

HALBJAHRESBERICHT 2017



ZALANDO AUF EINEN BLICK

KENNZAHLEN

	01.04. – 30.06.2017	01.04. – 30.06.2016	01.01. – 30.06.2017	01.01. – 30.06.2016
Leistungsindikatoren Konzern				
Site-Visits (in Mio.)	595,2	480,2	1.212,8	959,7
Anteil der Site-Visits über mobile Endgeräte (in %)	69,7	64,7	69,3	63,5
Aktive Kunden (in Mio.)	21,2	18,8	21,2	18,8
Anzahl Bestellungen (in Mio.)	22,2	17,5	42,1	33,2
Durchschnittliche Bestellungen pro aktivem Kunden	3,7	3,3	3,7	3,3
Durchschnittliche Warenkorbgröße (in EUR)	64,5	66,2	63,8	66,4
Bereinigtes Marketingkostenverhältnis (in % der Umsatzerlöse)	7,3	10,5	8,3	10,5
Bereinigtes Fulfillmentkostenverhältnis (in % der Umsatzerlöse)	26,8	23,1	25,9	23,6
Ertragslage Konzern				
Umsatzerlöse (in Mio. EUR)	1.100,5	916,4	2.080,7	1.712,6
EBIT (in Mio. EUR)	76,3	77,2	91,2	93,6
EBIT (in % der Umsatzerlöse)	6,9	8,4	4,4	5,5
Bereinigtes EBIT (in Mio. EUR)	81,8	80,9	102,1	101,2
Bereinigtes EBIT (in % der Umsatzerlöse)	7,4	8,8	4,9	5,9
Vermögenslage				
Nettoumlaufvermögen (Net Working Capital) (in Mio. EUR)	-37,0	-127,6*	-37,0	-127,6*
Eigenkapitalquote (in % der Bilanzsumme)	54,4	55,5*	54,4	55,5*
Operativer Cashflow (in Mio. EUR)	79,1	156,9	62,4	147,7
Investiver Cashflow (in Mio. EUR)	-51,5	-62,7	-58,9	-87,3
Liquide Mittel (in Mio. EUR)	975,1	1.035,9	975,1	1.035,9
Sonstige				
Mitarbeiter (zum Bilanzstichtag)	13.218	11.998*	13.218	11.998*
Unverwässertes Ergebnis je Aktie (in EUR)	0,19	0,21	0,21	0,22

*) Zum 31.12.2016

21,2 Mio.

aktive Kunden

1.212,8 Mio.

Site-Visits im ersten Halbjahr 2017

91,2 Mio. EUR

EBIT im ersten Halbjahr 2017

INHALT

01

KONZERN-ZWISCHENLAGEBERICHT

- 01.1 5 Grundlagen des Konzerns
- 01.2 5 Wirtschaftsbericht
- 01.3 18 Nachtragsbericht
- 01.4 18 Risiko- und Chancenbericht
- 01.5 18 Prognosebericht

02

KONZERN-ZWISCHENABSCHLUSS

- 02.1 21 Konzern-Gesamtergebnisrechnung
- 02.2 22 Konzernbilanz
- 02.3 24 Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung
- 02.4 26 Konzern-Kapitalflussrechnung
- 02.5 29 Verkürzter Konzernanhang
- 02.6 37 Erklärung der gesetzlichen Vertreter
- 02.7 37 Bescheinigung nach prüferischer Durchsicht

03

SERVICE

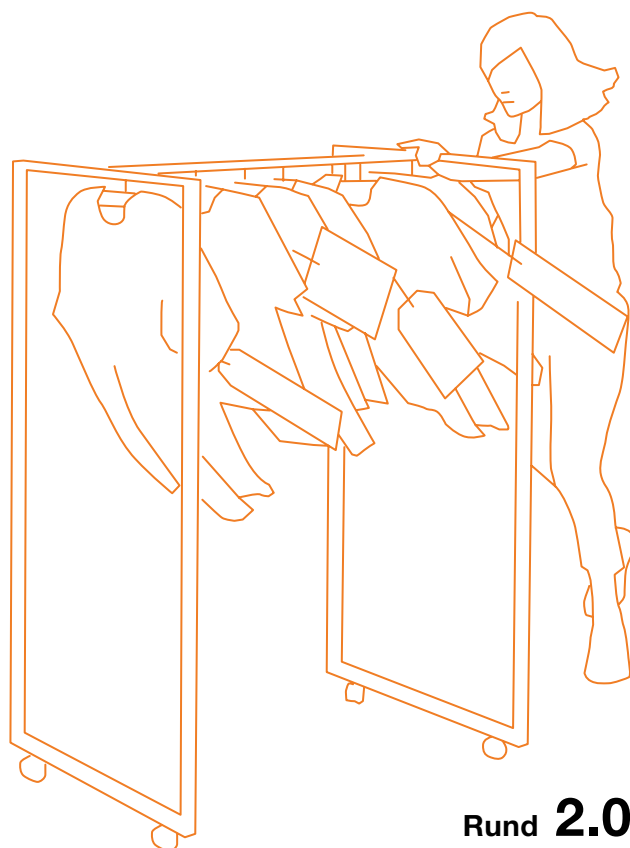
- 03.1 40 Glossar
- 03.2 42 Grafiken- und Tabellenverzeichnis
- 03.3 43 Finanzkalender 2017
- 03.4 43 Impressum

01

KONZERN- ZWISCHENLAGEBERICHT

Mehr als **250.000**

Artikel



Rund **2.000**

Markenpartner

01.1 GRUNDLAGEN DES KONZERNS

Die im Geschäftsbericht 2016 getroffenen Aussagen zum Geschäftsmodell, zur Konzernstruktur, zur Strategie und zu den Zielen des Konzerns, zum Managementsystem, zur Forschung und Entwicklung sowie zum Thema Nachhaltigkeit im Zalando-Konzern sind zum Zeitpunkt der Aufstellung dieses Zwischenberichts nach wie vor zutreffend.

01.2 WIRTSCHAFTSBERICHT

01.2.1 GESAMTWIRTSCHAFTLICHE UND BRANCHENBEZOGENE RAHMENBEDINGUNGEN

Der Internet-Einzelhandel entwickelt sich weiterhin rasanter als die gesamte Einzelhandelsbranche. Der europäische Online-Einzelhandel¹ wuchs 2016 um 13,6 % und damit stärker als der klassische Einzelhandel, der lediglich ein Wachstum von 2,6 % verzeichnete. Der europäische Mode-Einzelhandel² schloss das Jahr mit einem Handelsvolumen von ca. 423 Mrd. EUR ab, ein nominales Wachstum von 0,7 %, während der Online-Modemarkt gegenüber dem Vorjahr ein Wachstum von 9,0 % auf 51 Mrd. EUR verzeichnete.

Erste Reaktionen aus dem deutschen Modehandel zum Verlauf des zweiten Quartals 2017 zeigen, dass die erhoffte Trendwende nach dem schwachen Abschneiden im ersten Quartal ausgeblieben ist. Laut Textilwirtschaft verzeichnete der Modehandel insgesamt im ersten Halbjahr einen Rückgang von 3 % gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Die kühlen Witterung zu Beginn des zweiten Quartals und das überwiegend regnerische Wetter Ende Juni wirkten sich nachteilig auf den Verkauf der Sommermode aus.³ Laut den aktuellen Verkaufszahlen der Gesellschaft für Konsumforschung für den deutschen Markt konnte der Online-Modehandel vor dem Hintergrund der insgesamt rückläufigen Modeverkäufe nach einem Umsatzrückgang im April sowohl im Mai als auch im Juni einen Anstieg verbuchen.⁴

Wir sind der Auffassung, dass unser Geschäftsmodell weiterhin von den positiven Aussichten für den europäischen Online-Modemarkt profitieren wird:

- Technologische Fortschritte sind die wesentlichen Treiber der zweiten Welle des E-Commerce, die das Wachstum des Online-Modegeschäfts weiter ankurbeln wird. Es wird erwartet, dass der Marktanteil des Online-Modehandels zulasten des stationären Handels weiter zunehmen wird.
- Europa ist mit seinem hochkonzentrierten Wohlstand nach wie vor ein äußerst attraktiver Modemarkt. In unseren Hauptmärkten in Westeuropa⁵ lagen die Modeausgaben im Jahr 2016 bei 788,9 EUR pro Person und waren damit im weltweiten Vergleich am höchsten. Zusammen mit der hohen Bevölkerungsdichte verzeichnet Westeuropa die höchsten Modeausgaben pro km² weltweit. Schätzungen zufolge belaufen sich diese auf 89,1 TEUR im Vergleich zu 15,9 TEUR weltweit. Die Ausgaben pro km² sind für Online-Händler eine wichtige Kennzahl, da höhere Ausgaben pro km² eine schnellere und kostengünstigere Lieferung ermöglichen.
- Die durchschnittliche Bruttogewinnmarge von Online-Modehändlern liegt zwischen 40 % und 60 %⁶ und damit deutlich über den durchschnittlichen Margen in anderen Online-Produktkategorien, z. B. Elektronik.

¹⁾ Euromonitor, Europa ohne Russland

²⁾ Euromonitor, Europa ohne Russland

³⁾ Textilwirtschaft

⁴⁾ GfK

⁵⁾ Euromonitor, Europa ohne Russland

⁶⁾ Gesellschaftsangaben; Durchschnitt der Bruttogewinnmargen ausgewählter börsennotierter E-Commerce-Unternehmen wie Asos, Yoox und Boohoo basierend auf öffentlich zugänglichen Informationen

- Die gestiegene Durchdringung des Markts mit mobilen Geräten und das erweiterte Angebot an Anwendungen haben wesentlich zu dem starken Wachstum im Online-Einzelhandel, einschließlich des Online-Modehandels, beigetragen. Smartphones und Tablets ermöglichen jederzeit und praktisch überall Zugang zum Internet und werden von den Konsumenten zunehmend zum Mode-Shopping verwendet. Prognosen für Mobile-Commerce zeigen, dass sich dieser Trend voraussichtlich fortsetzen wird, und rechnen in den kommenden fünf Jahren mit einer durchschnittlichen Wachstumsrate von ca. 15,3 %.⁷

01.2.2 KONZERNERTRAGSLAGE

Die verkürzte Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung für das zweite Quartal 2017 zeigt ein anhaltend starkes Umsatzwachstum und eine solide Ertragslage, wobei weiterhin Investitionen in das Kundenerlebnis, das Leistungsangebot für Markenpartner und die Logistikinfrastruktur getätigt wurden.

KONZERN-GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG ZUM 1. HALBJAHR

→ 01

IN MIO. EUR	01.01. – 30.06.2017	In % vom Umsatz	01.01. – 30.06.2016	In % vom Umsatz	Veränderung
Umsatzerlöse	2.080,7	100,0 %	1.712,6	100,0 %	0,0 pp
Umsatzkosten	–1.159,8	–55,7 %	–945,9	–55, 2 %	–0,5 pp
Bruttoergebnis vom Umsatz	920,9	44,3 %	766,7	44,8 %	–0,5 pp
Vertriebskosten	–717,0	–34,5 %	–587,1	–34,3 %	–0,2 pp
Verwaltungskosten	–113,2	–5,4 %	–89,5	–5,2 %	–0,2 pp
Sonstige betriebliche Erträge	4,3	0,2 %	5,0	0,3 %	–0,1 pp
Sonstige betriebliche Aufwendungen	–3,8	–0,2 %	–1,4	–0,1 %	–0,1 pp
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	91,2	4,4 %	93,6	5,5 %	–1,1 pp

SONSTIGE KONZERN-FINANZDATEN ZUM 1. HALBJAHR

→ 02

IN MIO. EUR	01.01. – 30.06.2017	01.01. – 30.06.2016	Veränderung
EBIT-Marge (in % der Umsatzerlöse)	4,4 %	5,5 %	–1,1 pp
Bereinigtes EBIT (ohne anteilsbasierte Vergütung mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente und nicht operative Einmaleffekte)	102,1	101,2	0,9
Bereinigte EBIT-Marge (in % der Umsatzerlöse)	4,9 %	5,9 %	–1,0 pp
EBITDA	117,3	112,8	4,5
Bereinigtes EBITDA (ohne anteilsbasierte Vergütung mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente und nicht operative Einmaleffekte)	128,2	120,4	7,8

