

DREIMONATSBERICHT

JANUAR — MÄRZ 2016



ZALANDO AUF EINEN BLICK

KENNZAHLEN

	01.01.–31.03.2016	01.01.–31.03.2015	VERÄNDERUNG
Leistungsindikatoren Konzern			
Site-Visits (in Mio.)	479,5	392,8	22,1 %
Anteil der Site-Visits über mobile Endgeräte (in %)	62,3	52,6	9,7 pp
Aktive Kunden (in Mio.)	18,4	15,4	19,7 %
Anzahl Bestellungen (in Mio.)	15,6	12,0	30,0 %
Durchschnittliche Bestellungen pro aktivem Kunde	3,2	2,8	12,6 %
Durchschnittliche Warenkorbgröße (in EUR)	66,5	68,0	-2,3 %
Bereinigtes Marketingkostenverhältnis (in % der Umsatzerlöse)	10,5	11,8	-1,3 pp
Bereinigtes Fulfillmentkostenverhältnis (in % der Umsatzerlöse)	24,1	24,7	-0,6 pp
Ertragslage Konzern			
Umsatzerlöse (in Mio. EUR)	796,1	643,6	23,7 %
EBIT (in Mio. EUR)	16,4	25,1	-34,5 %
EBIT (in % der Umsatzerlöse)	2,1	3,9	-1,8 pp
Bereinigtes EBIT (in Mio. EUR)	20,2	29,1	-30,4 %
Bereinigtes EBIT (in % der Umsatzerlöse)	2,5	4,5	-2,0 pp
Vermögens- und Finanzlage Konzern			
Nettoumlaufvermögen (Net Working Capital) (in Mio. EUR)	15,5	-2,6 *	704,1 %
Eigenkapitalquote (in % der Bilanzsumme)	58,2	60,1 *	-1,9 pp
Operativer Cashflow (in Mio. EUR)	-9,2	-11,8	21,5 %
Investiver Cashflow (in Mio. EUR)	-24,6	-82,6	70,2 %
Liquide Mittel (in Mio. EUR)	941,2	960,9	-2,1 %
Sonstige Kennzahlen			
Mitarbeiter (zum Bilanzstichtag)	10.268	9.987 *	2,8 %
Unverwässertes Ergebnis je Aktie (in EUR)	0,02	0,10	-81,3 %

pp = Prozentpunkte
 *} zum 31.12.2015

SONSTIGE FAKTEN

23,7 %

UMSATZWACHSTUM IM VERGLEICH ZU Q1 2015

EUR 16,4 MIO.

EBIT

18,4 MIO.

AKTIVE KUNDEN

62,3 %

DER WEBSITE-BESUCHE KOMMEN ÜBER MOBILE ENDGERÄTE

CONNECTING PEOPLE AND FASHION

INHALTSVERZEICHNIS

01 KONZERN- ZWISCHENLAGEBERICHT

→ 01.1	Grundlagen des Konzerns	5
→ 01.2	Wirtschaftsbericht	5
→ 01.3	Nachtragsbericht	13
→ 01.4	Risiko- und Chancenbericht	13
→ 01.5	Prognosebericht	14

02 KONZERN- ZWISCHENABSCHLUSS

→ 02.1	Konzern-Gesamtergebnisrechnung	17
→ 02.2	Konzernbilanz	18
→ 02.3	Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung	20
→ 02.4	Konzern-Kapitalflussrechnung	22
→ 02.5	Verkürzter Konzernanhang	24
→ 02.6	Bescheinigung nach prüferischer Durchsicht	30

03 SERVICE

→ 03.1	Glossar	32
→ 03.2	Grafiken- und Tabellenverzeichnis	34
→ 03.3	Finanzkalender 2016	35
→ 03.4	Impressum	35

NAVIGATIONSHILFE



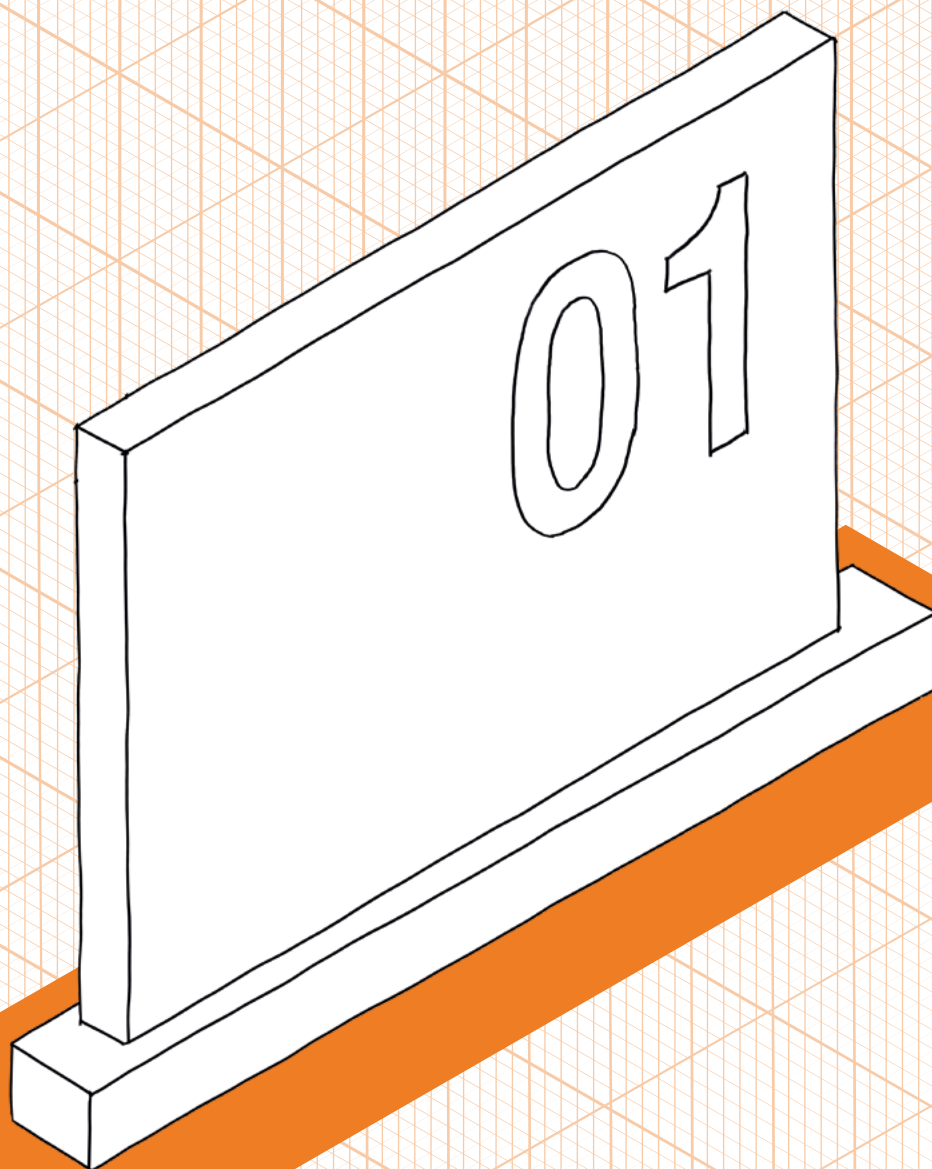
WEITERE INFORMATIONEN
IM BERICHT



WEITERE INFORMATIONEN
IM INTERNET



FÜR DEN
SCHNELLEN LESER



1/4 2016

KONZERN-ZWISCHENLAGEBERICHT

SONSTIGE FAKTEN

30 %

ANSTIEG DER BESTELLUNGEN IM VERGLEICH ZU Q1 2015

WIR SPRECHEN **12** SPRACHEN

IM KUNDENSERVICE

01.1 GRUNDLAGEN DES KONZERNS

Die im Geschäftsbericht 2015 getroffenen Aussagen zum Geschäftsmodell, zur Konzernstruktur, zur Strategie und 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

