats ausgeübt werden (Wartefrist). Die Ausübung hat spätestens sieben Jahre nach Gewährung der Optionsrechte zu erfolgen. Aus den Aktienoptionen können Bezugsrechte nur ausgeübt werden, wenn die zooplus AG ohne Einbeziehung ihrer Tochtergesellschaften in einem Kalenderquartal vor dem 31. Dezember 2009 mindestens einen Umsatz von 20 Millionen EUR und in zwei aufeinander folgenden Quartalen zusammen mindestens einen Umsatz von 35 Millionen EUR erwirtschaftet hat.

Der beizulegende Zeitwert der gewährten Optionen wurde im Zeitpunkt der Gewährung unter Anwendung der Black-Scholes-Formel bestimmt. Der aktuelle Kurs der zugrunde liegenden Aktien wurde mithilfe einer aktuellen Unternehmenswertberechnung ermittelt. Daraus ergab sich ein durchschnittlicher Aktienkurs im Zeitpunkt der Gewährung der Optionen in Höhe von 7,51 EUR. Die Volatilität wurde auf Basis von Marktdaten mit 30 % geschätzt, der risikolose Zinssatz mit 4,5 % und die antizipierte Laufzeit der Optionen mit 3,5 Jahren. Bei der Ermittlung des beizulegenden Zeitwerts wurden keine weiteren Faktoren, die im Zusammenhang mit der Ausgabe der Optionen stehen, berücksichtigt.

Optionsplan für Führungskräfte

Auf der Grundlage des Beschlusses der ordentlichen Hauptversammlung vom 27. April 2007 hat der Aufsichtsrat der zooplus AG am 29. Juni 2007 die Auflage des Aktienoptionsprogramms 2007/II zur Ausgabe von Aktienoptionen mit Bezugsrecht auf Aktien der zooplus AG an Mitglieder des Vorstands beschlossen.

Nach dem Aktienoptionsprogramm 2007/II können die Mitglieder des Vorstands der zooplus AG insgesamt bis zu 176.330 Stückaktien der Gesellschaft beziehen. Jede Option berechtigt zum Bezug von jeweils fünf Inhaberstückaktien der zooplus AG mit einem rechnerischen Anteil am Grundkapital von 1,00 EUR je Aktie. Der Bezugspreis pro Aktie beträgt dabei 12,50 EUR je Aktie. Die Optionen können nur in Eigenkapitalinstrumenten bedient werden. Die Optionsrechte können frühestens nach Ablauf von zwei Jahren seit Gewährung der Optionsrechte ausgeübt werden. Die Ausübung hat spätestens sieben Jahre nach Gewährung der Optionsrechte zu erfolgen. Aus den Aktienoptionen können Bezugsrechte nur ausgeübt werden, wenn die zooplus AG ohne Einbeziehung ihrer Tochtergesellschaften in einem Kalenderquartal vor dem 31. Dezember 2009 mindestens einen Umsatz von 20 Millionen EUR und in zwei aufeinander folgenden Quartalen zusammen mindestens einen Umsatz von 35 Millionen EUR erwirtschaftet hat.

Der beizulegende Zeitwert der gewährten Optionen wurde analog zum Aktienoptionsprogramm 2007/I ermittelt.

Die Entwicklung der Aktienoptionen lässt sich wie folgt darstellen:

in Stück	2009	2008
Zu Beginn der Periode ausstehend	39.076	43.739
In der Berichtsperiode verfallen	0	689
In der Berichtsperiode ausgeübt	31.147	3.974
In der Berichtsperiode gewährt	0	0
Zum Ende der Periode ausstehend	7.929	39.076

(Optionen berechtigen jeweils zum Bezug von 5 Aktien)

Die Ausübungspreise für die am 31. Dezember 2009 ausstehenden Aktien liegen zwischen 1,44 EUR und 12,50 EUR. Der gewichtete durchschnittliche Aktienkurs zum Zeitpunkt der Optionsausübungen betrug 31,80 EUR (Vorjahr: 29,50 EUR).

Zum Ende der Berichtsperiode sind 6.204 (Vorjahr: 1.060) Optionen ausübbar. Die gewichtete durchschnittliche Vertragsrestlaufzeit der restlichen zum 31. Dezember 2009 ausstehenden Aktienoptionen beträgt 0,54 Jahre (Vorjahr: 0,54 Jahre).

18. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen

Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sind innerhalb eines Jahres fällig und sind nicht verzinslich. Die Fälligkeiten liegen in der Regel zwischen 14 und 30 Tagen.

19. Finanzschulden

in EUR	2009	2008
Kontokorrentverbindlichkeiten	2.119.070,19	1.203.057,54
Kurzfristige Bankdarlehen	4.000.000,00	0,00
	6.119.070,19	1.203.057,54

Die Kontokorrentverbindlichkeiten werden variabel verzinst. Bei den kurzfristigen Bankdarlehen handelt es sich um 3-Monats-Geldmarktkredite mit einer Verzinsung zu Euribor plus 250 bp. Die Kredite sind banküblich durch Sicherungsübereignung des Warenlagers, Globalzession der Kundenforderungen, Abtretung von Versicherungsansprüchen bzgl. der Warenbestände und Verpfändung von Wort- und Bildmarken besichert. Daneben besteht ein Covenant, der eine Mindesteigenmittelquote von 25% vorsieht.

20. Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten

in EUR	2009	2008
Verbindlichkeiten aus Steuern		
Umsatzsteuer	3.577.217,72	1.547.234,57
Lohn- und Kirchensteuer	85.520,85	47.019,25
	3.662.738,57	1.594.253,82
Weitere sonstige Verbindlichkeiten		
Kreditorische Debitoren	1.171.663,35	749.725,00
Urlaubsverpflichtung	187.900,00	118.000,00
Abschluss- und Prüfungskosten	69.500,00	57.100,00
Tantiemen, Boni	213.200,00	590.350,00
Sonstige	286.145,54	248.874,35
	1.928.408,89	1.764.049,35
	5.591.147,46	3.358.303,17

Die sonstigen kurzfristigen Verbindlichkeiten haben eine Restlaufzeit von bis zu einem Jahr und sind unverzinslich.

21. Rückstellungen

Die Rückstellungen beinhalten ausschließlich Rückstellungen für zu erwartende Rücksendungen von Kunden nach dem Bilanzstichtag. Die Bewertung erfolgt auf Basis von Erfahrungswerten aus den Vorjahren. Die Rückstellungen haben sich wie folgt entwickelt:

in EUR	2009	2008
Stand 1. Januar	65.900,00	43.400,00
Verbrauch	- 65.900,00	- 43.400,00
Zuführung	100.500,00	65.900,00
Stand 31. Dezember	100.500,00	65.900,00

22. Umsatzerlöse

in EUR	2009	2008
Deutschland	78.485.102,31	57.014.151,97
Frankreich	14.774.254,10	8.360.208,03
Großbritannien	7.027.272,65	6.228.871,53
Niederlande	5.723.203,35	1.858.155,53
Sonstige Länder	17.255.017,38	6.874.928,68
	123.264.849,79	80.336.315,74

Die Umsätze des Konzerns betreffen den Verkauf von Gütern des Heimtierbereichs in Deutschland und anderen europäischen Ländern. Die Umsätze in den anderen europäischen Ländern betreffen insbesondere Italien, Spanien, Österreich und Polen. Daneben ist der Konzern in einer Reihe kleinerer Märkte in Europa tätig.

23. Aufwendungen für Leistungen an Arbeitnehmer

in EUR	2009	2008
Löhne und Gehälter	5.629.601,73	3.635.826,34
Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung	926.682,14	535.224,01
	6.556.283,87	4.171.050,35

Bezüglich des im Rahmen der aktienbasierten Vergütung angefallenen Personalaufwands verweisen wir auf unsere Ausführungen unter 17.

Im Jahresdurchschnitt wurden 118 Mitarbeiter (ohne Vorstand; Vorjahr: 79) beschäftigt.

24. Sonstige Erträge und Aufwendungen

Sonstige Erträge

in EUR	2009	2008
Erträge aus Vermarktungsleistungen	5.253.649,22	3.881.249,51
Erträge aus Mahngebühren	394.549,86	237.641,55
Erträge aus Katalogwerbung	24.700,00	43.200,00
Weitere sonstige betriebliche Erträge	770.875,55	608.468,24
	6.443.774,63	4.770.559,30

Sonstige Aufwendungen

in EUR	2009	2008
Kosten der Warenabgabe	28.471.051,74	17.594.794,06
Werbekosten	8.170.296,93	5.277.523,63
Zahlungsverkehr	1.279.409,03	812.284,99
Weitere sonstige betriebliche Aufwendungen	6.599.747,15	4.221.347,13
	44.520.504,85	27.905.949,81

Im Geschäftsjahr wurden Aufwendungen aus Währungsumrechnungsdifferenzen in Höhe von 165 TEUR (Vorjahr: 201 TEUR) erfolgswirksam erfasst.