⁷⁾ Euromonitor, Europa ohne Russland

KONZERN-GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG IM 2. QUARTAL

→ 03

IN MIO. EUR	01.04. – 30.06.2017	In % vom Umsatz	01.04. – 30.06.2016	In % vom Umsatz	Ver- änderung
Umsatzerlöse	1.100,5	100,0 %	916,4	100,0 %	0,0 pp
Umsatzkosten	–585,0	–53,2 %	–483,2	–52,7 %	–0,4 pp
Bruttoergebnis vom Umsatz	515,5	46,8 %	433,3	47,3 %	–0,4 pp
Vertriebskosten	–377,7	–34,3 %	–310,0	–33,8 %	–0,5 pp
Verwaltungskosten	–60,4	–5,5 %	–48,9	–5,3 %	–0,1 pp
Sonstige betriebliche Erträge	1,5	0,1 %	3,5	0,4 %	–0,2 pp
Sonstige betriebliche Aufwendungen	–2,7	–0,2 %	–0,7	–0,1 %	–0,2 pp
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	76,3	6,9 %	77,2	8,4 %	–1,5 pp

SONSTIGE KONZERN-FINANZDATEN IM 2. QUARTAL

→ 04

IN MIO. EUR	01.04. – 30.06.2017	01.04. – 30.06.2016	Ver- änderung
EBIT-Marge (in % der Umsatzerlöse)	6,9 %	8,4 %	– 1,5 pp
Bereinigtes EBIT (ohne anteils- basierte Vergütung mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente und nicht operative Einmaleffekte)	81,8	80,9	0,8
Bereinigte EBIT-Marge (in % der Umsatzerlöse)	7,4 %	8,8 %	–1,4 pp
EBITDA	89,8	87,3	2,6
Bereinigtes EBITDA (ohne anteils- basierte Vergütung mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente und nicht operative Einmaleffekte)	95,3	91,0	4,3

LEISTUNGSINDIKATOREN

→ 05

LEISTUNGS- INDIKATOREN*	01.04. – 30.06.2017	01.04. – 30.06.2016	Ver- änderung	01.01. – 30.06.2017	01.01. – 30.06.2016	Ver- änderung
Site-Visits (in Mio.)	595,2	480,2	24,0 %	1.212,8	959,7	26,4 %
Anteil der Site-Visits über mobile Endgeräte (in %)	69,7	64,7	5,0 pp	69,3	63,5	5,8 pp
Aktive Kunden (in Mio.)	21,2	18,8	12,6 %	21,2	18,8	12,6 %
Anzahl Bestellungen (in Mio.)	22,2	17,5	26,8 %	42,1	33,2	27,0 %
Durchschnittliche Bestellungen pro aktivem Kunden	3,7	3,3	11,2 %	3,7	3,3	11,2 %
Durchschnittliche Warenkorbgröße (in EUR)	64,5	66,2	–2,6 %	63,8	66,4	–3,9 %
Umsatzerlöse (in Mio. EUR)	1.100,5	916,4	20,1 %	2.080,7	1.712,6	21,5 %
Bereinigtes Fulfillment- kostenverhältnis (in % der Umsatzerlöse)	26,8	23,1	3,7 pp	25,9	23,6	2,3 pp
Bereinigtes Marketingkostenverhältnis (in % der Umsatzerlöse)	7,3	10,5	–3,2 pp	8,3	10,5	–2,2 pp
Fulfillmentkostenverhältnis (in % der Umsatzerlöse)	26,9	23,2	3,7 pp	26,1	23,7	2,4 pp
Marketingkostenverhältnis (in % der Umsatzerlöse)	7,4	10,6	–3,2 pp	8,4	10,6	–2,2 pp
EBIT (in Mio. EUR)	76,3	77,2	–1,2 %	91,2	93,6	–2,6 %
EBIT-Marge (in % der Umsatzerlöse)	6,9	8,4	–1,5 pp	4,4	5,5	–1,1 pp
Bereinigtes EBIT (in Mio. EUR)	81,8	80,9	1,0 %	102,1	101,2	0,9 %
Bereinigtes EBIT (in % der Umsatzerlöse)	7,4	8,8	–1,4 pp	4,9	5,9	–1,0 pp
EBITDA (in Mio. EUR)	89,8	87,3	2,9 %	117,3	112,8	4,0 %
Bereinigtes EBITDA (in Mio. EUR)	95,3	91,0	4,8 %	128,2	120,4	6,5 %
Nettoumlaufvermögen (Net Working Capital) (in Mio. EUR)	–37,0	–127,6 **	71,0 %	–37,0	–127,6 **	71,0 %
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit (in Mio. EUR)	79,1	156,9	–49,6 %	62,4	147,7	–57,8 %

*) Weitere Erläuterungen zu den Leistungskennzahlen finden sich im Glossar.

**) Zum 31.12.2016

Die wichtigsten Leistungskennzahlen von Zalando sind Umsatzerlöse, EBIT, EBIT-Marge, durchschnittliche Warenkorbgröße sowie Anzahl der Bestellungen.

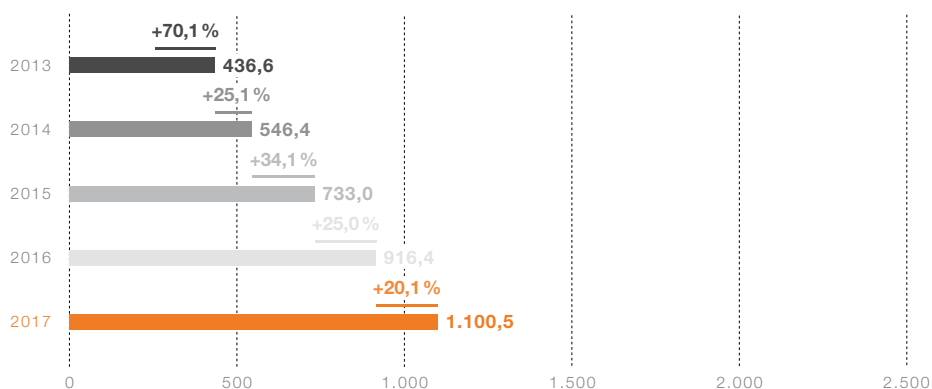
UMSATZENTWICKLUNG

Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum konnte Zalando seinen Umsatz im zweiten Quartal 2017 um 184,0 Mio. EUR von 916,4 Mio. EUR auf 1.100,5 Mio. EUR steigern. Dies entspricht im Jahresvergleich einem Umsatzwachstum von 20,1 %.

UMSATZERLÖSE IM 2. QUARTAL 2013–2017

→ 01

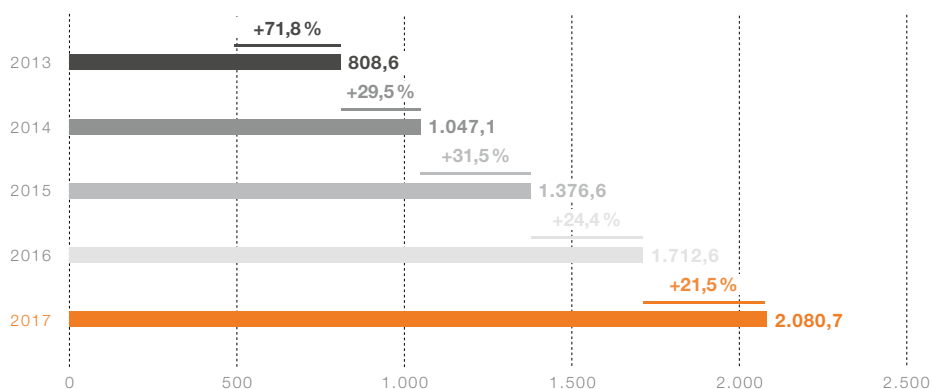
IN MIO. EUR



UMSATZERLÖSE IM 1. HALBJAHR 2013–2017

→ 02

IN MIO. EUR



Die Umsatzsteigerung ist auf den größeren Kundenstamm sowie einen Anstieg der durchschnittlichen Bestellungen pro aktivem Kunden zurückzuführen. Der Konzern hatte zum 30. Juni 2017 21,2 Millionen aktive Kunden im Vergleich zu 18,8 Millionen aktiven Kunden zum 30. Juni 2016 – eine Steigerung von 12,6 %. Der gewachsene Kundenstamm hat im Vergleich zum entsprechenden Vorjahreszeitraum eine größere Anzahl an Bestellungen getätigt. Die durchschnittliche Anzahl an Bestellungen pro aktivem Kunden nahm um 11,2 % zu. Unsere fortlaufenden Investitionen in die

Kundenfreundlichkeit, wie etwa taggleiche Lieferung (Same Day Delivery) und Retouren-Abholung (Return on Demand), trugen zur Umsatzsteigerung bei. Die durchschnittliche Warenkorbgröße sank leicht auf 64,5 EUR (Vorjahr: 66,2 EUR).

Aufgrund der positiven Entwicklung der oben genannten Leistungsindikatoren stiegen die Umsatzerlöse in den ersten sechs Monaten 2017 gegenüber dem Vorjahr um 21,5 % auf 2.080,7 Mio. EUR (Vorjahr: 1.712,6 Mio. EUR).

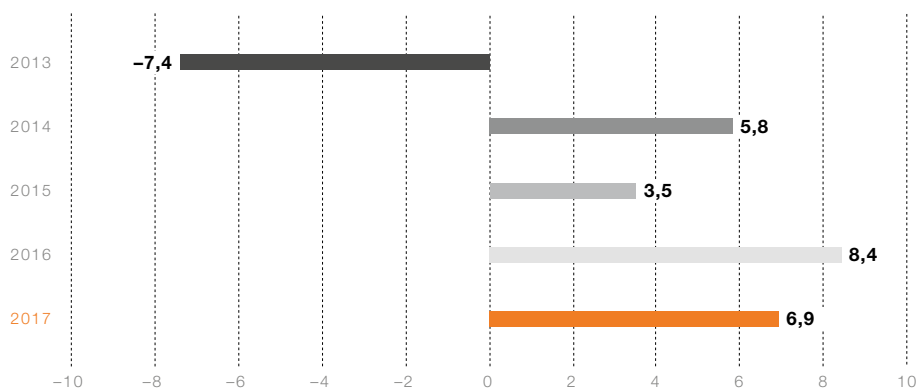
EBIT-ENTWICKLUNG

Im zweiten Quartal 2017 hat der Konzern ein EBIT von 76,3 Mio. EUR (Vorjahr: 77,2 Mio. EUR) erwirtschaftet. Dieser Rückgang der EBIT-Marge um 1,5 Prozentpunkte auf 6,9 % (Vorjahr: 8,4 %) ist insbesondere auf den Rückgang der Bruttogewinnmarge um 0,4 Prozentpunkte und die Erhöhung des Fulfillmentkostenverhältnisses um 3,7 Prozentpunkte zurückzuführen und konnte durch ein verbessertes Marketingkostenverhältnis nicht kompensiert werden.

EBIT-MARGE IM 2. QUARTAL 2013–2017

→ 03

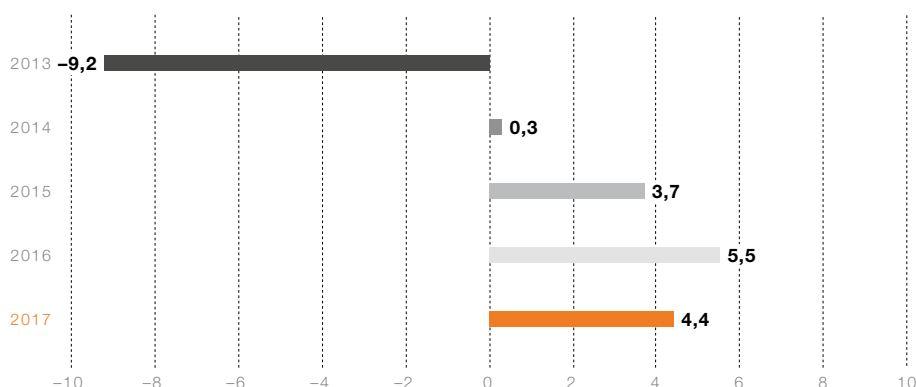
IN %



EBIT-MARGE IM 1. HALBJAHR 2013–2017

→ 04

IN %



Die Umsatzkosten erhöhten sich im zweiten Quartal 2017 um 21,1 % von 483,2 Mio. EUR auf 585,0 Mio. EUR, was zu einem leichten Rückgang der Bruttogewinnmarge um 0,4 Prozentpunkte von 47,3 % auf 46,8 % führte, die sich damit in etwa auf Vorjahresniveau bewegte. Die gewährten Rabatte des Konzerns lagen leicht über dem Niveau des Vorjahreszeitraums.

Die Vertriebskosten stiegen um 21,9 % von 310,0 Mio. EUR auf 377,7 Mio. EUR – ein Anstieg um 0,5 Prozentpunkte von 33,8 auf 34,3 in Prozent vom Umsatz. Die Vertriebskosten setzen sich zusammen aus Fulfillment- und Marketingkosten.