In Deutschland entwickelt sich der Internet-Einzelhandel weiterhin rasanter als die gesamte Einzelhandelsbranche. So stieg das Marktvolumen des Internet-Einzelhandels 2015 gegenüber dem Vorjahr um 12,6 %, während die gesamte Einzelhandelsbranche verglichen mit dem Vorjahr lediglich um 1,7 % zulegte. Ein ähnlicher Wachstumsunterschied zwischen dem Online-Modeverkauf und dem Modeverkauf insgesamt besteht auch in Deutschland. Ein jährliches Umsatzwachstum von 8,3 % der Online-Modebranche gegenüber moderaten 0,3 % der gesamten Modebranche deutet darauf hin, dass sich im Jahr 2015 ein großer Anteil des Mode-Einzelhandels von offline zu online verschoben hat.¹

Erste Reaktionen aus dem deutschen Modehandel zum Verlauf der ersten drei Monate 2016 zeigen, dass die erhoffte Trendwende nach dem schwachen Abschneiden im vergangenen Jahr ausgeblieben ist. Laut Textilwirtschaft verzeichnete der Modehandel im ersten Quartal einen Rückgang um 2 % gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Obwohl der Monat Februar einen beachtlichen Anstieg von 3 % gegenüber dem Vorjahreszeitraum aufwies, boten der milde Januar und der kalte März den Konsumenten wenige Anreize zum Mode-Shopping.²

Aufgrund der fortwährend positiven Entwicklung im Online-Modehandel sehen wir weiterhin wachsende Marktchancen für unser Geschäftsmodell:

- Wir erwarten, dass der Anteil der im Online-Handel verkauften Mode im Vergleich zu der im Stationärhandel verkauften Mode weiter wachsen wird.
- Wir gehen davon aus, dass die Kategorie Mode innerhalb des gesamten Online-Einzelhandels weiterhin im oberen profitablen Bereich rangieren wird. Online-Modehändler realisieren typischerweise Bruttogewinnmargen von 40 % bis 60 %³, womit sie deutlich über den Margen liegen, die Online-Händler anderer Produktkategorien, z. B. Elektronik, erzielen.
- Das Geschäft über mobile Endgeräte trägt erheblich zum starken Wachstum im Online-Einzelhandel bei. In Europa legte der Internethandel über mobile Endgeräte von 3,6 Mrd. EUR im Geschäftsjahr 2011 auf 46,5 Mrd. EUR im Geschäftsjahr 2015 zu.⁴ Dies gilt auch für den Online-Vertrieb von Mode, der den Konsumenten jederzeit und überall den Zugang zu Modeprodukten ermöglicht. Kundenorientierte Services und Funktionalitäten sorgen dabei für eine hohe Benutzerfreundlichkeit. Wir erwarten, dass sich dieses rasante Wachstum in den kommenden Jahren fortsetzt.



WWW.EUROMONITOR.COM



WEITER AUF S. 6

1) Euromonitor International

2) Textilwirtschaft

3) Basierend auf aktuellen Geschäftsberichten ausgewählter Fashion Unternehmen

4) Euromonitor International; Europa ohne Russland; ohne Umsatzsteuer

01.2.2 KONZERNERTRAGSLAGE



MEHR INFORMATIONEN
KONZERN-GESAMT-
ERGEBNISRECHNUNG S. 17

Die verkürzte Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung zeigt für das erste Quartal 2016 gegenüber dem Vorjahreszeitraum einen deutlichen Anstieg der Umsatzerlöse sowie eine niedrigere Bruttogewinnmarge. Ein Anstieg der Umsatzkostenquote wirkte sich nachteilig auf die EBIT-Marge aus, was durch die niedrigeren Vertriebskosten im Verhältnis zum Umsatz nicht ausgeglichen werden konnte.

01 KONZERN-GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

IN MIO. EUR	01.01.– 31.03.2016	IN % VOM UMSATZ	01.01.– 31.03.2015	IN % VOM UMSATZ	VER- ÄNDERUNG
Umsatzerlöse	796,1	100,0 %	643,6	100,0 %	0,0 pp
Umsatzkosten	–462,7	–58,1 %	–353,5	–54,9 %	–3,2 pp
Bruttoergebnis vom Umsatz	333,4	41,9 %	290,1	45,1 %	–3,2 pp
Vertriebskosten	–277,2	–34,8 %	–236,8	–36,8 %	2,0 pp
Verwaltungskosten	–40,6	–5,1 %	–29,1	–4,5 %	–0,6 pp
Sonstige betriebliche Erträge	1,5	0,2 %	3,0	0,5 %	–0,4 pp
Sonstige betriebliche Aufwendungen	–0,7	–0,1 %	–2,0	–0,3 %	0,2 pp
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	16,4	2,1 %	25,1	3,9 %	–1,8 pp



WEITER AUF S. 7

02 SONSTIGE KONZERN-FINANZDATEN

IN MIO. EUR	01.01.– 31.03.2016	01.01.– 31.03.2015	VERÄNDERUNG
EBIT-Marge (in % der Umsatzerlöse)	2,1 %	3,9 %	–1,8 pp
Bereinigtes EBIT (ohne anteilsbasierte Vergütungen mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente)	20,2	29,1	–8,8
Bereinigte EBIT-Marge (in % der Umsatzerlöse)	2,5 %	4,5 %	–2,0 pp
EBITDA	25,5	32,6	–7,1
Bereinigtes EBITDA (ohne anteilsbasierte Vergütungen mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente)	29,3	36,6	–7,3

03 LEISTUNGSINDIKATOREN

LEISTUNGSINDIKATOREN *	01.01.– 31.03.2016	01.01.– 31.03.2015	VER- ÄNDERUNG
Site-Visits (in Mio.)	479,5	392,8	22,1 %
Anteil der Site-Visits über mobile Endgeräte (in %)	62,3	52,6	9,7 pp
Aktive Kunden (in Mio.)	18,4	15,4	19,7 %
Anzahl Bestellungen (in Mio.)	15,6	12,0	30,0 %
Durchschn. Bestellungen pro aktivem Kunden	3,2	2,8	12,6 %
Durchschn. Warenkorbgröße (in EUR)	66,5	68,0	–2,3 %
Umsatzerlöse (in Mio. EUR)	796,1	643,6	23,7 %
Bereinigtes Fulfillmentkostenverhältnis (in % der Umsatzerlöse)	24,1	24,7	–0,6 pp
Bereinigtes Marketingkostenverhältnis (in % der Umsatzerlöse)	10,5	11,8	–1,3 pp
Fulfillmentkostenverhältnis (in % der Umsatzerlöse)	24,2	24,9	–0,7 pp
Marketingkostenverhältnis (in % der Umsatzerlöse)	10,6	11,9	–1,3 pp
EBIT (in Mio. EUR)	16,4	25,1	–34,5 %
EBIT-Marge (in % der Umsatzerlöse)	2,1	3,9	–1,8 pp
Bereinigtes EBIT (in Mio. EUR)	20,2	29,1	–30,4 %
EBITDA (in Mio. EUR)	25,5	32,6	–21,8 %
Bereinigtes EBITDA (in Mio. EUR)	29,3	36,6	–19,8 %
Nettoumlaufvermögen (in Mio. EUR)	15,5	–2,6**	–704,1 %
Operativer Cashflow (in Mio. EUR)	–9,2	–11,8	21,5 %