Zusätzlich zu den Aufwendungen von insgesamt 44.520.505,85 EUR fielen im Berichtsjahr sonstige Aufwendungen mit einmaligem Charakter für das erfolgreiche Listing am Regulierten Markt (430.607,41 EUR) an. Zudem führte die Eröffnung des zweiten internationalen Logistikzentrums in den Niederlanden im 2. Halbjahr 2009 in den Niederlanden zu einmaligem Migrations-, Test- und Einphasungsaufwand in Höhe von 1.742.165,69 EUR.

Im Zusammenhang mit dem geplanten Börsengang der zooplus AG waren in den Vorjahren Aufwendungen angefallen, die unmittelbar der Beschaffung von Eigenkapital zuzurechnen waren. Aufgrund der Verzögerung des Börsengangs waren diese Aufwendungen abgegrenzt worden und sollten nach erfolgtem Börsengang mit dem Eigenkapital verrechnet werden. Tatsächlich kam es im Rahmen der Börsennotierung in 2008 zu keiner Kapitalerhöhung, so dass die abgegrenzten IPO-Kosten erfolgswirksam ausgebucht wurden.

Finanzerträge und Finanzaufwendungen

in EUR	2009	2008
Zinserträge und ähnliche Erträge	163,54	20.549,07
Zinsaufwendungen für kurzfristige Verbindlichkeiten	-198.850,93	-80.044,28
	-198.687,39	59.495,21

25. Konzernergebnis je Aktie

Bei der Berechnung des unverwässerten Ergebnisses je Aktie wird das den Inhabern von Stammaktien des Mutterunternehmens zuzurechnende Ergebnis geteilt durch die gewichtete durchschnittliche Anzahl an während des Jahres sich im Umlauf befindlichen Stammaktien.

Das verwässerte Ergebnis je Aktie wird ermittelt, indem das den Inhabern von Stammaktien des Mutterunternehmens zuzurechnende Ergebnis geteilt wird durch die gewichtete durchschnittliche Anzahl an während des Jahres sich im Umlauf befindlichen Stammaktien zuzüglich der zu einer Verwässerung führenden Aktienäquivalente.

Nachfolgende Tabelle enthält die bei der Berechnung des unverwässerten und des verwässerten Ergebnisses je Aktie zugrunde gelegten Beträge:

	2009	2008
Konzernergebnis (EUR)	-1.073.096,81	5.755.687,82
Gewichtete durchschnittliche im Umlauf befindliche Stammaktien (Stück)	2.419.739	2.391.485
Verwässerungseffekt:		
Aktioptionen (Stück)	n/a*	118.583
Gewichtete durchschnittliche im Umlauf befindliche Stammaktien bereinigt um den Verwässerungseffekt (Stück)	n/a	2.510.068
Unverwässertes Konzernergebnis je Aktie (EUR/Aktie)	-0,44	2,41
Verwässertes Konzernergebnis je Aktie (EUR/Aktie)	-0,44	2,29

* keine Verwässerung aufgrund Verlustsituation

Im Zeitraum zwischen dem Bilanzstichtag und der Aufstellung des Konzernabschlusses haben keine Transaktionen mit Stammaktien oder potenziellen Stammaktien stattgefunden.

26. Sonstige finanzielle Verpflichtungen und Erfolgsunsicherheiten

Die Summe der künftigen finanziellen Verpflichtungen aufgrund von unkündbaren Leasing-, Versicherungs- und Lagerlogistikverträgen sowie aus Mietverträgen für die Standorte in München und Straßburg betragen je für die folgenden Perioden:

in TEUR	
Bis zu einem Jahr	9.232
Länger als ein Jahr und bis zu fünf Jahren	36.009
Länger als fünf Jahre	24.159

Bei den Leasing-Verhältnissen handelt es sich neben den Mieten für die Geschäftsräume im Wesentlichen um KfZ- und Server-Leasingverträge mit marktüblichen Bedingungen. Es bestehen keine Untermietverhältnisse.

Der Aufwand für die vom Konzern angemieteten Geschäftsräume belief sich in 2009 auf rund 601 TEUR (Vorjahr: 284 TEUR).