Das Fulfillmentkostenverhältnis in Prozent vom Umsatz stieg im zweiten Quartal 2017 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 3,7 Prozentpunkte. Hauptgrund für diese Entwicklung sind höhere Logistikkosten, da Zalando seine Investitionen in das Leistungsversprechen an Kunden und Marken sowie in die Infrastruktur fortsetzte. Zu erwähnen wären hier der Ausbau neuer Logistikzentren in Süddeutschland, Frankreich und Italien sowie die fortlaufenden Investitionen in die Kundenfreundlichkeit, wie etwa taggleiche Lieferung (Same Day Delivery) und Retouren-Abholung (Return on Demand).

Das Marketingkostenverhältnis verbesserte sich im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 3,2 Prozentpunkte auf 7,4 %. Grund waren niedrigere Marketingkosten, die durch Kosteneinsparungen infolge kontinuierlicher Effizienzsteigerungen ergänzt wurden.

Die Verwaltungskosten stiegen im zweiten Quartal 2017 um 11,4 Mio. EUR von 48,9 Mio. EUR auf 60,4 Mio. EUR im Vergleich zum Vorjahreszeitraum und lagen in Prozent vom Umsatz auf Vorjahresniveau. Der höhere Eurobetrag ergibt sich in erster Linie aus der höheren Mitarbeiterzahl sowie den damit verbundenen Bürokosten.

Die ersten sechs Monate 2017 entwickelten sich wie folgt: Die EBIT-Marge in Prozent vom Umsatz ist um 1,1 Prozentpunkte von 5,5 % in der ersten Jahreshälfte 2016 auf 4,4 % im Vergleichszeitraum

2017 gesunken. Dieser Rückgang resultierte aus einer niedrigeren Bruttogewinnmarge und einem geringfügig gestiegenen Vertriebskostenverhältnis. Die Bruttogewinnmarge sank um 0,5 Prozentpunkte auf 44,3 %, insbesondere aufgrund einer leicht höheren Konzernrabattquote. Infolge der kontinuierlichen Investitionen in die Logistikinfrastruktur erhöhten sich die Vertriebskosten in Prozent vom Umsatz um 0,2 Prozentpunkte von 34,3 % in den ersten sechs Monaten 2016 auf 34,5 % in den ersten sechs Monaten 2017.

BEREINIGTES EBIT

Zur Beurteilung der operativen Leistung der Segmente betrachtet das Zalando-Management auch das bereinigte EBIT und die bereinigte EBIT-Marge vor Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütung mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente und nicht operativen Einmaleffekten.

Im zweiten Quartal 2017 hat Zalando ein bereinigtes EBIT von 81,8 Mio. EUR (Vorjahr: 80,9 Mio. EUR) erwirtschaftet, was einer bereinigten EBIT-Marge von 7,4 % entspricht (Vorjahr: 8,8 %). Der Anstieg des bereinigten EBIT ist auf höhere Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütung mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente zurückzuführen. Weder in den ersten sechs Monaten 2017 noch im Vorjahreszeitraum sind sonstige nicht operative Einmaleffekte im EBIT enthalten.

Das EBIT umfasst die folgenden Aufwendungen aus anteilsbasierter Vergütung mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente. Weiterführende Informationen finden sich im Anhang zum Jahresabschluss 2016 (Punkt 03.5.7 (20.)).

AUFWENDUNGEN FÜR ANTEILSBASIERTE VERGÜTUNG NACH FUNKTIONSBEREICHEN → 06

IN MIO. EUR	01.04. – 30.06.2017	01.04. – 30.06.2016	Ver- änderung	01.01. – 30.06.2017	01.01. – 30.06.2016	Ver- änderung
Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütung mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente	5,5	3,7	1,8	10,9	7,5	3,3
Umsatzkosten	1,4	0,9	0,4	2,7	1,9	0,8
Vertriebskosten	2,7	1,9	0,9	5,4	3,8	1,7
davon Marketingkosten	1,4	0,9	0,4	2,7	1,9	0,8
davon Fulfillmentkosten	1,4	0,9	0,4	2,7	1,9	0,8
Verwaltungskosten	1,4	0,9	0,4	2,7	1,9	0,8

01.2.3 ERTRAGSLAGE SEGMENTE

Die verkürzte Segmentergebnisrechnung für das zweite Quartal 2017 zeigt eine deutliche Umsatzsteigerung in allen Segmenten. In den Segmenten Übriges Europa und Sonstige ist das EBIT gegenüber der Vorjahresperiode gestiegen, im Segment DACH gesunken.

ERTRAGSLAGE SEGMENTE

→ 07

IN MIO. EUR	01.04. – 30.06.2017	01.04. – 30.06.2016	Ver- änderung	01.01. – 30.06.2017	01.01. – 30.06.2016	Ver- änderung
Umsatzerlöse						
DACH	542,9	471,4	71,5	1.017,9	877,3	140,6
Übriges Europa	469,8	383,2	86,6	898,1	717,7	180,4
Sonstige	87,8	61,8	26,0	164,7	117,6	47,1
Betriebliches Ergebnis (EBIT)						
DACH	54,0	63,8	-9,8	86,8	101,1	-14,3
Übriges Europa	15,0	14,4	0,6	-6,4	-4,1	-2,3
Sonstige	7,3	-1,0	8,3	10,7	-3,4	14,1
Sonstige Segment-Finanzdaten						
Bereinigtes EBIT DACH	56,7	65,7	-9,0	92,1	105,0	-12,9
Bereinigtes EBIT Übriges Europa	17,3	15,9	1,5	-1,8	-1,1	-0,7
Bereinigtes EBIT Sonstige	7,8	-0,6	8,4	11,7	-2,7	14,4

Das EBIT umfasst die folgenden Aufwendungen aus anteilsbasierter Vergütung mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente:

AUFWENDUNGEN FÜR ANTEILSBASIERTE VERGÜTUNGEN NACH SEGMENTEN

→ 08

IN MIO. EUR	01.04. – 30.06.2017	01.04. – 30.06.2016	Ver- änderung	01.01. – 30.06.2017	01.01. – 30.06.2016	Ver- änderung
Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütung mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente						
	5,5	3,7	1,8	10,9	7,5	3,3
DACH	2,7	1,9	0,8	5,3	3,8	1,5
Übriges Europa	2,3	1,5	0,9	4,6	3,0	1,7
Sonstige	0,5	0,3	0,1	1,0	0,7	0,2

SEGMENTENTWICKLUNG FÜR DAS QUARTAL

In allen Segmenten von Zalando wurde ein Anstieg der Umsatzerlöse verzeichnet, wodurch die Marktposition in allen Segmenten ausgebaut werden konnte.

Gegenüber der Vorjahresperiode sind die Umsatzerlöse im zweiten Quartal 2017 im DACH-Segment um 15,2 %, im Segment Übriges Europa um 22,6 % und im Segment Sonstige um 42,1 % gestiegen. Das Segment DACH bleibt jedoch das umsatzstärkste Segment, das Segment Übriges Europa verzeichnete in absoluten Werten die höchste Umsatzsteigerung. Das Umsatzwachstum im Segment Sonstige ist in erster Linie auf die Zalando Lounge zurückzuführen, die die Zahl der von ihr durchgeführten Verkaufsaktionen sowie ihre Zahl aktiver Kunden signifikant erhöht hat, sowie auf den neuen Outlet-Store in Köln.

Mit einer EBIT-Marge von 9,9 % war das DACH-Segment im zweiten Quartal 2017 hochprofitabel. Hauptgrund für den Rückgang um 3,6 Prozentpunkte im Vergleich zum Vorjahreszeitraum sind höhere Fulfillmentkosten. Im Segment Übriges Europa fiel die EBIT-Marge von 3,8 % um 0,6 Prozentpunkte auf 3,2 % insbesondere aufgrund höherer Fulfillmentkosten. Das Segment Sonstige verzeichnete im zweiten Quartal 2017 einen Anstieg um 9,9 Prozentpunkte auf eine EBIT-Marge von 8,3 %. Diese positive Entwicklung ist in erster Linie darauf zurückzuführen, dass aufgrund von profitabler Beschaffung eine deutlich höhere Marge erzielt werden konnte.

SEGMENTENTWICKLUNG FÜR DAS ERSTE HALBJAHR

In der ersten Jahreshälfte 2017 stieg der Konzernumsatz von 1.712,6 Mio. EUR im entsprechenden Vorjahreszeitraum um 21,5 % auf 2.080,7 Mio. EUR.

Im Segment DACH erhöhte sich der Umsatz im Vergleich zum Vorjahreszeitraum in den ersten sechs Monaten 2017 um 16,0 %. Damit bleibt das Segment DACH das umsatzstärkste Segment. Im Segment Übriges Europa stiegen die Umsatzerlöse um 25,1 %. Im Segment Sonstige erzielte Zalando ein Umsatzwachstum von 40,1 %. Bekleidung blieb in den ersten sechs Monaten 2017 die umsatzstärkste Produktkategorie.

Die EBIT-Marge im Segment DACH ging von 11,5 % im ersten Halbjahr 2016 auf 8,5 % im ersten Halbjahr 2017 zurück. Hauptgrund hierfür waren höhere Fulfillmentkosten. Die EBIT-Marge des Segments Übriges Europa ist in den ersten sechs Monaten zum 30. Juni 2017 leicht um 0,1 Prozentpunkte auf -0,7 % gesunken. Im Segment Sonstige verbesserte sich die EBIT-Marge von -2,9 % im ersten Halbjahr 2016 auf 6,5 % im ersten Halbjahr 2017. Grund hierfür war insbesondere ein Margenanstieg infolge profitabler Beschaffung.

BEREINIGTES EBIT

Das DACH-Segment erzielte im zweiten Quartal 2017 eine bereinigte EBIT-Marge von 10,4 %, was einem Rückgang um 3,5 Prozentpunkte im Vergleich zum Vorjahreszeitraum entspricht. Das Segment Übriges Europa erwirtschaftete eine bereinigte EBIT-Marge von 3,7 % – ein Rückgang um 0,5 Prozentpunkte gegenüber 4,1 % im Vorjahr. Das Segment Sonstige verzeichnete im zweiten Quartal 2017 einen Anstieg um 9,9 Prozentpunkte auf eine bereinigte EBIT-Marge von 8,9 %. Zurückzuführen

ren ist die Entwicklung des bereinigten EBIT und der bereinigten EBIT-Marge auf höhere Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütung mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente.

01.2.4 FINANZLAGE

Die Liquiditätssituation und die finanzielle Entwicklung des Zalando-Konzerns werden anhand der nachfolgenden verkürzten Kapitalflussrechnung aufgezeigt:

VERKÜRZTE KAPITALFLUSSRECHNUNG

→ 09

IN MIO. EUR	01.04. – 30.06.2017	01.04. – 30.06.2016	01.01. – 30.06.2017	01.01. – 30.06.2016
Mittelzufluss aus laufender Geschäftstätigkeit	79,1	156,9	62,4	147,7
Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit	-51,5	-62,7	-58,9	-87,3
Mittelabfluss aus der Finanzierungstätigkeit	-1,0	-0,3	-1,8	-1,1
Zahlungswirksame Veränderungen des Finanzmittelbestands	26,7	93,9	1,8	59,2
Wechselkursbedingte und sonstige Veränderungen des Finanzmittelbestands	-1,5	0,8	0,7	0,4
Finanzmittelbestand am Anfang der Periode	949,9	941,2	972,6	976,2
Finanzmittelbestand am 30.06.	975,1	1.035,9	975,1	1.035,9

Zalando hat im zweiten Quartal 2017 einen positiven Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit von 79,1 Mio. EUR (Vorjahreszeitraum: 156,9 Mio. EUR) erwirtschaftet.

Das Periodenergebnis ging im Vergleich zum Vorjahr leicht zurück (von 50,9 Mio. EUR im Vorjahreszeitraum auf 47,4 Mio. EUR im zweiten Quartal 2017). Der niedrigere Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit resultierte in erster Linie aus der Erhöhung des Nettoumlaufvermögens.

Die negative Entwicklung des Nettoumlaufvermögens im Vergleich zum zweiten Quartal 2016 in Höhe von 122,5 Mio. EUR ist insbesondere auf die Vorräte zurückzuführen, die aufgrund höherer Wareneingänge für die Herbst-/Winter-Saison weniger stark als im Vorjahreszeitraum zurückgingen. Der Rückgang der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen fiel infolge eines im Jahresvergleich stärkeren Rückgangs bezogener Waren im zweiten Quartal 2017 deutlicher aus als im Vorjahreszeitraum.