*} Weitere Erläuterungen zu den Leistungskennzahlen finden sich im Glossar

**} zum 31.12.2015

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

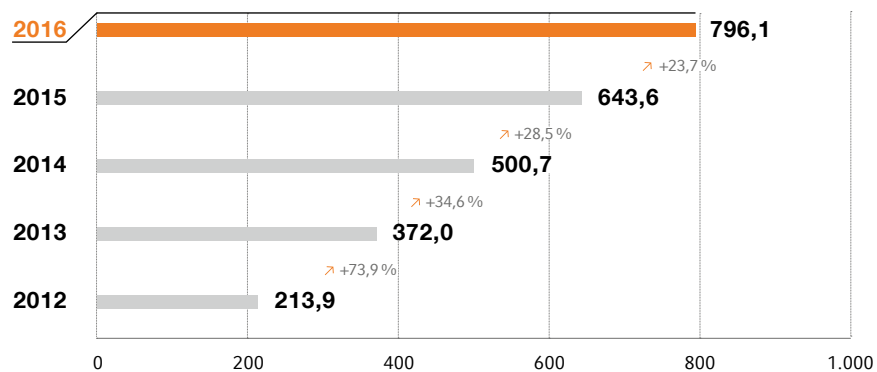
UMSATZENTWICKLUNG

Zalando konnte seinen Umsatz im ersten Quartal 2016 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 152,5 Mio. EUR von 643,6 Mio. EUR auf 796,1 Mio. EUR steigern. Dies entspricht im Jahresvergleich einem soliden Umsatzwachstum von 23,7 %. Die Umsatzentwicklung ist überwiegend auf einen Anstieg der Bestellungen um 30,0 % im Vergleich zum Vorjahreszeitraum zurückzuführen. Während die Anzahl aktiver Kunden sowie die durchschnittliche Anzahl an Bestellungen pro aktivem Kunden zunahm, nahm die durchschnittliche Warenkorbgröße leicht ab. Das solide Umsatzwachstum konnte trotz ungünstiger Marktbedingungen, der Betrugsfälle im letzten Jahr – die zu höheren Umsatzerlösen im ersten Quartal 2015 führten – sowie der Verspätungen beim Warenausgang aufgrund der Osterfeiertage Ende März erreicht werden.

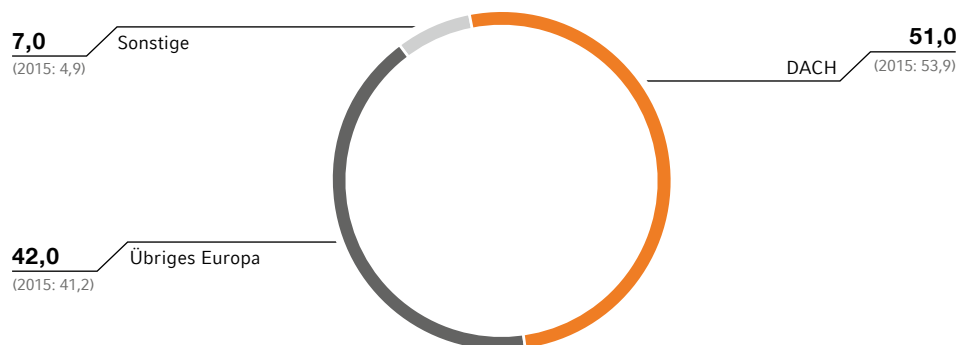


WEITER AUF S. 8

01 UMSATZERLÖSE IM 1. QUARTAL 2012–2016 (IN MIO. EUR)



02 UMSATZERLÖSE NACH SEGMENTEN IM 1. QUARTAL 2016 IN % (2015 IN %)

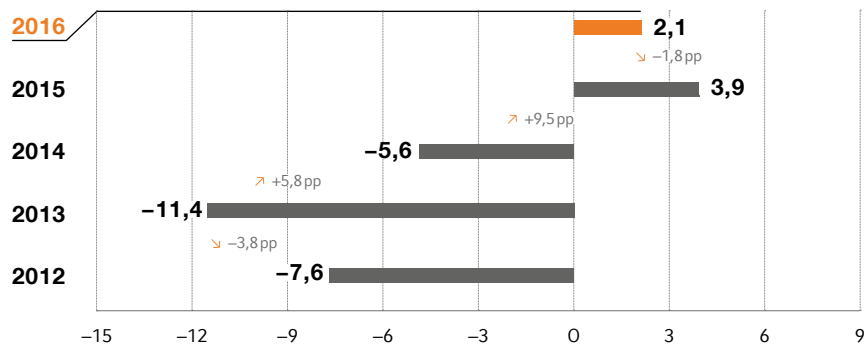


WEITER AUF S. 9

EBIT-ENTWICKLUNG

Im ersten Quartal 2016 hat der Konzern ein EBIT von 16,4 Mio. EUR (Vorjahr: 25,1 Mio. EUR) erwirtschaftet.

03 EBIT-MARGE IM 1. QUARTAL IN % (2012–2016)



Die Umsatzkosten haben sich um 30,9 % von 353,5 Mio. EUR auf 462,7 Mio. EUR erhöht.

Die Bruttogewinnmarge ging um 3,2 Prozentpunkte zurück. Hauptgründe hierfür waren Währungskursentwicklungen sowie höhere Rabatte, u. a. im Rahmen der Zalando Lounge, die den Warenbezug von außerhalb aktiv verstärkte, um das Wachstum voranzutreiben. Der milde Januar und der kalte März 2016 hatten eine niedrigere Abverkaufsquote der Herbst-/Winterkollektion zur Folge, was zu höheren Preisnachlässen und einem langsameren Start in die aktuelle Frühjahrs-/Sommersaison führte.

Die Vertriebskosten sind um 17,0 % von 236,8 Mio. EUR auf 277,2 Mio. EUR gestiegen.

Gegenüber dem ersten Quartal 2015 haben sich die Vertriebskosten in Prozent vom Umsatz aufgrund verbesserter Marketing- und Fulfillmentkostenverhältnisse um 2,0 Prozentpunkte verringert. Die Verringerung der Marketingkosten um 1,3 Prozentpunkte ist auf Effizienzsteigerungen zurückzuführen. Im letzten Jahr wirkte sich der Ansatz von Wertberichtigungen in Verbindung mit kundenfreundlicheren Zahlungsoptionen negativ auf die Fulfillmentkosten aus. Die diesjährigen Kosten wurden hingegen positiv durch die Auflösung von Wertberichtigungen auf Forderungen aus Lieferungen und Leistungen aus dem Jahr 2015 beeinflusst. Zalando hat im Laufe des vergangenen Jahres die Steuerung seiner Zahlungsoptionen erheblich verbessert und war somit in der Lage, bestimmte Wertberichtigungen auf ältere Forderungen aus Lieferungen und Leistungen aufzulösen.

Die Verwaltungskosten stiegen um 39,3 % von 29,1 Mio. EUR auf 40,6 Mio. EUR. Diese Erhöhung resultiert in erster Linie aus gestiegenen Personal- und Bürokosten.

Die EBIT-Marge ist auf Konzernebene um 1,8 Prozentpunkte von 3,9 % im ersten Quartal 2015 auf 2,1 % im Vergleichsquarter 2016 gesunken. Absolut ist das EBIT um 8,7 Mio. EUR auf 16,4 Mio. EUR gesunken.



WEITER AUF S. 10

Um die operative Leistung des Geschäfts beurteilen zu können, betrachtet das Zalando-Management auch das bereinigte EBIT und die bereinigte EBIT-Marge vor Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütung mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente. Im ersten Quartal 2016 hat Zalando ein bereinigtes EBIT von 20,2 Mio. EUR (Vorjahr: 29,1 Mio. EUR) erwirtschaftet.

Das EBIT umfasst die folgenden Aufwendungen aus anteilsbasierter Vergütung mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente. Weiterführende Informationen finden sich im Anhang zum Jahresabschluss 2015 (Punkt 03.5.7 (20.)).