Daneben bestehen variablen Verpflichtungen für Nutzungsentgelte für Logistikdienstleistungen. Außerdem besteht eine mögliche Verpflichtung aus dem Vertrag über die Beteiligung an der Logistic Services Center s.r.o. über ein Put-Option zum Erwerb des restlichen Geschäftsanteils von 21 %.

Zum Bilanzstichtag bestanden keine wesentlichen Rechtsstreitigkeiten. Eventualverbindlichkeiten aus Bürgschaften belaufen sich auf 65 TEUR. Eine Inanspruchnahme wird derzeit nicht erwartet.

27. Beziehungen zu nahe stehenden Unternehmen und Personen

Im Berichtsjahr lagen keine nennenswerten Beziehungen zwischen dem Konzern und nahe stehenden Personen und Unternehmen vor. Die Aufwendungen aus Aktienoptionen von Mitgliedern des Vorstands sind unter Punkt 17 aufgeführt. Die Aufsichtsratsmitglieder halten keine Aktien am Unternehmen.

28. Zielsetzung und Methoden des Finanzrisikomanagements

Die wesentlichen durch den Konzern verwendeten finanziellen Verbindlichkeiten umfassen Kontokorrentkredite, kurzfristige Geldmarktkredite, Gesellschafterdarlehen, Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Verbindlichkeiten. Der Hauptzweck dieser Finanzinstrumente ist die kontinuierliche Deckung des Finanzmittelbedarfs und die Sicherstellung der finanziellen Flexibilität. Der Konzern verfügt über Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und über sonstige Forderungen sowie Zahlungsmittel, die unmittelbar aus seiner Geschäftstätigkeit resultieren. Derivative Finanzinstrumente bestehen nicht. Die sich aus den Finanzinstrumenten ergebenden wesentlichen Risiken des Konzerns bestehen aus Kreditrisiken und Liquiditätsrisiken. Wesentliche Kreditrisikokonzentrationen bestehen nicht. In geringem Maße operiert der Konzern auch in Fremdwährungsmärkten, woraus Währungsrisiken resultieren können. Der Konzern nutzt derzeit nur kurzfristige Darlehen. Zinsänderungsrisiken bestehen, falls das aktuelle Zinsniveau ansteigt. Sicherungen gegen das Zinsänderungsrisiko werden derzeit nicht ergriffen, da die Auswirkungen als unwesentlich erachtet werden.

Die Steuerung dieser Risiken obliegt dem Management des Konzerns.

Kreditrisiko

Kreditrisiko ist das Risiko, dass ein Geschäftspartner seinen Verpflichtungen im Rahmen eines Finanzinstruments oder Kundenvertrags nicht nachkommt und dies zu einem finanziellen Verlust führt. Der Umfang des Kreditrisikos des zooplus-Konzerns entspricht der Summe der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie der sonstigen Forderungen. Konzentrationsrisiken bestehen nicht.

Kreditgrenzen werden für sämtliche Kunden basierend auf internen Risikoeinstufungsmerkmalen festgelegt. Ausstehende Forderungen gegenüber Kunden werden regelmäßig überwacht. Zur Verringerung des Kreditrisikos werden pauschalisierte Einzelwertberichtigungen aufgrund von Erfahrungswerten gebildet. Die Abschreibung der Forderungen erfolgt nach erfolgloser Beitreibung durch das Inkassobüro, bei Anzeige der privaten Insolvenz durch den Kunden und bei Eintritt der Verjährung.

Bei sonstigen finanziellen Vermögenswerten des Konzerns wie Wertpapieren und Zahlungsmitteln entspricht das maximale Kreditrisiko bei Ausfall des Kontrahenten dem Buchwert dieser Vermögenswerte.

Liquiditätsrisiko

Das Risiko eines Liquiditätsengpasses wird vom Konzern laufend unter Berücksichtigung der Laufzeiten der finanziellen Schulden und Forderungen sowie der erwarteten Cash-Flows überwacht. Ziel des Konzerns ist es, ein Gleichgewicht zwischen der kontinuierlichen Deckung des Finanzmittelbedarfs und Sicherstellung der Flexibilität durch die Nutzung von Kontokorrentkrediten, Darlehen und Finanzierungsleasing-Verhältnissen zu bewahren.