Die Entwicklung des Nettoumlaufvermögens wurde durch den Rückgang der sonstigen Vermögenswerte abzüglich sonstiger Schulden um 48,1 Mio. EUR, der hauptsächlich aus dem Mittelzufluss aus niedrigeren ausstehenden Umsatzsteuerforderungen resultierte, teilweise kompensiert.

Der Cashflow aus der Investitionstätigkeit in Höhe von 51,5 Mio. EUR umfasst in erster Linie Investitionen in die Logistikinfrastruktur in Höhe von 34,7 Mio. EUR, insbesondere in Verbindung mit den Logistikzentren in Gryfino nahe Stettin, Polen und Lahr, sowie Investitionen in selbst erstellte Software in Höhe von 13,8 Mio. EUR. Ein Betrag in Höhe von 26,7 Mio. EUR wurde in Unternehmensakquisitionen investiert. Die jeweiligen Transaktionen wurden im Juni 2017 abgeschlossen.

und umfassen die Kickz Never Not Ballin' GmbH, München, Deutschland („Kickz“), und die Anatwine Ltd, Cheltenham, Großbritannien („Anatwine“).

Infolgedessen ging der frei verfügbare Cashflow im zweiten Quartal 2017 um 83,9 Mio. EUR von 84,2 Mio. EUR im Vorjahreszeitraum auf 0,3 Mio. EUR zurück.

Die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente nahmen im zweiten Quartal um 25,2 Mio. EUR zu, sodass Zalando zum 30. Juni 2017 über Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente in Höhe von 975,1 Mio. EUR verfügt.

01.2.5 VERMÖGENSLAGE

Die Vermögenslage des Konzerns wird in folgender verkürzter Bilanz dargestellt.

AKTIVA

→ 10

IN MIO. EUR	30.06.2017		31.12.2016		Veränderung	
Langfristige Vermögenswerte	527,6	19,5 %	392,6	15,5 %	135,0	34,4 %
Kurzfristige Vermögenswerte	2.182,9	80,5 %	2.145,6	84,5 %	37,3	1,7 %
Gesamtvermögen	2.710,5	100,0 %	2.538,2	100,0 %	172,3	6,8 %

PASSIVA

→ 11

IN MIO. EUR	30.06.2017		31.12.2016		Veränderung	
Eigenkapital	1.473,6	54,4 %	1.407,5	55,5 %	66,2	4,7 %
Langfristige Schulden	55,8	2,1 %	32,5	1,3 %	23,2	71,3 %
Kurzfristige Schulden	1.181,1	43,6 %	1.098,2	43,3 %	82,9	7,6 %
Gesamtkapital	2.710,5	100,0 %	2.538,2	100,0 %	172,3	6,8 %

Das Gesamtvermögen hat sich im Vergleich zum 31. Dezember 2016 um 172,3 Mio. EUR erhöht. Nettoumlaufvermögen, Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente sowie Eigenkapital sind die wesentlichsten Bilanzpositionen.

Die Zugänge zu den immateriellen Vermögenswerten beliefen sich in den ersten sechs Monaten 2017 auf 82,2 Mio. EUR (Vorjahr: 46,9 Mio. EUR) und die Zugänge zu den Sachanlagen auf 102,3 Mio. EUR (Vorjahr: 50,0 Mio. EUR) und betrafen im Wesentlichen die Logistikzentren in Gryfino nahe Stettin, Polen und Lahr. Die Akquisitionen und Investitionen in Verbindung mit den

Unternehmen Kickz und Anatwine führten zu Zugängen zu den immateriellen Vermögenswerten von 52,5 Mio. EUR, einschließlich Geschäfts- oder Firmenwerten von 33,6 Mio. EUR sowie Warenzeichen und ähnliche Rechte und Werte von 14,9 Mio. EUR.

Das Vorratsvermögen beinhaltet fast ausschließlich Waren für den Fashion-Store von Zalando. Der Anstieg der Vorräte um 86,4 Mio. EUR auf 663,4 Mio. EUR spiegelt das allgemein höhere Geschäftsvolumen wider.

Die zum 30. Juni 2017 ausgewiesenen Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sind kurzfristig. Der Anstieg von 216,0 Mio. EUR auf 247,0 Mio. EUR resultiert im Wesentlichen aus dem höheren Absatzvolumen.

Die sonstigen finanziellen Vermögenswerte gingen von 245,8 Mio. EUR auf 157,1 Mio. EUR zurück. Hauptgrund hierfür war das Laufzeitende von Termingeldern in Höhe von 90,0 Mio. EUR mit ursprünglichen Fälligkeiten von mehr als drei und weniger als zwölf Monaten.

Das Eigenkapital erhöhte sich in der ersten Jahreshälfte 2017 von 1.407,5 Mio. EUR auf 1.473,6 Mio. EUR. Die Zunahme in Höhe von 66,2 Mio. EUR resultiert hauptsächlich aus dem positiven Periodenergebnis. Da die Schulden etwas stärker gestiegen sind als das Eigenkapital, ging die Eigenkapitalquote von 55,5 % zu Jahresbeginn auf 54,4 % zum 30. Juni 2017 leicht zurück.

Die kurzfristigen Schulden haben sich im Berichtszeitraum um 82,9 Mio. EUR erhöht. Diese Entwicklung ist insbesondere auf die sonstigen Verbindlichkeiten zurückzuführen, die um 49,2 Mio. EUR von 155,7 Mio. EUR auf 205,0 Mio. EUR zugenommen haben, sowie auf die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen, die hauptsächlich aufgrund von Warenlieferungen um 26,8 Mio. EUR gestiegen sind. Zum 30. Juni 2017 hatten bestimmte Lieferanten ihre Forderungen gegen Zalando in einem Umfang von 321,7 Mio. EUR im Rahmen von Reverse-Factoring-Verträgen an verschiedene Factoring-Anbieter übertragen (31. Dezember 2016: 282,3 Mio. EUR). Der Ausweis in der Bilanz erfolgte unter den Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und ähnliche Schulden.

GESAMTAUSSAGE

Der Vorstand beurteilt die Entwicklung in den ersten beiden Quartalen 2017 als positiv. Der Zalando-Konzern konnte die Umsätze entsprechend den Erwartungen des Managements steigern und Marktanteile hinzugewinnen. Die EBIT-Marge ging aufgrund von anhaltenden Wachstumsinvestitionen in das Kundenerlebnis und den Plattformausbau leicht zurück. Insgesamt kann Zalando auf eine erfolgreiche erste Jahreshälfte 2017 zurückblicken.

01.2.6 MITARBEITER

Die Anzahl der Mitarbeiter stieg zum 30. Juni 2017 um 1.220 auf 13.218 Mitarbeiter gegenüber 11.998 Mitarbeitern zum 31. Dezember 2016. Dieser deutliche Anstieg resultiert in erster Linie aus dem Personalaufbau im Bereich Operations.

01.3 NACHTRAGSBERICHT

Vorgänge von besonderer Bedeutung, die nach dem Abschlussstichtag eingetreten sind und wesentlichen Einfluss auf die Darstellung der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns haben könnten, haben sich nicht ergeben.

01.4 RISIKO- UND CHANCENBERICHT

Der Risiko- und Chancenbericht hat sich gegenüber der Darstellung im Geschäftsbericht 2016 nicht wesentlich verändert. Risiken, die den Fortbestand von Zalando gefährden können, sind weiterhin nicht ersichtlich.

01.5 PROGNOSEBERICHT

01.5.1 KÜNFTIGE GESAMTWIRTSCHAFTLICHE UND BRANCHEN-BEZOGENE SITUATION

Die Europäische Kommission rechnet für 2017 mit einem BIP-Wachstum in der Eurozone von 1,7 % sowie einem BIP-Wachstum in der EU um 1,9 %. Dabei gilt der private Konsum als einer der Haupttreiber des Wachstums im Prognosezeitraum. Die Verbesserung der Arbeitsmarktsituation in wichtigen europäischen Ländern wird zudem zu höheren verfügbaren Realeinkommen beitragen.⁸ Es wird erwartet, dass Deutschland 2017 eine Wachstumsrate von 1,6 % erreichen wird.⁹ Der stabile Arbeitsmarkt, robuste Exportzahlen und der Investitionsboom in der Bauwirtschaft werden voraussichtlich das Wachstum und den privaten Verbrauch ankurbeln.

Nach den Erwartungen soll der europäische Einzelhandel¹⁰ 2017 ein lediglich moderates Wachstum von 1,7 % erreichen, während dem europäischen Online-Handel ein anhaltend starkes Wachstum um 11,4 % prognostiziert wird. In Deutschland zeichnet sich ein ähnliches Bild ab. Die Prognose für den Einzelhandel für 2017 liegt bei etwa 2,2 %, für den Internethandel hingegen bei 13,8 %. Der Verband der deutschen Internetwirtschaft¹¹ geht zudem davon aus, dass E-Commerce-Aktivitäten bis 2017 für über die Hälfte (53 %) des deutschen BIP verantwortlich sein werden, ein Anstieg um 16 % im Vergleich zur E-Commerce-Aktivität 2012.

Auf europäischer Ebene wird ebenfalls eine Stagnation der Modeverkäufe prognostiziert (+0,3 % gegenüber dem Vorjahr), und die Modeverkäufe in Deutschland sollen sogar leicht rückläufig ausfallen (-0,2 %). Dahingegen werden sich die Online-Modeverkäufe in Europa 2017 um ca. 9,6 % erhöhen, für Deutschland wird von einem Wachstum um 13,5 % gegenüber dem Vorjahr ausgegangen.¹²

⁸ Europäische Kommission, Frühjahrsprognose 2017

⁹ Europäische Kommission

¹⁰ Euromonitor, Europa ohne Russland

¹¹ Verband der deutschen Internetwirtschaft

¹² Euromonitor, Europa ohne Russland; Euromonitor Deutschland

Mit der Weiterentwicklung von E-Commerce-Modellen und der zunehmenden Offenheit der Konsumenten gegenüber dem Online-Shopping erwartet Zalando, dass der Online-Anteil im Modehandel auch 2017 weiter stark ansteigen wird. Zalando sieht sich mit seiner hohen Markenbekanntheit in Europa, seinem großen Kundenstamm, guten Lieferantenbeziehungen und der bereits aufgebauten Infrastruktur sowie seinen Kapazitäten im Hinblick auf Mode und Mobiltechnologie gut positioniert, um von diesen günstigen Marktgegebenheiten für den Online-Handel zu profitieren. Der hohe emotionale Wert, den sowohl Hersteller als auch Kunden Modemarken beimessen, verschafft unabhängigen und reinen E-Commerce-Modehändlern wie Zalando darüber hinaus einen erheblichen Vorteil gegenüber nicht spezialisierten E-Commerce-Händlern.

01.5.2 PROGNOSE

Zalando konkretisiert seine Prognose für das Geschäftsjahr 2017: Zalando erwartet für das gesamte Jahr ein Umsatzwachstum in der oberen Hälfte des Wachstumskorridors von 20 % – 25 % sowie eine bereinigte EBIT-Marge in der unteren Hälfte von 5,0 % – 6,0 %.

01.5.3 GESAMTAUSSAGE DES VORSTANDS DER ZALANDO SE

Zusammengefasst zeigt die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage, dass sich der Konzern zum Zeitpunkt der Erstellung des Berichts für die erste Hälfte des Geschäftsjahres 2017 weiterhin in einer positiven wirtschaftlichen Lage befand.