04 AUFWENDUNGEN FÜR ANTEILSBASIERTE VERGÜTUNG NACH FUNKTIONSBEREICHEN

IN MIO. EUR	01.01.– 31.03.2016	01.01.– 31.03.2015	VERÄNDERUNG
Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütung mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente	3,8	4,0	–0,2
Umsatzkosten	0,9	1,0	0,0
Vertriebskosten	1,9	2,0	–0,1
davon Marketingkosten	0,9	1,0	0,0
davon Fulfillmentkosten	0,9	1,0	0,0
Verwaltungskosten	0,9	1,0	0,0

01.2.3 ERTRAGSLAGE SEGMENTE

Die verkürzte Segmentergebnisrechnung für das erste Quartal 2016 zeigt eine deutliche Umsatzsteigerung in allen Segmenten. Im DACH-Segment ist das EBIT gegenüber der Vorjahresperiode gestiegen, in den Segmenten Übriges Europa und Sonstige gesunken.



WEITER AUF S. 11

05 KONZERN-SEGMENTERGEBNISRECHNUNG

IN MIO. EUR	01.01.– 31.03.2016	01.01.– 31.03.2015	VERÄNDERUNG
Umsatzerlöse			
DACH	405,8	347,1	58,7
Übriges Europa	334,5	265,0	69,6
Sonstige	55,8	31,5	24,2
Betriebliches Ergebnis (EBIT)			
DACH	37,4	30,2	7,2
Übriges Europa	-18,5	-6,3	-12,2
Sonstige	-2,4	1,2	-3,7
Sonstige Segment-Finanzdaten			
Bereinigtes EBIT DACH	39,3	32,4	6,9
Bereinigtes EBIT Übriges Europa	-17,0	-4,7	-12,2
Bereinigtes EBIT Sonstige	-2,1	1,4	-3,5

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

06 AUFWENDUNGEN FÜR ANTEILSBASIERTE VERGÜTUNGEN NACH SEGMENTEN

IN MIO. EUR	01.01.– 31.03.2016	01.01.– 31.03.2015	VERÄNDERUNG
Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütung mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente	3,8	4,0	-0,2
DACH	1,9	2,2	-0,3
Übriges Europa	1,5	1,5	0,0
Sonstige	0,4	0,2	0,2

Die positive Entwicklung bei den Umsätzen konnte in allen Segmenten fortgesetzt werden. Die Umsätze im DACH-Segment sind im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 16,9 %, im Segment Übriges Europa um 26,3 % und im Segment Sonstige um 76,9 % gestiegen. Das DACH-Segment bleibt das umsatzstärkste Segment, gefolgt von dem Segment Übriges Europa.

Mit einer Erhöhung der EBIT-Marge um 0,5 Prozentpunkte auf 9,2 % aufgrund geringerer Wertberichtigungen auf Forderungen aus Lieferungen und Leistungen im Verhältnis zum Umsatz sowie einer gegenüber dem Vorjahr verbesserten Marketingeffizienz war das DACH-Segment im ersten Quartal 2016 klar profitabel.

Die Segmente Übriges Europa und Sonstige wirkten sich negativ auf die EBIT-Entwicklung des Konzerns aus. Die EBIT-Marge des Segments Übriges Europa ist v. a. aufgrund höherer Preisnachlässe und Währungskursentwicklungen um 3,2 Prozentpunkte von -2,4 % auf -5,5 % gesunken. Darüber hinaus verzeichnete das Segment Sonstige im ersten Quartal 2016 einen Rückgang der EBIT-Marge um 8,3 Prozentpunkte auf -4,4 %. Dieser negative Effekt ist in erster

Linie auf höhere Rabatte zurückzuführen, insbesondere im Rahmen der Zalando Lounge, die den Warenbezug von außerhalb aktiv verstärkte, um das Wachstum voranzutreiben.

Um die operative Leistung der Segmente beurteilen zu können, betrachtet das Zalando-Management auch das bereinigte EBIT und die bereinigte EBIT-Marge vor Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütung mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente. So hat das DACH-Segment im ersten Quartal 2016 eine bereinigte EBIT-Marge von 9,7 % erwirtschaftet. Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum hat sich die bereinigte EBIT-Marge somit um 0,4 Prozentpunkte verbessert. Das Segment Übriges Europa verzeichnete einen Rückgang der bereinigten EBIT-Marge um 3,3 Prozentpunkte von -1,8 % im Vorjahr auf -5,1 %. Das Segment Sonstige hat sich ebenfalls rückläufig entwickelt und im ersten Quartal 2016 eine bereinigte EBIT-Marge von -3,7 % erwirtschaftet. Im Vergleich zur Vorjahresperiode ist die bereinigte EBIT-Marge aufgrund von gestiegenen Umsatzkosten der Zalando Lounge und Investitionen in neue Plattform-Initiativen um 8,2 Prozentpunkte gesunken.

01.2.4 FINANZLAGE

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

07 VERKÜRZTE KAPITALFLUSSRECHNUNG

IN MIO. EUR	01.01.– 31.03.2016	01.01.– 31.03.2015
Mittelabfluss aus laufender Geschäftstätigkeit	-9,2	-11,8
Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit	-24,6	-82,6
Mittelzu-/abfluss aus der Finanzierungstätigkeit	-0,8	0,7
Zahlungswirksame Veränderungen des Finanzmittelbestands	-34,7	-93,7
Wechselkursbedingte und sonstige Veränderungen des Finanzmittelbestands	-0,4	3,6
Finanzmittelbestand am Anfang der Periode	976,2	1.051,0
Finanzmittelbestand am 31.03.	941,2	960,9

Zalando hat im ersten Quartal 2016 einen negativen Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit von -9,2 Mio. EUR (Vorjahr: -11,8 Mio. EUR) verzeichnet. Der trotz des positiven Periodenergebnisses (4,6 Mio. EUR) leicht negative Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit ist größtenteils auf einen Mittelabfluss aus laufenden Steuern für die Veranlagungszeiträume 2014 bis 2016 zurückzuführen.

Die Kapitalbindung im Nettoumlaufvermögen hat sich im Vergleich zum Jahresende 2015 aufgrund saisonaler Einflüsse leicht erhöht. Das Nettoumlaufvermögen, das sich aus den Vorräten und den Forderungen aus Lieferungen und Leistungen abzüglich der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und ähnlichen Schulden zusammensetzt, belief sich zum 31. März 2016 auf 15,5 Mio. EUR (31. Dezember 2015: -2,6 Mio. EUR).

Der Cashflow aus der Investitionstätigkeit umfasst Investitionen in selbst entwickelte Software sowie in die Logistikinfrastruktur, die insbesondere die Logistikzentren in Mönchengladbach und Stradella, Italien, betreffen.



MEHR INFORMATIONEN
KONZERN-KAPITALFLUSS-
RECHNUNG S. 22



WEITER AUF S. 12

Dementsprechend gingen die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente im ersten Quartal 2016 um 35,0 Mio. EUR zurück, sodass Zalando zum 31. März 2016 über Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente in Höhe von 941,2 Mio. EUR verfügt.

Der frei verfügbare Cashflow hat sich insbesondere aufgrund der zuvor genannten Steuerzahlungen und Investitionstätigkeiten gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 13,6 Mio. EUR von –20,2 Mio. EUR auf –33,8 Mio. EUR verringert.

KREDITLINIE

Am 30. Juli 2014 haben die ZALANDO SE und bestimmte Tochtergesellschaften mit einer Gruppe von Banken eine revolvingende Kreditfazilität in Höhe von 200 Mio. EUR abgeschlossen, die in verschiedenen Währungen in Anspruch genommen werden kann. Die revolvingende Kreditfazilität kann für die allgemeinen Gesellschaftszwecke (einschließlich Akquisitionen) sowie für Avale in Anspruch genommen werden. Die Fazilität hat eine Laufzeit bis zum 30. Juli 2019 und wurde zum 31. März 2016 mit Avalkrediten in Höhe von 33,8 Mio. EUR in Anspruch genommen (31. Dezember 2015: 26,4 Mio. EUR).