Kapitalsteuerung

Vorrangiges Ziel der Kapitalsteuerung des Konzerns ist es, sicherzustellen, dass der Konzern zur Unterstützung seiner Geschäftstätigkeit ein hohes Bonitätsrating und eine gute Eigenkapitalquote hat. Der Konzern steuert seine Kapitalstruktur und nimmt gegebenenfalls Anpassungen vor unter Berücksichtigung des Wandels der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen. Die Überwachung des Kapitals erfolgt über die fortlaufende Kontrolle der Eigenkapitalquote bzw. der Eigenmittelquote (inklusive Gesellschafterdarlehen), die mindestens 15 % bzw. 25 % betragen sollen. Im Geschäftsjahr 2009 betrug die Eigenkapitalquote des Konzerns 36 % (Vorjahr: 43 %).

Beizulegender Zeitwert der Finanzinstrumente

Der beizulegende Zeitwert ist der Betrag, zu dem zwischen sachverständigen, vertragswilligen und voneinander unabhängigen Geschäftspartnern ein Vermögenswert getauscht oder eine Schuld beglichen werden könnte.

Die Marktwerte der zum 31. Dezember 2009 bzw. 2008 ausgewiesenen Zahlungsmittel, Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, kurzfristigen Vermögenswerten, Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstigen kurzfristigen Verbindlichkeiten entsprechen den Buchwerten. Der Grund dafür ist vor allem die kurze Laufzeit solcher Instrumente.

Die zum 31. Dezember 2009 bzw. 2008 bestehenden finanziellen Verbindlichkeiten des Konzerns haben Restlaufzeiten bis zu einem Jahr. Die Tilgung erfolgt aus dem operativen Cash-Flow bzw. kurzfristigen Kontokorrentverbindlichkeiten.

29. Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Es sind keine Ereignisse nach dem Bilanzstichtag bekannt.

30. Organe

Mitglieder des Vorstands:

Dr. Cornelius Patt, CEO und Vorsitzender
Guido Bienhaus, CTO, Informationstechnologie
Florian Seubert, CFO, Finanzen und Controlling
Andrea Skersies, CMO, Marketing/Sales

Die Vorstandsbezüge inklusive aller Nebenleistungen sind sämtlich kurzfristig und beliefen sich 2009 auf insgesamt 1.286 TEUR (Vorjahr: 939 TEUR). Auf die Tantieme des Geschäftsjahres 2009 wurde ein Vorschuss in Höhe von 540 TEUR zur Auszahlung gebracht. Außerdem gewährt die zooplus AG den Mitgliedern des Vorstands einen permanenten Vorschuss (41 TEUR) zur Deckung ihrer Auslagen.

Mitglieder des Aufsichtsrates:

Felix von Schubert, kaufmännischer Angestellter, zook ventures ltd. (Vorsitzender)
Frank Seehaus, Investment Manager, Acton Capital Partners (Stellvertreter des Vorsitzenden)
Dr. Norbert Stoeck, selbst. Kaufmann

Der Aufsichtsrat hat im Berichtsjahr 2009 in Summe 15 TEUR (Vorjahr: 10 TEUR) als Vergütung bekommen.

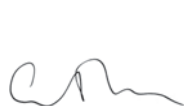
31. Honorar des Abschlussprüfers

Im Berichtsjahr sind 66 TEUR (Vorjahr: 48 TEUR) als Honorar für die Abschlussprüfung des Konzerns und 61 TEUR (Vorjahr: 8 TEUR) für sonstige Bestätigungs- und Bewertungsleistungen aufwandswirksam erfasst worden.

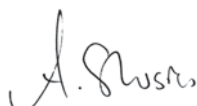
32. Corporate-Governance-Erklärung

Die zooplus Aktiengesellschaft hat die nach § 161 des Aktiengesetzes vorgeschriebene Erklärung zum „Deutschen Corporate Governance Kodex“ abgegeben und ihren Aktionären auf der Internetseite <http://investors.zooplus.com/de/ir/cgk> zugänglich gemacht.

München, 25. März 2010
Vorstand



Dr. Cornelius Patt



Andrea Skersies



Guido Bienhaus



Florian Seubert

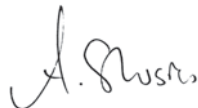
VERSICHERUNG DES VORSTANDS

Wir versichern nach bestem Wissen und Gewissen, dass gemäß den anzuwendenden Rechnungslegungsgrundsätzen der Konzernabschluss ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns vermittelt und im Konzernlagebericht der Geschäftsverlauf einschließlich des Geschäftsergebnisses und die Lage des Konzerns so dargestellt sind, dass ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild vermittelt wird und dass die wesentlichen Chancen und Risiken der voraussichtlichen Entwicklung des Konzerns beschrieben sind.