Berlin, 8. August 2017

Der Vorstand

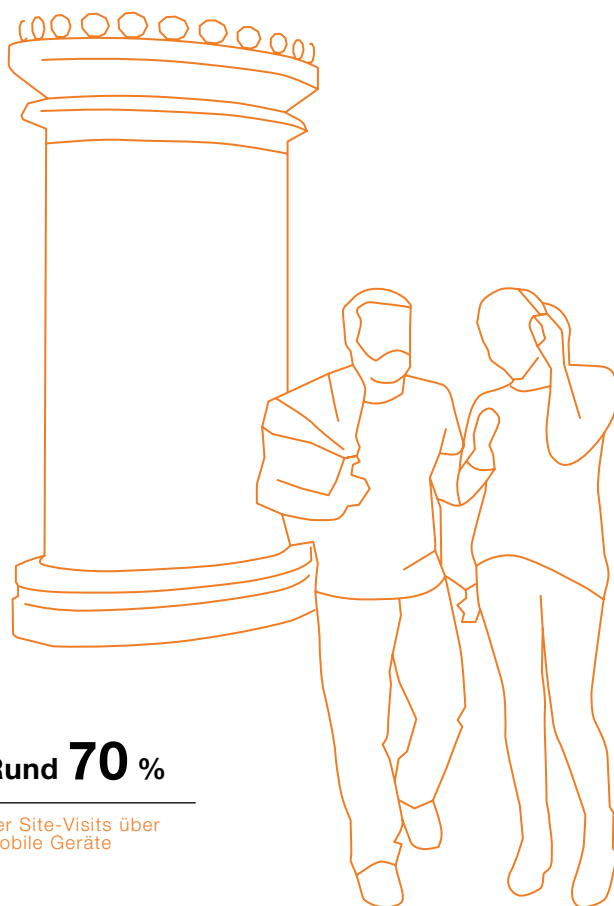
Robert Gentz

David Schneider

Rubin Ritter

02

KONZERN- ZWISCHENABSCHLUSS



Rund **70 %**

der Site-Visits über
mobile Geräte

Mehr als **36 Mio.**

App-Installationen

02.1

KONZERN-GESAMTERGEBNISRECHNUNG

KONZERN-GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

→ 12

IN MIO. EUR	Anhang	01.04. – 30.06.2017	01.04. – 30.06.2016	01.01. – 30.06.2017	01.01. – 30.06.2016
Umsatzerlöse	(1.)	1.100,5	916,4	2.080,7	1.712,6
Umsatzkosten	(2.)	–585,0	–483,2	–1.159,8	–945,9
Bruttoergebnis vom Umsatz		515,5	433,3	920,9	766,7
Vertriebskosten		–377,7	–310,0	–717,0	–587,1
Verwaltungskosten		–60,4	–48,9	–113,2	–89,5
Sonstige betriebliche Erträge		1,5	3,5	4,3	5,0
Sonstige betriebliche Aufwendungen		–2,7	–0,7	–3,8	–1,4
Betriebliches Ergebnis (EBIT)		76,3	77,2	91,2	93,6
Zinsertrag		0,5	0,3	1,2	0,6
Zinsaufwand		–3,2	1,3	–6,5	–4,0
Ergebnis aus nach der Equity-Methode bilanzierten Finanzanlagen		2,0	–0,8	0,3	–1,4
Übriges Finanzergebnis		–1,6	0,9	–0,9	0,4
Finanzergebnis		–2,3	1,7	–5,9	–4,5
Ergebnis vor Steuern (EBT)		74,0	78,9	85,3	89,1
Steuern vom Einkommen und Ertrag	(3.)	–26,5	–28,0	–32,8	–33,7
Periodenergebnis		47,4	50,9	52,6	55,5
Davon den Anteilseignern der ZALANDO SE zuzurechnendes Ergebnis		47,8	50,9	53,0	55,5
Davon den nicht beherrschenden Anteilen zuzurechnendes Ergebnis		–0,4	0,0	–0,4	0,0
Periodenergebnis in Prozent vom Umsatz		4,3 %	5,6 %	2,5 %	3,2 %
Unverwässertes Ergebnis je Aktie (in EUR)	(4.)	0,19	0,21	0,21	0,22
Verwässertes Ergebnis je Aktie (in EUR)	(4.)	0,18	0,20	0,20	0,22

KONZERN-GESAMTERGEBNISRECHNUNG

→ 13

IN MIO. EUR	01.04. – 30.06.2017	01.04. – 30.06.2016	01.01. – 30.06.2017	01.01. – 30.06.2016
Periodenergebnis	47,4	50,9	52,6	55,5
Effektiver Teil der Gewinne / Verluste aus Cashflow Hedges nach Steuern	–4,7	–0,6	–0,5	–1,9
Währungsumrechnungsdifferenzen ausländischer Jahresabschlüsse	1,7	–0,2	2,3	–0,4
Sonstiges Ergebnis	–2,9	–0,9	1,8	–2,3
Gesamtergebnis	44,5	50,0	54,4	53,2
Davon den Anteilseignern der ZALANDO SE zuzurechnendes Gesamtergebnis	44,9	50,0	54,8	53,2
Davon den nicht beherrschenden Anteilen zuzurechnendes Ergebnis	–0,4	0,0	–0,4	0,0

02.2 KONZERNBILANZ

KONZERNBILANZ – AKTIVA

→ 14

IN MIO. EUR	Anhang	30.06.2017	31.12.2016
Langfristige Vermögenswerte			
Immaterielle Vermögenswerte		169,8	100,9
Sachanlagen		331,8	243,0
Finanzielle Vermögenswerte		22,1	29,2
Aktive latente Steuern		1,2	1,6
Nicht finanzielle Vermögenswerte		2,6	3,0
Nach der Equity-Methode bilanzierte Finanzanlagen		0,0	14,8
		527,6	392,6
Kurzfristige Vermögenswerte			
Vorräte		663,4	576,9
Geleistete Anzahlungen		1,9	1,1
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen		247,0	216,0
Sonstige finanzielle Vermögenswerte		157,1	245,8
Sonstige nicht finanzielle Vermögenswerte		138,5	133,1
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	(6.)	975,1	972,6
		2.182,9	2.145,6
Bilanzsumme		2.710,5	2.538,2

02.2 KONZERNBILANZ

KONZERNBILANZ – PASSIVA

→ 15

IN MIO. EUR	Anhang	30.06.2017	31.12.2016
Eigenkapital			
Gezeichnetes Kapital		247,3	247,2
Kapitalrücklage		1.171,7	1.161,0
Sonstige Rücklagen		-1,5	-3,3
Bilanzgewinn		55,5	2,5
Nicht beherrschende Anteile		0,6	0,0
		1.473,6	1.407,5
Langfristige Schulden			
Rückstellungen		15,0	12,6
Zuwendungen der öffentlichen Hand		0,3	0,0
Finanzverbindlichkeiten		9,8	11,2
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten		9,4	2,3
Sonstige nicht finanzielle Verbindlichkeiten		1,7	3,3
Passive latente Steuern		19,6	3,1
		55,8	32,5
Kurzfristige Schulden			
Rückstellungen		1,6	1,7
Finanzverbindlichkeiten		3,0	3,2
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und ähnliche Schulden	(5.)	947,3	920,5
Erhaltene Anzahlungen	(5.)	17,3	8,1
Verbindlichkeiten aus Steuern vom Einkommen und Ertrag		6,9	8,9
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten		87,7	69,0
Sonstige nicht finanzielle Verbindlichkeiten		117,3	86,7
		1.181,1	1.098,2
Bilanzsumme		2.710,5	2.538,2

02.3 KONZERN-EIGENKAPITAL- VERÄNDERUNGSRECHNUNG

KONZERN-EIGENKAPITALVERÄNDERUNGSRECHNUNG 2017

IN MIO. EUR

	Anhang	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklage
01.01.2017		247,2	1,161,0
Periodenergebnis		0,0	0,0
Sonstiges Ergebnis		0,0	0,0
Gesamtergebnis		0,0	0,0
Kapitalerhöhung		0,1	0,5
Rückwerb von eigenen Aktien		0,0	-0,7
Anteilsbasierte Vergütungen		0,0	10,9
Effekte aus dem Erwerb von Tochtergesellschaften mit nicht beherrschenden Anteilen		0,0	0,0
30.06.2017		247,3	1.171,7

KONZERN-EIGENKAPITALVERÄNDERUNGSRECHNUNG 2016

IN MIO. EUR

	Anhang	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklage
01.01.2016		247,0	1.140,9
Periodenergebnis		0,0	0,0
Sonstiges Ergebnis		0,0	0,0
Gesamtergebnis		0,0	0,0
Kapitalerhöhung		0,1	0,4
Anteilsbasierte Vergütungen		0,0	7,5
30.06.2016		247,1	1.148,9

02.3 KONZERN-EIGENKAPITAL-VERÄNDERUNGSRECHNUNG

→ 16

Sonstige Rücklagen						
Cashflow Hedges	Währungs- umrechnung	Bilanzgewinn	Anteilseigner der ZALANDO SE	Nicht beherrschende Anteile		Summe
-1,3	-1,9	2,5	1.407,5	0,0		1.407,4
0,0	0,0	53,0	53,0	-0,4		52,6
-0,5	2,3	0,0	1,8	0,0		1,8
-0,5	2,3	53,0	54,8	-0,4		54,4
0,0	0,0	0,0	0,6	0,0		0,6
0,0	0,0	0,0	-0,7	0,0		-0,7
0,0	0,0	0,0	10,9	0,0		10,9
0,0	0,0	0,0	0,0	1,0		1,0
-1,8	0,4	55,5	1.473,0	0,6		1.473,6

→ 17

Sonstige Rücklagen						
Cashflow Hedges	Währungs- umrechnung	Bilanzverlust	Anteilseigner der ZALANDO SE	Nicht beherrschende Anteile		Summe
1,4	0,0	-118,0	1.271,4	0,0		1.271,4
0,0	0,0	55,5	55,5	0,0		55,5
-1,9	-0,4	0,0	-2,3	0,0		-2,3
-1,9	-0,4	55,5	53,2	0,0		53,2
0,0	0,0	0,0	0,5	0,0		0,5
0,0	0,0	0,0	7,5	0,0		7,5
-0,5	-0,4	-62,5	1.332,5	0,0		1.332,5

02.4

KONZERN-KAPITALFLUSSRECHNUNG

KONZERN-KAPITALFLUSSRECHNUNG

→ 18

IN MIO. EUR	Anhang	01.04. – 30.06.2017	01.04. – 30.06.2016	01.01. – 30.06.2017	01.01. – 30.06.2016
1. Periodenergebnis		47,4	50,9	52,6	55,5
2. + Zahlungsunwirksamer Aufwand aus anteilsbasierten Vergütungen		5,5	3,7	10,9	7,5
3. + Abschreibungen auf Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte		13,6	10,3	26,1	19,3
4. + Steuern vom Einkommen und Ertrag	(3.)	26,5	28,0	32,8	33,7
5. – Gezahlte Steuern vom Einkommen und Ertrag, abzüglich Erstattungen		–15,5	–4,5	–19,4	–24,6
6. + / – Zunahme / Abnahme der Rückstellungen		0,0	–4,0	–0,2	–0,4
7. – / + Sonstige zahlungsunwirksame Erträge / Aufwendungen		2,3	–1,0	3,0	–1,0
8. + / – Abnahme / Zunahme der Vorräte		67,9	145,1	–73,9	48,2
9. + / – Abnahme / Zunahme der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen		–14,4	–0,9	–29,8	–12,4
10. + / – Zunahme / Abnahme der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und ähnlichen Schulden	(5.)	–101,1	–69,3	25,3	20,3
11. – / + Zunahme / Abnahme der sonstigen Aktiva / Passiva		47,0	–1,2	35,0	1,7
12. = Mittelzufluss aus laufender Geschäftstätigkeit	(6.)	79,1	156,9	62,4	147,7
13. – Auszahlungen für Investitionen in das Sachanlagevermögen		–37,8	–30,6	–100,2	–41,5
14. – Auszahlungen für Investitionen in immaterielle Vermögenswerte		–14,4	–13,9	–29,7	–26,7
15. – Auszahlungen für den Erwerb von Tochtergesellschaften und sonstigen Unternehmen, abzüglich erworbener Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente		–26,7	–28,3	–26,7	–29,2
16. + / – Einzahlungen aus / Auszahlungen für Investitionen in Termingelder		20,0	10,0	90,0	10,0
17. + / – Abnahme / Zunahme von Zahlungsmitteln, die einer Verfügungsbeschränkung unterliegen		7,3	0,0	7,7	0,0
18. = Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit	(6.)	–51,5	–62,7	–58,9	–87,3

02.4 KONZERN-KAPITALFLUSSRECHNUNG

KONZERN-KAPITALFLUSSRECHNUNG

→ 18

IN MIO. EUR	Anhang	01.04. – 30.06.2017	01.04. – 30.06.2016	01.01. – 30.06.2017	01.01. – 30.06.2016
19. +	Einzahlungen aus Kapitalerhöhungen der Anteilseigner abzgl. Transaktionskosten	0,6	0,5	0,6	0,5
20. –	Auszahlungen für den Rückerwerb von eigenen Aktien	–0,7	0,0	–0,7	0,0
21. +	Einzahlungen aus der Aufnahme von Krediten	0,0	0,0	0,0	0,0
22. –	Auszahlungen für die Tilgung von Krediten	–0,8	–0,8	–1,6	–1,6
23. =	Mittelabfluss aus der Finanzierungstätigkeit	–1,0	–0,3	–1,8	–1,1
24. =	Zahlungswirksame Veränderungen des Finanzmittelbestands	26,7	93,9	1,8	59,2
25. + / –	Änderung der Finanzmittel aus Wechselkursveränderungen	–1,5	0,8	0,7	0,4
26. +	Verfügbarer Finanzmittelbestand zu Beginn der Periode	949,9	941,2	972,6	976,2
27. =	Finanzmittelbestand am 30.06.	975,1	1.035,9	975,1	1.035,9