MEHR INFORMATIONEN
KONZERNBILANZ S. 18

01.2.5 VERMÖGENSLAGE

Die Vermögenslage des Konzerns wird in folgender verkürzter Bilanz dargestellt.

08 AKTIVA

IN MIO. EUR	31.03.2016		31.12.2015		VERÄNDERUNG	
Langfristige Vermögenswerte	264,8	12,1 %	253,1	12,0 %	11,7	4,6 %
Kurzfristige Vermögenswerte	1.931,6	87,9 %	1.863,5	88,0 %	68,1	3,7 %
Gesamtvermögen	2.196,4	100,0 %	2.116,5	100,0 %	79,9	3,8 %

09 PASSIVA

IN MIO. EUR	31.03.2016		31.12.2015		VERÄNDERUNG	
Eigenkapital	1.278,3	58,2 %	1.271,4	60,1 %	6,9	0,5 %
Langfristige Schulden	29,6	1,3 %	31,3	1,5 %	–1,7	–5,4 %
Kurzfristige Schulden	888,4	40,4 %	813,8	38,5 %	74,6	9,2 %
Gesamtkapital	2.196,4	100,0 %	2.116,5	100,0 %	79,9	3,8 %



WEITER AUF S. 13

Das Gesamtvermögen hat sich im ersten Quartal 2016 um 3,8 % erhöht. Nettoumlaufvermögen, Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente sowie Eigenkapital sind die wesentlichsten Bilanzpositionen.

Im ersten Quartal 2016 wurden insgesamt Investitionen in immaterielle Vermögenswerte in Höhe von 12,9 Mio. EUR (Vorjahr: 9,2 Mio. EUR) und in das Sachanlagevermögen in Höhe von 12,7 Mio. EUR (Vorjahr: 1,8 Mio. EUR) getätigt.

Das Vorratsvermögen beinhaltet beinahe ausschließlich Waren für das operative Kerngeschäft von Zalando. Der Anstieg der Vorräte um 19,6 % auf 590,4 Mio. EUR resultiert aus dem gestiegenen Geschäftsvolumen sowie aus der Anlieferung der Frühjahrs-/Sommerkollektion.

Die zum 31. März 2016 ausgewiesenen Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sind kurzfristig. Der leichte Anstieg um 8,7 % auf 162,8 Mio. EUR ist im Wesentlichen auf das höhere Geschäftsvolumen zurückzuführen.

Das Eigenkapital erhöhte sich in den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres von 1.271,4 Mio. EUR auf 1.278,3 Mio. EUR. Die Zunahme in Höhe von 6,9 Mio. EUR resultiert hauptsächlich aus dem positiven Periodenergebnis. Die Eigenkapitalquote reduzierte sich im Berichtszeitraum infolge des Anstiegs des Gesamtvermögens von 60,1 % zum Jahresanfang auf 58,2 % zum 31. März 2016.

Die kurzfristigen Schulden haben sich im Berichtszeitraum um 74,6 Mio. EUR erhöht. Dieser Anstieg ist insbesondere auf die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und ähnliche Schulden zurückzuführen, die im Berichtszeitraum infolge der kürzlichen Anlieferung der Frühjahrs-/Sommerkollektion um 14,2 % von 645,8 Mio. EUR auf 737,7 Mio. EUR gestiegen sind. Im Rahmen von Reverse Factoring-Verträgen hatten bestimmte Lieferanten zum 31. März 2016 ihre Forderungen gegen Zalando in einem Umfang von 185,3 Mio. EUR an verschiedene Factoring-Anbieter übertragen (31. Dezember 2015: 170,9 Mio. EUR). Der Ausweis in der Bilanz erfolgte unter den Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und ähnliche Schulden.

GESAMTAUSSAGE

Der Vorstand beurteilt die Entwicklung im ersten Quartal 2016 als positiv. Zalando hat sich bewusst auf Wachstumschancen konzentriert, wichtige strategische Investitionen getätigt und ist dabei klar profitabel geblieben. Der Zalando-Konzern hat im ersten Quartal die Umsätze weiter gesteigert und Marktanteile hinzugewonnen.



WEITER AUF S. 14

01.2.6 MITARBEITER

Die Zahl der Mitarbeiter erhöhte sich zum 31. März 2016 gegenüber dem Stand vom 31. Dezember 2015 um 281 von 9.987 auf 10.268 Mitarbeiter. Dieser Anstieg resultiert in erster Linie aus dem Personalaufbau im Bereich Technologie.

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 2015 nicht wesentlich verändert. Risiken, die den Fortbestand von Zalando gefährden können, sind weiterhin nicht ersichtlich.

01.5 PROGNOSEBERICHT

01.5.1 KÜNFTIGE GESAMTWIRTSCHAFTLICHE UND BRANCHENBEZOGENE SITUATION



Das Wirtschaftswachstum in Deutschland wird nach Einschätzung der Europäischen Kommission stabil bleiben und in erster Linie von der inländischen Nachfrage, insbesondere dem privaten Konsum, getragen werden. Sowohl für 2016 als auch für 2017 wird eine Steigerung des Bruttoinlandsprodukts (BIP) um 1,8 % erwartet. Weitere Erhöhungen der Beschäftigung und Gehälter sollen den privaten Konsum ankurbeln.⁵

Die deutsche Wirtschaft stellt insbesondere aufgrund der stetigen Nachfrage nach Konsumgütern ein robustes Umfeld für den Einzelhandel dar. Das Institut für Makroökonomie und Konjunkturforschung geht davon aus, dass private Konsumausgaben 2016 weiterhin mehr als die Hälfte des BIP-Wachstums ausmachen werden, was Einzelhändler positiv in die Zukunft blicken lässt.⁶

Dem Internethandel wird ein weitaus dynamischeres Wachstum als dem Einzelhandel insgesamt prognostiziert. So soll der europäische Einzelhandel 2016 ein Wachstum von etwa 1,2 % gegenüber dem Vorjahr erreichen, während für den Online-Handel eine Steigerung um ca. 10,6 % prognostiziert wird. Für Deutschland ergibt sich ein ähnliches Bild: Die Prognose für den Einzelhandel insgesamt liegt für 2016 bei einem Plus von 1,0 %, wohingegen der Internethandel im gleichen Zeitraum 11,4 % hinzugewinnen soll.⁷ Die Prognose des Bundesverbands E-Commerce und Versandhandel Deutschland e. V. (bevh) stimmt hiermit überein und sagt für 2016 ein Umsatzwachstum von 11,9 % für den Online-Handel voraus.⁸ Das starke Wachstum des europäischen Online-Handels wird sich laut den Erwartungen über die nächsten Jahre hinweg fortsetzen. Obwohl von einer leicht verlangsamten Dynamik ausgegangen wird, wird eine durchschnittliche jährliche Wachstumsrate („Compound Annual Growth Rate“ – CAGR) von 8,8 % für den Zeitraum von 2016 bis 2020 weiterhin substantielle Möglichkeiten für E-Commerce-Händler bieten.⁹

Für die Online-Modebranche in Europa und Deutschland wird ebenfalls weiteres Wachstum prognostiziert. Auf europäischer Ebene wird ein Umsatzwachstum von rund 9,6 % vorhergesagt, während der Umsatz in Deutschland um 9,1 % zulegen soll. Experten haben Bekleidung und Schuhe als Hauptwachstumstreiber im E-Commerce identifiziert, weshalb Zalando davon ausgeht, dass der Online-Anteil im Modehandel auch 2016 weiter ansteigen wird.¹⁰

Zalando sieht sich mit seiner hohen Markenbekanntheit in Europa, seinem großen Kundestamm, 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.



WWW.BEVH.ORG



WEITER AUF S. 15

5) Europäische Kommission

6) Institut für Makroökonomie und Konjunkturforschung (IMK)

7) Euromonitor International; Europa ohne Russland

8) Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e. V. (bevh)

9) Euromonitor International; Europa ohne Russland

10) Euromonitor International; Europa ohne Russland

01.5.2 PROGNOSE

Die Prognose hat sich gegenüber der im Geschäftsbericht 2015 enthaltenen Prognose für 2016 nicht verändert.