München, 25. März 2010



Dr. Cornelius Patt



Andrea Skersies



Guido Bienhaus



Florian Seubert

BESTÄTIGUNGSVERMERK DES ABSCHLUSSPRÜFERS AN DIE ZOOPLUS AG

Wir haben den von der zooplus AG aufgestellten Konzernabschluss – bestehend aus Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung, Eigenkapitalveränderungsrechnung, Kapitalflussrechnung und Anhang – sowie den Konzernlagebericht für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2009 bis 31. Dezember 2009 geprüft. Die Aufstellung von Konzernabschluss und Konzernlagebericht nach den IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, und den ergänzend nach § 315a Abs. 1 HGB anzuwendenden handelsrechtlichen Vorschriften sowie den ergänzenden Bestimmungen der Satzung liegt in der Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung eine Beurteilung über den Konzernabschluss und den Konzernlagebericht abzugeben.

Wir haben unsere Konzernabschlussprüfung nach § 317 HGB unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung vorgenommen. Danach ist die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass Unrichtigkeiten und Verstöße, die sich auf die Darstellung des durch den Konzernabschluss unter Beachtung der anzuwendenden Rechnungslegungsvorschriften und durch den Konzernlagebericht vermittelten Bildes der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage wesentlich auswirken, mit hinreichender Sicherheit erkannt werden. Bei der Festlegung der Prüfungshandlungen werden die Kenntnisse über die Geschäftstätigkeit und über das wirtschaftliche und rechtliche Umfeld des Konzerns sowie die Erwartungen über mögliche Fehler berücksichtigt. Im Rahmen der Prüfung werden die Wirksamkeit des rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsystems sowie Nachweise für die Angaben im Konzernabschluss und Konzernlagebericht überwiegend auf der Basis von Stichproben beurteilt. Die Prüfung umfasst die Beurteilung der Jahresabschlüsse der in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen, der Abgrenzung des Konsolidierungskreises, der angewandten Bilanzierungs- und Konsolidierungsgrundsätze und der wesentlichen Einschätzungen der gesetzlichen Vertreter sowie die Würdigung der Gesamtdarstellung des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts.

Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine hinreichend sichere Grundlage für unsere Beurteilung bildet.

Unsere Prüfung hat zu **keinen Einwendungen** geführt.

Nach unserer Beurteilung aufgrund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse entspricht der Konzernabschluss den IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, und den ergänzend nach § 315a Abs. 1 HGB anzuwendenden handelsrechtlichen Vorschriften (sowie den ergänzenden Bestimmungen der Satzung) und vermittelt unter Beachtung dieser Vorschriften ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns. Der Konzernlagebericht steht im Einklang mit dem Konzernabschluss, vermittelt insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage des Konzerns und stellt die Chancen und Risiken der künftigen Entwicklung zutreffend dar.

Nürnberg, den 24. März 2010

Schaffer WP Partner GmbH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Dr. Horst Schaffer
Wirtschaftsprüfer

IMPRESSUM

Herausgeber

zooplus AG
Sonnenstraße 15
80331 München
Deutschland

Tel.: +49 (0) 89 95 006 – 100

Fax: +49 (0) 89 95 006 – 500

E-Mail: kontakt@zooplus.de

www.zooplus.de

Investor Relations

cometis AG
Unter den Eichen 7
65195 Wiesbaden
Deutschland

Tel.: +49 611 20 58 55 – 0

Fax: +49 611 20 58 55 – 66

E-Mail: info@cometis.de

www.cometis.de

Konzept, Redaktion, Layout & Satz:

cometis AG

Der Geschäftsbericht liegt auch in englischer Sprache vor. Bei Unterschieden ist die deutsche Fassung maßgeblich.

Als digitale Version stehen der vorliegende Geschäftsbericht der zooplus AG sowie die Zwischenberichte jeweils im Internet unter www.zooplus.de in der Rubrik „Investor Relations/Finanzberichte“ zur Verfügung.

Zukunftsgerichtete Aussagen und Prognosen

Dieser Bericht 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 den Seiten 35 bis 37 genannten Faktoren. Wir übernehmen keine Verpflichtung, die in diesem Bericht gemachten zukunftsgerichteten Aussagen zu aktualisieren.



zooplus AG
Sonnenstraße 15
80331 München
Deutschland