Die im Mittelzufluss und Mittelabfluss aus laufender Geschäftstätigkeit enthaltenen gezahlten bzw. erhaltenen Zinsen stellen sich wie folgt dar:

ZAHLUNGSWIRKSAME ZINSEN

→ 19

IN MIO. EUR	01.04. – 30.06.2017	01.04. – 30.06.2016	01.01. – 30.06.2017	01.01. – 30.06.2016
Gezahlte Zinsen	–1,9	–1,3	–4,6	–2,0
Erhaltene Zinsen	0,2	0,1	0,0	0,3
Summe	–1,7	–1,2	–4,6	–1,6

Der frei verfügbare Cashflow lässt sich folgendermaßen aus dem Mittelzufluss und Mittelabfluss aus laufender Geschäftstätigkeit ermitteln:

FREI VERFÜGBARER CASHFLOW

→ 20

IN MIO. EUR	01.04. – 30.06.2017	01.04. – 30.06.2016	01.01. – 30.06.2017	01.01. – 30.06.2016
Mittelzufluss aus laufender Geschäftstätigkeit	79,1	156,9	62,4	147,7
Auszahlungen für Investitionen in das Sachanlagevermögen	-37,8	-30,6	-100,2	-41,5
Auszahlungen für Investitionen in immaterielle Vermögenswerte	-14,4	-13,9	-29,7	-26,7
Auszahlungen für den Erwerb von Anteilen an assoziierten Unternehmen sowie den Erwerb von Unternehmen und Anzahlungen für entsprechende Erwerbe abzüglich erworbener Zahlungsmittel	-26,7	-28,3	-26,7	-29,2
Frei verfügbarer Cashflow	0,3	84,2	-94,2	50,4

02.5 VERKÜRZTER KONZERNANHANG

02.5.1 ALLGEMEINE ANGABEN

Die ZALANDO SE ist eine börsennotierte europäische Aktiengesellschaft mit Sitz in Berlin, Deutschland. Die ZALANDO SE, Berlin, ist das Mutterunternehmen des Zalando-Konzerns (nachfolgend auch „Zalando“ oder „Konzern“ genannt).

Der verkürzte und ungeprüfte Konzern-Zwischenabschluss der ZALANDO SE zum 30. Juni 2017 stimmt mit den International Financial Reporting Standards (IFRS), wie sie in der EU anzuwenden sind, überein. Dieser verkürzte Konzern-Zwischenabschluss wurde unter Berücksichtigung von IAS 34 Zwischenberichterstattung in Verbindung mit IAS 1 Darstellung des Abschlusses erstellt. Außerdem wurden die Regelungen des Wertpapierhandelsgesetzes (WpHG) beachtet. Der verkürzte Konzern-Zwischenabschluss enthält nicht alle für einen Konzernabschluss zum Geschäftsjahresende erforderlichen Informationen und Angaben und ist daher in Verbindung mit dem Konzernabschluss zum 31. Dezember 2016 zu lesen.

GRUNDSÄTZE DER BILANZIERUNG UND BEWERTUNG

Die im Konzernabschluss zum 31. Dezember 2016 angewandten Rechnungslegungsgrundsätze sowie Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden werden unverändert übernommen.

Aus der erstmaligen Anwendung neuer Rechnungslegungsverlautbarungen im Geschäftsjahr 2017 ergaben sich, wie es auch im Geschäftsbericht 2016 erläutert worden ist, keine wesentlichen Einflüsse auf den verkürzten Konzern-Zwischenabschluss.

Der verkürzte Konzern-Zwischenabschluss wird in Euro aufgestellt.

Aufgrund von Rundungen ist es möglich, dass eine Addition von einzelnen Zahlen zur angegebenen Summe nicht genau möglich ist und dargestellte Prozentangaben nicht genau die Zahlen widerspiegeln, auf die sie sich beziehen.

KONSOLIDIERUNGSKREIS

Die Anzahl der im Konsolidierungskreis einbezogenen Tochtergesellschaften hat sich im Geschäftsjahr 2017 durch Neugründungen und Akquisitionen von 32 (31. Dezember 2016) auf 36 erhöht.

Zalando investierte im ersten Halbjahr 2017 insgesamt 26,7 Mio. EUR in Unternehmensakquisitionen. Diese im Juni 2017 abgeschlossenen Akquisitionen betrafen die Kickz Never Not Ballin' GmbH, München, Deutschland („Kickz“), und die Anatwine Ltd, Cheltenham, Großbritannien („Anatwine“). Fortan hält Zalando 100 % bzw. 78,4 % der Stimmrechtsanteile an Kickz und Anatwine.

Kickz ist ein führender Multichannel-Retailer für Basketball. Mit Kickz stärkt Zalando sein Sport- und Lifestyle-Segment weiter, insbesondere im Bereich Basketball.

Zudem hat Zalando weitere Anteile an Anatwine erworben, um die Beherrschung über die Gesellschaft zu erlangen. Anatwine ist ein Anbieter von Marktplatz-Integrationslösungen für Einzelhändler und Marken, insbesondere im Fashion- und Lifestyle-Sektor. Diese Akquisition wird es

Zalando ermöglichen, Warenbestände der Partner noch besser zu digitalisieren und an Handelskanäle anzuschließen.

Beide Akquisitionen führten zu Zugängen zu den immateriellen Vermögenswerten in Höhe von insgesamt 52,5 Mio. EUR, einschließlich Geschäfts- oder Firmenwerten in Höhe von 33,6 Mio. EUR, sowie zu Zugängen zu den Sachanlagen in Höhe von insgesamt 1,4 Mio. EUR. Zalando hat seine bisher gehaltene Beteiligung an Anatwine zum Erwerbszeitpunkt neu zum beizulegenden Zeitwert bewertet und in der Folge dessen einen Gewinn in Höhe von 3,2 Mio. EUR im Finanzergebnis erfasst.

02.5.2 AUSGEWÄHLTE ERLÄUTERUNGEN ZUR KONZERN-GESAMTERGEBNISRECHNUNG

(1.) UMSATZERLÖSE

UMSATZERLÖSE

→ 21

IN MIO. EUR	01.04. – 30.06.2017	01.04. – 30.06.2016	01.01. – 30.06.2017	01.01. – 30.06.2016
Erträge aus dem Verkauf von Handelswaren	1.069,3	899,5	2.023,9	1.683,2
Erträge aus übrigen Dienstleistungen	31,1	17,0	56,8	29,4
Summe	1.100,5	916,4	2.080,7	1.712,6

Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum verzeichnete Zalando im zweiten Quartal 2017 ein starkes Wachstum und konnte seine Umsatzerlöse um 184,0 Mio. EUR von 916,4 Mio. EUR auf 1.100,5 Mio. EUR steigern. Gegenüber dem Vorjahr entspricht dies einem Umsatzwachstum im Quartal zum 30. Juni 2017 von 20,1 %.

Die Umsatzsteigerung ist im Wesentlichen auf den größeren Kundenstamm sowie einen Anstieg der durchschnittlichen Bestellungen pro aktivem Kunden zurückzuführen. Der Konzern hatte zum 30. Juni 2017 21,2 Millionen aktive Kunden im Vergleich zu 18,8 Millionen aktiven Kunden zum 30. Juni 2016 – eine Steigerung von 12,6 %. Der gewachsene Kundenstamm hat im Vergleich zum entsprechenden Vorjahreszeitraum eine größere Anzahl an Bestellungen getätigt. Die durchschnittliche Anzahl an Bestellungen pro aktivem Kunden nahm um 11,2 % zu. Gleichzeitig ist der Anteil von Site-Visits über mobile Endgeräte im Vergleich zum entsprechenden Vorjahreszeitraum um 5,0 Prozentpunkte auf 69,7 % (Vorjahr: 64,7 %) angestiegen. Unsere fortlaufenden Investitionen in die Kundenfreundlichkeit, wie etwa taggleiche Lieferung (Same Day Delivery) und Retouren-Abholung (Return on Demand), trugen ebenfalls zur Umsatzsteigerung bei. Die durchschnittliche Warenkorbgröße sank leicht auf 64,5 EUR (Vorjahr: 66,2 EUR).

Aufgrund der positiven Entwicklung der oben genannten Leistungsindikatoren verzeichneten die Umsatzerlöse in den ersten sechs Monaten 2017 einen deutlichen Anstieg von 21,5 % auf 2.080,7 Mio. EUR (Vorjahr: 1.712,6 Mio. EUR) im Jahresvergleich.

(2.) UMSATZKOSTEN

UMSATZKOSTEN

→ 22

IN MIO. EUR	01.04. – 30.06.2017	01.04. – 30.06.2016	01.01. – 30.06.2017	01.01. – 30.06.2016
Sachkosten	565,1	468,5	1.120,4	915,4
Personalkosten	19,9	14,7	39,4	30,4
Summe	585,0	483,2	1.159,8	945,9

Die Umsatzkosten umfassen im Wesentlichen Materialaufwand, Personalkosten, Abschreibungen auf Vorräte, Fremdleistungen sowie Kosten der Infrastruktur. Im zweiten Quartal 2017 stiegen die Umsatzkosten um 101,8 Mio. EUR von 483,2 Mio. EUR auf 585,0 Mio. EUR. Die Umsatzkosten in Prozent vom Umsatz erhöhten sich um 0,4 Prozentpunkte von 52,7 % auf 53,2 %.

Der Materialaufwand im Konzern betrug insgesamt 521,2 Mio. EUR (Vorjahr: 436,6 Mio. EUR).

Zalando erzielte im zweiten Quartal 2017 ein Bruttoergebnis vom Umsatz in Höhe von 515,5 Mio. EUR (Vorjahreszeitraum: 433,3 Mio. EUR).

Die Umsatzkosten stiegen – analog zur Entwicklung der Umsatzerlöse – im ersten Halbjahr von 945,9 Mio. EUR auf 1.159,8 Mio. EUR.

(3.) STEUERN VOM EINKOMMEN UND VOM ERTRAG

STEUERN VOM EINKOMMEN UND VOM ERTRAG

→ 23

IN MIO. EUR	01.04. – 30.06.2017	01.04. – 30.06.2016	01.01. – 30.06.2017	01.01. – 30.06.2016
Latente Steuern	11,7	17,4	15,2	21,7
Laufende Steuern im Inland	14,9	10,6	17,5	11,9
Summe	26,5	28,0	32,8	33,7

Der auf das Ergebnis vor Steuern im zweiten Quartal und ersten Halbjahr 2017 anfallende laufende Steueraufwand verringerte sich infolge der Nutzung steuerlicher Verlustvorträge.

(4.) ERGEBNIS JE AKTIE

Das unverwässerte Ergebnis je Aktie errechnet sich, indem das auf die Aktien entfallende Periodenergebnis durch die unverwässerte durchschnittliche gewichtete Anzahl der Aktien dividiert wird.

ERGEBNIS JE AKTIE (EPS) UNVERWÄSSERT

→ 24

	01.04. – 30.06.2017	01.04. – 30.06.2016	01.01. – 30.06.2017	01.01. – 30.06.2016
Periodenergebnis (in Mio. EUR)	47,4	50,9	52,6	55,5
Unverwässerte gewichtete durchschnittliche Aktienanzahl (in Mio. Stück)	247,3	247,1	247,3	247,1
Gesamt (in EUR)	0,19	0,21	0,21	0,22

Das unverwässerte Ergebnis je Aktie hat sich entsprechend dem leicht reduzierten Periodenergebnis von 50,9 Mio. EUR im zweiten Quartal 2016 auf 47,4 Mio. EUR im zweiten Quartal 2017 entwickelt.

Das verwässerte Ergebnis je Aktie errechnet sich, indem das auf die Aktien entfallende Periodenergebnis durch die verwässerte durchschnittliche gewichtete Anzahl der Aktien dividiert wird.