Zalando geht für das gesamte Jahr weiterhin von einem Umsatzwachstum im oberen Bereich des mehrjährigen Wachstumskorridors von 20–25 % sowie von einer bereinigten EBIT-Marge von 3,0–4,5 % aus.

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 ersten drei Monate des Geschäftsjahres 2016 weiterhin in einer soliden wirtschaftlichen Lage befand.

Berlin, den 10. Mai 2016

Der Vorstand

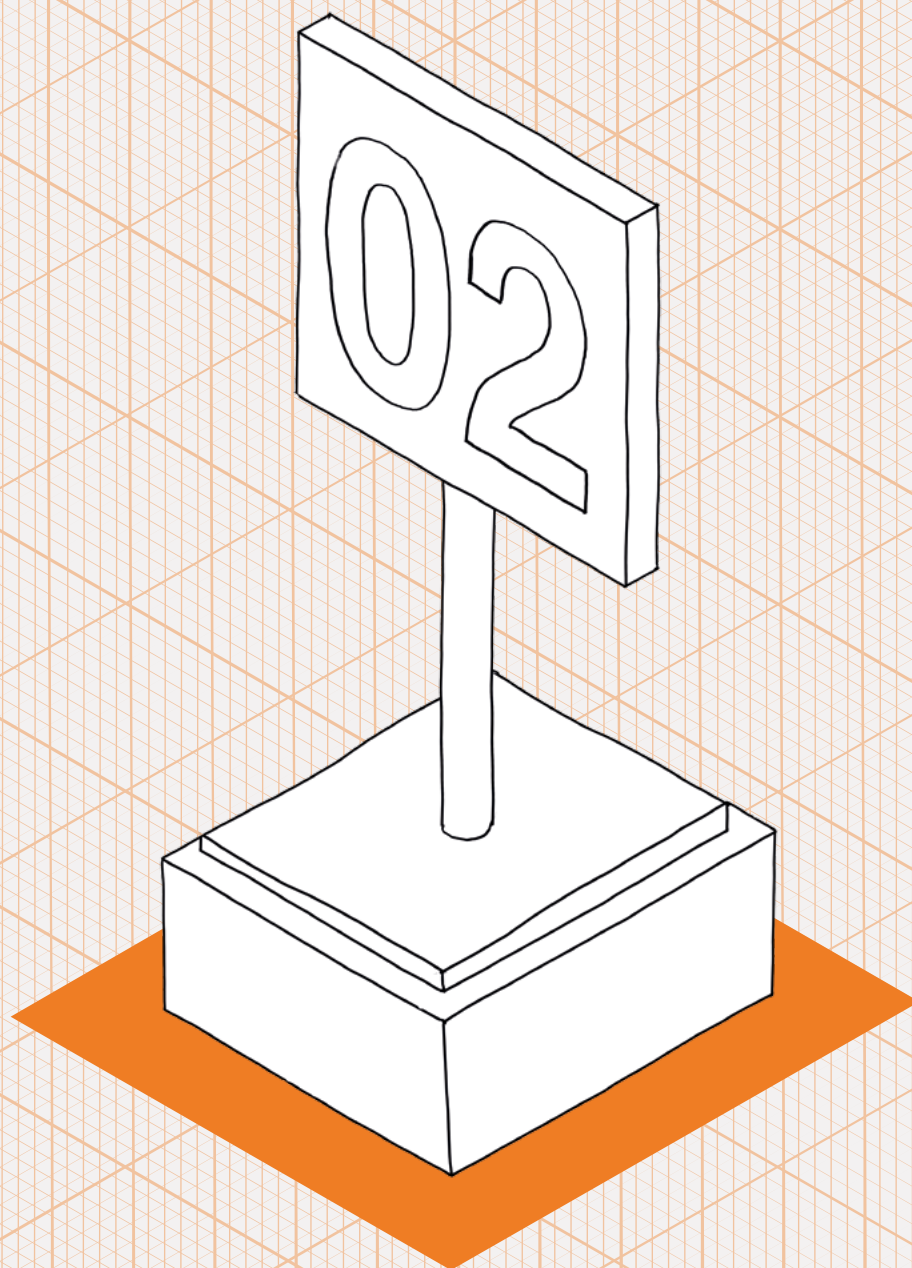
Robert Gentz

David Schneider

Rubin Ritter



ENDE DER SCHNELLESE-
INFORMATION



1/4 2016

KONZERN-ZWISCHENABSCHLUSS

SONSTIGE FAKTEN

1.000+

TECHNOLOGIE-MITARBEITER

6

TECHNOLOGIE-STANDORTE

02.1 KONZERN-GESAMTERGEBNISRECHNUNG



MEHR INFORMATIONEN
KONZERNERTRAGSLAGE S. 6

10 KONZERN-GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

IN MIO. EUR	ANHANG	01.01.– 31.03.2016	01.01.– 31.03.2015
Umsatzerlöse	(1.)	796,1	643,6
Umsatzkosten	(2.)	–462,7	–353,5
Bruttoergebnis vom Umsatz		333,4	290,1
Vertriebskosten		–277,2	–236,8
Verwaltungskosten		–40,6	–29,1
Sonstige betriebliche Erträge		1,5	3,0
Sonstige betriebliche Aufwendungen		–0,7	–2,0
Betriebliches Ergebnis (EBIT)		16,4	25,1
Zinsertrag		0,2	0,1
Zinsaufwand		–5,3	–1,2
Ergebnis aus nach der Equity-Methode bilanzierten Finanzanlagen		–0,6	0,0
Übriges Finanzergebnis		–0,5	6,6
Finanzergebnis		–6,2	5,5
Ergebnis vor Steuern (EBT)		10,3	30,6
Steuern vom Einkommen und Ertrag	(3.)	–5,7	–6,3
Periodenergebnis		4,6	24,3
davon den Gesellschaftern der Zalando SE zuzurechnendes Ergebnis		4,6	24,3
Periodenergebnis in Prozent vom Umsatz		0,6 %	3,8 %
Unverwässertes Ergebnis je Aktie (in EUR)	(4.)	0,02	0,10
Verwässertes Ergebnis je Aktie (in EUR)	(4.)	0,02	0,10

11 KONZERN-GESAMTERGEBNISRECHNUNG

IN MIO. EUR	01.01.– 31.03.2016	01.01.– 31.03.2015
Periodenergebnis	4,6	24,3
Posten, die in Folgeperioden in das Periodenergebnis umgegliedert werden		
Effektiver Teil der Gewinne/Verluste aus Cashflow Hedges nach Steuern	–1,2	–6,3
Währungsumrechnungsdifferenzen ausländischer Jahresabschlüsse	–0,2	0,0
Sonstiges Ergebnis	–1,4	–6,3
Gesamtergebnis	3,1	18,0
davon den Gesellschaftern der Zalando SE zuzurechnendes Ergebnis	3,1	18,0

02.2 KONZERNBILANZ



MEHR INFORMATIONEN
VERMÖGENSLAGE S. 12

12 KONZERNBILANZ – AKTIVA

IN MIO. EUR	ANHANG	31.03.2016	31.12.2015
Langfristige Vermögenswerte			
Immaterielle Vermögenswerte		57,2	48,8
Sachanlagen		136,6	128,2
Finanzielle Vermögenswerte		17,5	17,6
Latente Steueransprüche		43,6	47,5
Nicht finanzielle Vermögenswerte	(5.)	3,3	3,5
Nach der Equity-Methode bilanzierte Finanzanlagen		6,6	7,4
		264,8	253,1
Kurzfristige Vermögenswerte			
Vorräte		590,4	493,5
Geleistete Anzahlungen		1,1	1,4
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	(6.)	162,8	149,7
Sonstige finanzielle Vermögenswerte		173,8	175,9
Sonstige nicht finanzielle Vermögenswerte		62,3	66,7
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	(9.)	941,2	976,2
		1.931,6	1.863,5
Bilanzsumme		2.196,4	2.116,5