ERGEBNIS JE AKTIE (EPS) VERWÄSSERT

→ 25

	01.04. – 30.06.2017	01.04. – 30.06.2016	01.01. – 30.06.2017	01.01. – 30.06.2016
Periodenergebnis (in Mio. EUR)	47,4	50,9	52,6	55,5
Verwässerte gewichtete durchschnittliche Aktienanzahl (in Mio. Stück)	258,7	254,8	258,3	255,1
Gesamt (in EUR)	0,18	0,20	0,20	0,22

02.5.3 AUSGEWÄHLTE ERLÄUTERUNGEN ZUR KONZERNBILANZ**(5.) VERBINDLICHKEITEN AUS LIEFERUNGEN UND LEISTUNGEN UND ÄHNLICHE SCHULDEN UND ERHALTENE ANZAHLUNGEN**

Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und ähnlichen Schulden haben sich um 26,8 Mio. EUR von 920,5 Mio. EUR auf 947,3 Mio. EUR erhöht.

Ferner hatten zum 30. Juni 2017 im Rahmen von Reverse-Factoring-Verträgen bestimmte Lieferanten ihre Forderungen gegen Zalando in einem Umfang von 321,7 Mio. EUR an verschiedene Factoring-Anbieter übertragen (31. Dezember 2016: 282,3 Mio. EUR). Der Ausweis dieser Positionen erfolgt in der Bilanz unter Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und ähnliche Schulden.

Die erhaltenen Anzahlungen betreffen Kundenanzahlungen auf Bestellungen.

(6.) ANGABEN ZUR KAPITALFLUSSRECHNUNG

Zalando hat im zweiten Quartal 2017 einen positiven Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit von 79,1 Mio. EUR (Vorjahreszeitraum: 156,9 Mio. EUR) erwirtschaftet.

Das Periodenergebnis ging im Vergleich zum Vorjahr leicht zurück (von 50,9 Mio. EUR im Vorjahreszeitraum auf 47,4 Mio. EUR im zweiten Quartal 2017). Der niedrigere Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit resultierte in erster Linie aus der Erhöhung des Nettoumlaufvermögens.

Die negative Entwicklung des Nettoumlaufvermögens im Vergleich zum zweiten Quartal 2016 in Höhe von 122,5 Mio. EUR ist insbesondere auf die Vorräte zurückzuführen, die aufgrund höherer Wareneingänge für die Herbst-/Winter-Saison weniger stark als im Vorjahreszeitraum zurückgingen. Der Rückgang der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen fiel infolge eines im Jahresvergleich stärkeren Anstiegs bezogener Waren im zweiten Quartal 2017 deutlicher aus als im Vorjahreszeitraum.

Die Entwicklung des Nettoumlaufvermögens wurde durch den Rückgang der sonstigen Vermögenswerte abzüglich sonstiger Schulden um 48,1 Mio. EUR, der hauptsächlich aus dem Mittelzufluss aus niedrigeren ausstehenden Umsatzsteuerforderungen resultierte, teilweise kompensiert.

Der Cashflow aus der Investitionstätigkeit in Höhe von 51,5 Mio. EUR umfasst in erster Linie Investitionen in die Logistikinfrastruktur in Höhe von 34,7 Mio. EUR, insbesondere in Verbindung mit den Logistikzentren in Gryfino nahe Stettin, Polen und Lahr, sowie Investitionen in selbst erstellte Software in Höhe von 13,8 Mio. EUR. Die Investitionen für Akquisitionen betrugen 26,7 Mio. EUR (siehe Punkt 02.5.1).

Der frei verfügbare Cashflow verringerte sich um 83,9 Mio. EUR von 84,2 Mio. EUR im Vorjahreszeitraum auf 0,3 Mio. EUR im zweiten Quartal 2017, was insbesondere, wie zuvor erläutert, auf die Entwicklung des Nettoumlaufvermögens und die Investitionstätigkeit zurückzuführen ist.

Dementsprechend nahmen die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente im zweiten Quartal um 25,2 Mio. EUR zu, sodass Zalando zum 30. Juni 2017 über Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente in Höhe von 975,1 Mio. EUR verfügt.

Gegenüber dem ersten Halbjahr 2016 ging der frei verfügbare Cashflow im ersten Halbjahr 2017 um 144,6 Mio. EUR von 50,4 Mio. EUR auf –94,2 Mio. EUR zurück, insbesondere, wie zuvor erläutert, aufgrund der Entwicklung des Nettoumlaufvermögens und der Investitionstätigkeiten.

02.5.4 SONSTIGE ANGABEN

(7.) ANGABEN ÜBER BEZIEHUNGEN ZU NAHESTEHENDEN PERSONEN UND UNTERNEHMEN

Zalando identifiziert die der ZALANDO SE nahestehenden Personen und Unternehmen in Übereinstimmung mit IAS 24.

Zalando hat im Berichtszeitraum Transaktionen im Rahmen des gewöhnlichen Geschäftsverkehrs mit nahestehenden Unternehmen getätigt. Die Geschäfte wurden wie unter fremden Dritten abgeschlossen.

Aus diesen Liefer- und Leistungsbeziehungen resultierten zum Abschlussstichtag Verbindlichkeiten in Höhe von 51,4 Mio. EUR (Vorjahr: 59,2 Mio. EUR). Davon bestehen 51,4 Mio. EUR (Vorjahr: 59,2 Mio. EUR) gegenüber einem Reverse-Factoring-Anbieter, mit dem zwischen Zalando und nahestehenden Unternehmen Reverse-Factoring-Verträge bestehen. Somit verbleiben direkt gegenüber nahestehenden Personen und Unternehmen keine Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und ähnliche Schulden (zum 31. Dezember 2016: 0,0 Mio. EUR). Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen gegenüber nahestehenden Personen und Unternehmen belaufen sich hingegen auf 0,5 Mio. EUR (zum 31. Dezember 2016: 0,4 Mio. EUR).

Im Berichtszeitraum wurden Waren von nahestehenden Unternehmen in einem Umfang von 65,3 Mio. EUR geordert. Im Vergleichszeitraum des Vorjahres betrug das Ordervolumen 41,3 Mio. EUR. Ferner wurden Waren im Wert von 1,0 Mio. EUR an nahestehende Unternehmen veräußert (Vorjahr: 0,0 Mio. EUR). Die im Berichtszeitraum verbuchten Aufwendungen aus erhaltenen Dienstleistungen betragen 2,0 Mio. EUR (Vorjahr: 0,2 Mio. EUR).

(8.) SEGMENTBERICHTERSTATTUNG

Der Vorstand misst den Erfolg der Segmente durch das nach IFRS ermittelte EBIT. Die Segmentergebnisgröße EBIT ist definiert als Ergebnis vor Steuern und Zinsen. Intersegmentäre Transaktionen gibt es in der internen Berichtsstruktur nicht. Informationen über Segmentvermögenswerte oder -schulden sind nicht vorhanden bzw. entscheidungsrelevant.

Die verkürzte Segmentergebnisrechnung für das zweite Quartal 2017 zeigt eine solide Umsatzsteigerung in allen Segmenten. In den Segmenten Übriges Europa und Sonstige ist das EBIT gegenüber der Vorjahresperiode gestiegen, im Segment DACH gesunken.

SEGMENTBERICHTERSTATTUNG 01.04.–30.06.2017

→ 26

IN MIO. EUR	DACH	Übriges Europa	Sonstige	01.04. – 30.06.2017
Umsatzerlöse	542,9	469,8	87,8	1.100,5
EBIT	54,0	15,0	7,3	76,3

SEGMENTBERICHTERSTATTUNG 01.04.–30.06.2016

→ 27

IN MIO. EUR	DACH	Übriges Europa	Sonstige	01.04. – 30.06.2016
Umsatzerlöse	471,4	383,2	61,8	916,4
EBIT	63,8	14,4	–1,0	77,2

SEGMENTBERICHTERSTATTUNG 01.01.–30.06.2017

→ 28

IN MIO. EUR	DACH	Übriges Europa	Sonstige	01.01. – 30.06.2017
Umsatzerlöse	1.017,9	898,1	164,7	2.080,7
EBIT	86,8	–6,4	10,7	91,2

SEGMENTBERICHTERSTATTUNG 01.01.–30.06.2016

→ 29

IN MIO. EUR	DACH	Übriges Europa	Sonstige	01.01. – 30.06.2016
Umsatzerlöse	877,3	717,7	117,6	1.712,6
EBIT	101,1	–4,1	–3,4	93,6

SEGMENTENTWICKLUNG FÜR DAS QUARTAL

In allen Segmenten von Zalando wurde ein Anstieg der Umsatzerlöse verzeichnet, wodurch die Marktposition in allen Segmenten ausgebaut werden konnte.

Gegenüber der Vorjahresperiode sind die Umsatzerlöse im zweiten Quartal 2017 im DACH-Segment um 15,2 %, im Segment Übriges Europa um 22,6 % und im Segment Sonstige um 42,1 % gestiegen. Das Kernsegment DACH bleibt das umsatzstärkste Segment, das Segment Übriges Europa verzeichnete in absoluten Werten die höchste Umsatzsteigerung.

Mit einer EBIT-Marge von 9,9 % war das DACH-Segment im zweiten Quartal 2017 klar profitabel. Der Rückgang um 3,6 Prozentpunkte im Vergleich zum Vorjahreszeitraum resultierte aus höheren Fulfillmentkosten infolge des Hochfahrens neuer Logistikzentren auf volle Kapazität sowie aus höheren Investitionen in das Kundenerlebnis. Im Segment Übriges Europa fiel die EBIT-Marge von 3,8 % um 0,6 Prozentpunkte auf 3,2 %, insbesondere aufgrund höherer Fulfillmentkosten. Das Segment Sonstige verzeichnete im zweiten Quartal 2017 einen Anstieg um 9,9 Prozentpunkte auf eine EBIT-Marge von 8,3 %. Diese positive Entwicklung ist in erster Linie darauf zurückzuführen, dass aufgrund von profitabler Beschaffung eine deutlich höhere Marge erzielt werden konnte.

SEGMENTENTWICKLUNG FÜR DAS ERSTE HALBJAHR

In der ersten Jahreshälfte 2017 stieg der Konzernumsatz von 1.712,6 Mio. EUR im entsprechenden Vorjahreszeitraum um 21,5 % auf 2.080,7 Mio. EUR.

Im umsatzstärksten Segment DACH konnte Zalando in den ersten sechs Monaten 2017 ein Umsatzwachstum von 16,0 % gegenüber dem Vorjahreszeitraum verzeichnen. Im Segment Übriges Europa stiegen die Umsatzerlöse um 25,1 %. Im Segment Sonstige erzielte Zalando mit 40,1 % ein besonders starkes Umsatzwachstum. Bekleidung blieb in den ersten sechs Monaten 2017 die umsatzstärkste Produktkategorie.

Die EBIT-Marge im Segment DACH ging von 11,5 % im ersten Halbjahr 2016 auf 8,5 % im ersten Halbjahr 2017 zurück. Hauptgrund hierfür waren höhere Fulfillmentkosten. Die EBIT-Marge des Segments Übriges Europa ist in den ersten sechs Monaten zum 30. Juni 2017 leicht um 0,1 Prozentpunkte auf –0,7 % gesunken. Im Segment Sonstige verbesserte sich die EBIT-Marge von –2,9 % im ersten Halbjahr 2016 auf 6,5 % im ersten Halbjahr 2017. Grund hierfür war insbesondere ein starker Margenanstieg infolge profitabler Beschaffung.

(9.) EREIGNISSE NACH DER BERICHTSPERIODE

Vorgänge von besonderer Bedeutung, die nach dem Abschlussstichtag eingetreten sind und wesentlichen Einfluss auf die Darstellung der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns haben könnten, haben sich nicht ergeben.

Berlin, 8. August 2017

Der Vorstand

Robert Gentz

David Schneider

Rubin Ritter

02.6

ERKLÄRUNG DER GESETZLICHEN VERTRETER

Wir versichern nach bestem Wissen, dass gemäß den anzuwendenden Rechnungslegungsgrundsätzen für die Halbjahresfinanzberichterstattung der Konzern-Zwischenabschluss ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns vermittelt und im Konzern-Zwischenlagebericht der Geschäftsverlauf einschließlich des Geschäftsergebnisses und die Lage des Konzerns so dargestellt sind, dass ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild vermittelt wird, sowie die wesentlichen Chancen und Risiken der voraussichtlichen Entwicklung des Konzerns im verbleibenden Geschäftsjahr beschrieben sind.