13 KONZERNBILANZ – PASSIVA

IN MIO. EUR	ANHANG	31.03.2016	31.12.2015
Eigenkapital			
Gezeichnetes Kapital		247,0	247,0
Kapitalrücklage		1.144,7	1.140,9
Sonstige Rücklagen		–0,1	1,4
Bilanzverlust		–113,4	–118,0
	(7.)	1.278,3	1.271,4
Langfristige Schulden			
Rückstellungen		9,2	9,1
Zuwendungen der öffentlichen Hand		0,8	1,8
Finanzverbindlichkeiten		13,6	14,4
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten		2,2	2,1
Sonstige nicht finanzielle Verbindlichkeiten		3,1	3,1
Latente Steuerschulden		0,8	0,8
		29,6	31,3
Kurzfristige Schulden			
Rückstellungen		3,5	0,0
Finanzverbindlichkeiten		3,2	3,2
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und ähnliche Schulden	(8.)	737,7	645,8
Erhaltene Anzahlungen		11,1	8,6
Verbindlichkeiten aus Ertragsteuern		0,5	18,2
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten		67,3	71,8
Sonstige nicht finanzielle Verbindlichkeiten		65,2	66,1
		888,4	813,8
Bilanzsumme		2.196,4	2.116,5

02.3 KONZERN-EIGENKAPITAL- VERÄNDERUNGSRECHNUNG

14 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
Anteilsbasierte Vergütungen		0,0	3,8
31.03.2016		247,0	1.144,7

15 KONZERN-EIGENKAPITALVERÄNDERUNGSRECHNUNG 2015

IN MIO. EUR	ANHANG	GEZEICHNETES KAPITAL	KAPITALRÜCKLAGE
01.01.2015		244,8	1.120,4
Periodenergebnis		0,0	0,0
Sonstiges Ergebnis		0,0	0,0
Gesamtergebnis		0,0	0,0
Kapitalerhöhung	(7.)	0,8	0,7
Ablösung von Ansprüchen aus anteilsbasierten Vergütungen		0,0	-2,0
Anteilsbasierte Vergütungen		0,0	4,0
31.03.2015		245,6	1.123,0

SONSTIGE RÜCKLAGEN

	CASHFLOW HEDGES	WÄHRUNGSUMRECHNUNG	BILANZVERLUST	SUMME
	1,4	0,0	-118,0	1.271,4
	0,0	0,0	4,6	4,6
	-1,2	-0,2	0,0	-1,4
	-1,2	-0,2	4,6	3,1
	0,0	0,0	0,0	3,8
	0,1	-0,2	-113,4	1.278,3

SONSTIGE RÜCKLAGEN

	CASHFLOW HEDGES	WÄHRUNGSUMRECHNUNG	BILANZVERLUST	SUMME
	1,0	0,0	-239,5	1.126,7
	0,0	0,0	24,3	24,3
	-6,3	0,0	0,0	-6,3
	-6,3	0,0	24,3	18,0
	0,0	0,0	0,0	1,5
	0,0	0,0	0,0	-2,0
	0,0	0,0	0,0	4,0
	-5,3	0,0	-215,2	1.148,1



MEHR INFORMATIONEN
FINANZLAGE S. 11

02.4 KONZERN- KAPITALFLUSSRECHNUNG

16 KONZERN-KAPITALFLUSSRECHNUNG

IN MIO. EUR	ANHANG	01.01.– 31.03.2016	01.01.– 31.03.2015
1. Periodenergebnis		4,6	24,3
2. + Zahlungsunwirksamer Aufwand aus anteilsbasierten Vergütungen		3,8	4,0
3. – Zahlungen zur Ablösung von Ansprüchen aus anteilsbasierten Vergütungen		0,0	–2,0
4. + Abschreibungen auf Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte		9,1	7,5
5. + Steuern vom Einkommen und Ertrag	(3.)	5,7	6,3
6. – Gezahlte Ertragsteuern, abzüglich Erstattungen		–20,1	0,0
7. +/- Zunahme/Abnahme der Rückstellungen		3,6	–0,4
8. – Sonstige zahlungsunwirksame Erträge/Aufwendungen		0,0	–0,9
9. – Abnahme der Vorräte		–96,9	–126,2
10. – Abnahme der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstigen Forderungen	(6.)	–11,4	–29,2
11. + Zunahme der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und ähnlichen Schulden	(8.)	89,6	117,5
12. +/- Zunahme/Abnahme der sonstigen Aktiva/Passiva	(5.)	2,8	–12,6
13. = Mittelabfluss aus laufender Geschäftstätigkeit	(9.)	–9,2	–11,8
14. – Auszahlungen für Investitionen in das Sachanlagevermögen		–10,9	–1,4
15. – Auszahlungen für Investitionen in immaterielle Vermögenswerte		–12,8	–6,1
16. – Auszahlungen für den Erwerb von Anteilen an assoziierten Unternehmen sowie den Erwerb von Unternehmen und Anzahlungen für entsprechende Erwerbe		–0,9	–0,8
17. – Auszahlungen für Investitionen in Termingelder		0,0	–90,0
18. + Abnahme/Zunahme von Zahlungsmitteln, die einer Verfügungsbeschränkung unterliegen	(5.)	0,0	15,8
19. = Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit	(9.)	–24,6	–82,6
20. + Einzahlungen aus Kapitalerhöhungen der Gesellschafter abzgl. Transaktionskosten	(7.)	0,0	1,5
21. – Auszahlungen für die Tilgung von Krediten		–0,8	–0,8
22. = Mittelabfluss/-zufluss aus der Finanzierungstätigkeit		–0,8	0,7
23. = Zahlungswirksame Veränderungen des Finanzmittelbestands		–34,7	–93,7
24. +/- Änderung der Finanzmittel aus Wechselkursveränderungen		–0,4	3,6
25. + Verfügbarer Finanzmittelbestand zu Beginn des Geschäftsjahres		976,2	1.051,0
26. = Verfügbarer Finanzmittelbestand am 31.03.		941,2	960,9

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

17 ZAHLUNGSUNWIRKSAME ZINSEN

IN MIO. EUR	01.01.-31.03.2016	01.01.-31.03.2015
Gezahlte Zinsen	-1,1	-1,4
Erhaltene Zinsen	0,2	0,1
Summe	-0,9	-1,3

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

18 FREI VERFÜGBARER CASHFLOW

IN MIO. EUR	01.01.-31.03.2016	01.01.-31.03.2015
Mittelabfluss aus laufender Geschäftstätigkeit	-9,2	-11,8
Auszahlungen für Investitionen in das Sachanlagevermögen	-10,9	-1,4
Auszahlungen für Investitionen in immaterielle Vermögenswerte	-12,8	-6,1
Auszahlungen für den Erwerb von Anteilen an assoziierten Unternehmen sowie den Erwerb von Unternehmen und Anzahlungen für entsprechende Erwerbe	-0,9	-0,8
Frei verfügbarer Cashflow	-33,8	-20,2

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 Konzernzwischenabschluss der ZALANDO SE zum 31. März 2016 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 i. V. m. IAS 1 Darstellung des Abschlusses erstellt. Weiterhin wurden die Regelungen des Wertpapierhandelsgesetzes (WpHG) beachtet. Der verkürzte Konzernzwischenabschluss enthält nicht alle für einen Konzernabschluss zum Geschäftsjahresende erforderlichen Informationen und Angaben und ist daher in Verbindung mit dem Konzernabschluss zum 31. Dezember 2015 zu lesen.

GRUNDSÄTZE DER BILANZIERUNG UND BEWERTUNG

Die im Konzernabschluss zum 31. Dezember 2015 angewandten Rechnungslegungsgrundsätze sowie Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden werden grundsätzlich unverändert übernommen.