Berlin, 8. August 2017

Der Vorstand

Robert Gentz

David Schneider

Rubin Ritter

02.7

BESCHEINIGUNG NACH PRÜFERISCHER DURCHSICHT

An die ZALANDO SE

Wir haben den verkürzten Konzern-Zwischenabschluss – bestehend aus Konzern-Gesamtergebnisrechnung, Konzernbilanz, Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung, Konzern-Kapitalflussrechnung sowie ausgewählten erläuternden Anhangangaben – und den Konzern-Zwischenlagebericht der ZALANDO SE, Berlin, für den Zeitraum vom 1. Januar 2017 bis 30. Juni 2017, die Bestandteile des Halbjahresfinanzberichts nach § 37w WpHG sind, einer prüferischen Durchsicht unterzogen. Die Aufstellung des verkürzten Konzern-Zwischenabschlusses nach den IFRS für Zwischenberichterstattung, wie sie in der EU anzuwenden sind, und des Konzern-Zwischenlageberichts nach den für Konzern-Zwischenlageberichte anwendbaren Vorschriften des WpHG liegt in der Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, eine Bescheinigung zu dem verkürzten Konzern-Zwischenabschluss und dem Konzern-Zwischenlagebericht auf der Grundlage unserer prüferischen Durchsicht abzugeben.

Wir haben die prüferische Durchsicht des verkürzten Konzern-Zwischenabschlusses und des Konzern-Zwischenlageberichts unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze für die prüferische Durchsicht von Abschlüssen vorgenommen. Danach ist die prüferische Durchsicht so zu planen und durchzuführen, dass wir bei kritischer Würdigung mit einer gewissen Sicherheit ausschließen können, dass der verkürzte Konzern-Zwischenabschluss in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den IFRS für Zwischenberichterstattung, wie sie in der EU anzuwenden sind, und der Konzern-Zwischenlagebericht in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den für Konzern-Zwischenlageberichte anwendbaren Vorschriften des WpHG aufgestellt worden sind. Eine prüferische Durchsicht beschränkt sich in erster Linie auf Befragungen von Mitarbeitern der Gesellschaft und auf analyti-

sche Beurteilungen und bietet deshalb nicht die durch eine Abschlussprüfung erreichbare Sicherheit. Da wir auftragsgemäß keine Abschlussprüfung vorgenommen haben, können wir einen Bestätigungsvermerk nicht erteilen.

Auf der Grundlage unserer prüferischen Durchsicht sind uns keine Sachverhalte bekannt geworden, die uns zu der Annahme veranlassen, dass der verkürzte Konzern-Zwischenabschluss in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den IFRS für Zwischenberichterstattung, wie sie in der EU anzuwenden sind, oder dass der Konzern-Zwischenlagebericht in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den für Konzern-Zwischenlageberichte anwendbaren Vorschriften des WpHG aufgestellt worden ist.

Berlin, 8. August 2017

Ernst & Young GmbH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Dr. Röders	Haas
Wirtschaftsprüfer	Wirtschaftsprüfer

03

SERVICE



460.000 m²

Logistikfläche

03.1 GLOSSAR

AKTIVE KUNDEN

Wir definieren aktive Kunden als die Anzahl von Kunden, die in den letzten zwölf Monaten (bezogen auf den Stichtag) mindestens eine Bestellung aufgegeben haben (ungeachtet von Stornierungen oder Retouren).

ANTEIL DER SITE-VISITS ÜBER MOBILE ENDGERÄTE (IN % DER SITE-VISITS)

Wir definieren den Anteil der Site-Visits über mobile Endgeräte (in % der Site-Visits) als die Anzahl der Seitenaufrufe über m.sites, t.sites oder Apps geteilt durch die Gesamtanzahl der Seitenaufrufe in dem betreffenden Zeitraum.

ANZAHL BESTELLUNGEN

Wir definieren die Anzahl Bestellungen als die Anzahl der in dem betreffenden Zeitraum von Kunden aufgegebenen Bestellungen (ungeachtet von Stornierungen oder Retouren). Eine Bestellung wird an dem Tag berücksichtigt, an dem der Kunde die Bestellung aufgibt. Die Anzahl aufgebener Bestellungen kann von der Anzahl ausgelieferter Bestellungen abweichen, da sich Bestellungen am Ende des betreffenden Zeitraums auf dem Transportweg befinden können oder möglicherweise storniert wurden.

BEREINIGTES EBIT

Wir definieren das bereinigte EBIT als EBIT vor Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütungen mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente und vor nicht operativen Einmaleffekten.

BEREINIGTES EBITDA

Wir definieren das bereinigte EBITDA als EBITDA vor Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütungen mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente und vor nicht operativen Einmaleffekten.

BEREINIGTES FULFILLMENTKOSTENVERHÄLTNIS

Wir definieren das bereinigte Fulfillmentkostenverhältnis als Fulfillmentkosten vor Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütungen mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente geteilt durch die Umsatzerlöse des betreffenden Zeitraums. Die Fulfillmentkosten umfassen Aufwendungen für Versandabwicklung, Content-Erstellung, Kundenservice und Zahlungsabwicklung sowie zugeordnete Gemeinkosten und Wertberichtigungen auf Forderungen. Die Fulfillmentkosten umfassen somit alle Vertriebskosten mit Ausnahme der Marketingkosten.

BEREINIGTES MARKETINGKOSTENVERHÄLTNIS

Wir definieren das bereinigte Marketingkostenverhältnis als Marketingkosten vor Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütungen mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente geteilt durch die Umsatzerlöse des betreffenden Zeitraums. Die Marketingkosten umfassen Aufwendungen für Werbung, einschließlich Suchmaschinenmarketing und Werbung in TV-, Online- und sonstigen Marketingkanälen, sowie zugeordnete Gemeinkosten.

CONTENT-ERSTELLUNG

Unter Content-Erstellung verstehen wir die Produktion von Fotos und Texten für den Verkauf der Produkte auf unseren Internetseiten.

DURCHSCHNITTliche BESTELLUNGEN PRO AKTIVEM KUNDEN

Wir definieren die durchschnittlichen Bestellungen pro aktivem Kunden als die Anzahl Bestellungen der letzten zwölf Monate (bezogen auf den Stichtag) geteilt durch die Anzahl aktiver Kunden.

DURCHSCHNITTliche WARENKORBGRÖSSE

Wir definieren die durchschnittliche Warenkorbgröße als das von Kunden getätigte Bruttowarenvolumen (inklusive des Bruttowarenvolumens aus unserem Partnerprogramm) nach Stornierungen und Retouren geteilt durch die Anzahl ausgelieferter Bestellungen in dem betreffenden Zeitraum. Das Bruttowarenvolumen ist definiert als Gesamtausgaben unserer Kunden (einschließlich USt) abzüglich Stornierungen und Retouren in dem betreffenden Zeitraum.

EBIT

EBIT ist definiert als das Ergebnis vor Zinsen und Steuern.

EBITDA

EBITDA steht für EBIT vor Abschreibungen auf Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte.

EBIT-MARGE

Die EBIT-Marge ist definiert als das Verhältnis von EBIT zu Umsatz.

FREI VERFÜGBARER CASHFLOW

Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit zuzüglich Cashflow aus Investitionstätigkeit (außer Investitionen in Termingelder und Zahlungsmittel, die einer Verfügungsbeschränkung unterliegen).

KUNDENSERVICE

Unter Kundenservice verstehen wir den Service, den wir unseren Kunden über unsere Hotline sowie per E-Mail anbieten.

NETTOUMLAUFVERMÖGEN (NET WORKING CAPITAL)

Das Nettoumlaufvermögen berechnen wir als die Summe aus Vorräten, Forderungen aus Lieferungen und Leistungen abzüglich der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und ähnlichen Schulden.

SITE-VISITS

Wir definieren Site-Visits als die Anzahl von Serien von Seitenaufrufen von demselben Gerät und derselben Quelle (über Websites, m.sites, t.sites oder Apps) in dem betreffenden Zeitraum. Die Serie gilt als beendet, wenn länger als 30 Minuten kein Aufruf verzeichnet wurde.

03.2 GRAFIKEN- UND TABELLENVERZEICHNIS

03.2.1 GRAFIKEN

KONZERN-ZWISCHENLAGEBERICHT

01	UMSATZERLÖSE IM 2. QUARTAL 2013–2017	9
02	UMSATZERLÖSE IM 1. HALBJAHR 2013–2017	9
03	EBIT-MARGE IM 2. QUARTAL 2013–2017	10
04	EBIT-MARGE IM 1. HALBJAHR 2013–2017	11

03.2.2 TABELLEN

KONZERN-ZWISCHENLAGEBERICHT

01	KONZERN-GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG ZUM 1. HALBJAHR	6
02	SONSTIGE KONZERN-FINANZDATEN ZUM 1. HALBJAHR	6
03	KONZERN-GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG IM 2. QUARTAL	7
04	SONSTIGE KONZERN-FINANZDATEN IM 2. QUARTAL	7
05	LEISTUNGSINDIKATOREN	8
06	AUFWENDUNGEN FÜR ANTEILSBASIERTE VERGÜTUNG NACH FUNKTIONSBEREICHEN	12
07	ERTRAGSLAGE SEGMENTE	13
08	AUFWENDUNGEN FÜR ANTEILSBASIERTE VERGÜTUNGEN NACH SEGMENTEN	13
09	VERKÜRZTE KAPITALFLUSSRECHNUNG	15
10	AKTIVA	16
11	PASSIVA	16

KONZERN-ZWISCHENABSCHLUSS

12	KONZERN-GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG	21
13	KONZERN-GESAMTERGEBNISRECHNUNG	21
14	KONZERNBILANZ – AKTIVA	22
15	KONZERNBILANZ – PASSIVA	23
16	KONZERN-EIGENKAPITAL-VERÄNDERUNGSRECHNUNG 2017	24
17	KONZERN-EIGENKAPITAL-VERÄNDERUNGSRECHNUNG 2016	24
18	KONZERN-KAPITALFLUSSRECHNUNG	26
19	ZAHLUNGSWIRKSAME ZINSEN	27
20	FREI VERFÜGBARER CASHFLOW	28
21	UMSATZERLÖSE	30
22	UMSATZKOSTEN	31
23	STEUERN VOM EINKOMMEN UND VOM ERTRAG	31
24	ERGEBNIS JE AKTIE (EPS) UNVERWÄSSERT	32
25	ERGEBNIS JE AKTIE (EPS) VERWÄSSERT	32
26	SEGMENTBERICHTERSTATTUNG 01.04. – 30.06.2017	34
27	SEGMENTBERICHTERSTATTUNG 01.04. – 30.06.2016	35
28	SEGMENTBERICHTERSTATTUNG 01.01. – 30.06.2017	35
29	SEGMENTBERICHTERSTATTUNG 01.01. – 30.06.2016	35

03.3 FINANZKALENDER 2017

FINANZKALENDER

Datum	Termin
Dienstag, 7. November	Veröffentlichung der Ergebnisse für das 3. Quartal 2017

03.4 IMPRESSUM

KONTAKT

ZALANDO SE
Tamara-Danz-Straße 1
10243 Berlin
corporate.zalando.de

INVESTOR RELATIONS

Patrick Kofler/Team Lead Investor Relations
investor.relations@zalando.de

CORPORATE COMMUNICATIONS

René Gribnitz/VP Communications
Milena Ratzel/Projektleitung
presse@zalando.de

KONZEPTION UND LAYOUT

In Zusammenarbeit mit MPM Corporate Communication Solutions, Mainz

Disclaimer

Dieser Halbjahresbericht enthält in die Zukunft gerichtete Aussagen, die auf Annahmen und Schätzungen der Unternehmensleitung der ZALANDO SE beruhen. Auch wenn die Unternehmensleitung der Ansicht ist, dass diese Annahmen und Schätzungen zutreffend sind, können die künftige tatsächliche Entwicklung und die künftigen tatsächlichen Ergebnisse von diesen Annahmen und Schätzungen aufgrund vielfältiger Faktoren erheblich abweichen. Zu diesen Faktoren können beispielsweise die Veränderung der gesamtwirtschaftlichen Lage, der gesetzlichen und regulatorischen Rahmenbedingungen in Deutschland und der EU sowie Veränderungen in der Branche gehören. Die ZALANDO SE übernimmt keine Gewährleistung und keine Haftung dafür, dass die künftige Entwicklung und die künftig erzielten tatsächlichen Ergebnisse mit den in diesem Halbjahresbericht geäußerten Annahmen und Schätzungen übereinstimmen werden. Es ist von der ZALANDO SE weder beabsichtigt noch übernimmt die ZALANDO SE eine gesonderte Verpflichtung, zukunftsbezogene Aussagen zu aktualisieren, um sie an Ereignisse oder Entwicklungen nach dem Datum dieses Berichts anzupassen.

Der Halbjahresbericht liegt ebenfalls in englischer Übersetzung vor und steht in beiden Sprachen im Internet unter <https://corporate.zalando.de/de/ir> zum Download bereit. Bei Abweichungen hat die deutsche Fassung des Halbjahresberichts Vorrang gegenüber der englischen Übersetzung.