Aus der erstmaligen Anwendung neuer Rechnungslegungsverlautbarungen im Geschäftsjahr 2016 ergaben sich, wie es auch im Geschäftsbericht 2015 erläutert worden ist, keine wesentlichen Einflüsse auf den verkürzten Konzernzwischenabschluss.

Der verkürzte Konzernzwischenabschluss 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.

02.5.2 AUSGEWÄHLTE ERLÄUTERUNGEN ZUR KONZERN-GESAMTERGEBNISRECHNUNG

(1.) UMSATZERLÖSE

19 UMSATZERLÖSE

IN MIO. EUR	01.01.–31.03.2016	01.01.–31.03.2015
Erträge aus dem Verkauf von Handelswaren	786,3	639,0
Erträge aus übrigen Dienstleistungen	9,8	4,6
Summe	796,1	643,6

Zalando konnte seinen Umsatz im ersten Quartal 2016 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 152,5 Mio. EUR von 643,6 Mio. EUR auf 796,1 Mio. EUR steigern. Dies entspricht einem soliden Umsatzwachstum von 23,7 % im Jahresvergleich. Die Umsatzentwicklung ist überwiegend auf einen Anstieg der Bestellungen um 30,0 % im Vergleich zum Vorjahreszeitraum zurückzuführen. Während die Anzahl aktiver Kunden sowie die durchschnittliche Anzahl an Bestellungen pro aktivem Kunden zunahmen, nahm die durchschnittliche Warenkorbgröße leicht ab. Das solide Umsatzwachstum konnte trotz ungünstiger Marktbedingungen, der Betrugsfälle im letzten Jahr – die zu höheren Umsatzerlösen im ersten Quartal 2015 führten – sowie der Verspätungen beim Warenausgang aufgrund der Osterfeiertage Ende März erreicht werden.

(2.) UMSATZKOSTEN

20 UMSATZKOSTEN

IN MIO. EUR	01.01.–31.03.2016	01.01.–31.03.2015
Sachkosten	447,0	340,7
Personalkosten	15,7	12,8
Summe	462,7	353,5

Die Umsatzkosten umfassen im Wesentlichen Materialaufwand, Personalaufwand, Abschreibungen auf Vorräte, Fremdleistungen sowie Kosten der Infrastruktur. Die Umsatzkosten haben sich um 30,9 % von 353,5 Mio. EUR auf 462,7 Mio. EUR erhöht.

Zalando erzielte im ersten Quartal 2016 ein Bruttoergebnis vom Umsatz in Höhe von 333,4 Mio. EUR (Vorjahreszeitraum: 290,1 Mio. EUR).

Die Bruttogewinnmarge ging um 3,2 Prozentpunkte zurück. Hauptgründe hierfür waren Währungskursentwicklungen sowie höhere Rabatte, u. a. im Rahmen der Zalando Lounge, die den Warenbezug von außerhalb aktiv verstärkte, um das Wachstum voranzutreiben. Der milde Januar und der kalte März 2016 hatten eine niedrigere Abverkaufsquote der Herbst-/Winterkollektion zur Folge, was zu höheren Preisnachlässen und einem langsameren Start in die aktuelle Frühjahrs-/Sommersaison führte.

Der Materialaufwand im Konzern beträgt insgesamt 414,3 Mio. EUR (Vorjahr: 321,6 Mio. EUR).

(3.) STEUERN VOM EINKOMMEN UND VOM ERTRAG

21 STEUERN VOM EINKOMMEN UND VOM ERTRAG

IN MIO. EUR	01.01.–31.03.2016	01.01.–31.03.2015
Latente Steuern	–4,3	–3,3
Laufende Steuern im Inland	–1,4	–3,0
Summe	–5,7	–6,3

Der auf das Ergebnis vor Steuern im ersten Quartal 2016 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 Aktionäre entfallende Periodenergebnis durch die unverwässerte durchschnittliche gewichtete Anzahl der Aktien dividiert wird.

22 ERGEBNIS JE AKTIE (EPS) UNVERWÄSSERT

IN MIO. EUR	01.01.–31.03.2016	01.01.–31.03.2015
Periodenergebnis (in Mio. EUR)	4,6	24,3
Unverwässerte gewichtete durchschnittliche Aktienanzahl (in Mio. Stück)	247,0	245,0
Gesamt (in EUR)	0,02	0,10

Das unverwässerte Ergebnis je Aktie hat sich entsprechend des rückläufigen Periodenergebnisses von 0,10 EUR auf 0,02 EUR entwickelt.

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

23 ERGEBNIS JE AKTIE (EPS) VERWÄSSERT

IN MIO. EUR	01.01.–31.03.2016	01.01.–31.03.2015
Periodenergebnis (in Mio. EUR)	4,6	24,3
Verwässerte gewichtete durchschnittliche Aktienanzahl (in Mio. Stück)	255,7	252,0
Gesamt (in EUR)	0,02	0,10

02.5.3 AUSGEWÄHLTE ERLÄUTERUNGEN ZUR KONZERNBILANZ

(5.) NICHT FINANZIELLE VERMÖGENSWERTE

Die langfristigen finanziellen Vermögenswerte beinhalten im Wesentlichen Zahlungsmittel in Höhe von 13,0 Mio. EUR (Vorjahr: 13,0 Mio. EUR), die einer Verfügungsbeschränkung unterliegen.

Die langfristigen nicht finanziellen Vermögenswerte resultieren überwiegend aus der periodischen Abgrenzung von Aufwendungen für bereits geleistete Zahlungen.

(6.) FORDERUNGEN AUS LIEFERUNGEN UND LEISTUNGEN

Zalando hat die Annahmen überprüft, die der in der Vorperiode durchgeführten Bewertung der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen aus 2015 zugrunde liegen. Auf der Grundlage neuer Informationen ergab sich für diese Forderungen ein 7,0 Mio. EUR niedrigerer Wertminderungsbedarf. Die Auflösung der Wertberichtigung auf Forderungen aus Lieferungen und Leistungen wurde im ersten Quartal 2016 gemäß IAS 8 ergebniswirksam als Schätzungsänderung erfasst.

(7.) EIGENKAPITAL

Das Gezeichnete Kapital der Muttergesellschaft hat sich im ersten Quartal 2016 nicht wesentlich verändert.

Das Genehmigte und das Bedingte Kapital setzen sich zum Abschlussstichtag aus folgenden Bestandteilen zusammen:

24 GENEHMIGTES UND BEDINGTES KAPITAL

	BETRAG IN MIO. EUR	ANZAHL DER STÜCK-AKTIE	ZWECK
Genehmigtes Kapital 2013	3,1	3.062.125	Bedienung von Bezugsrechten aus den COPs und dem SOP 2011 bis 28. Oktober 2018
Genehmigtes Kapital 2015	94,7	94.964.847	Kapitalerhöhung gegen Bar- oder Sacheinlagen bis 1. Juni 2020
Bedingtes Kapital 2013	9,8	9.817.500	Bedienung von Bezugsrechten aus dem SOP 2013
Bedingtes Kapital 2014	6,7	6.732.000	Bedienung von Bezugsrechten aus dem SOP 2014
Bedingtes Kapital 2015	73,9	73.889.248	Ausgabe von Wandel- und/oder Optionsschuldverschreibungen bis zum 1. Juni 2020

Für die Inanspruchnahme des Genehmigten Kapitals 2013 und des Genehmigten Kapitals 2015 ist die Zustimmung des Aufsichtsrates erforderlich.

Die Entwicklung des Eigenkapitals ist in der Eigenkapitalveränderungsrechnung dargestellt.

(8.) VERBINDLICHKEITEN AUS LIEFERUNGEN UND LEISTUNGEN UND ÄHNLICHE SCHULDEN UND ERHALTENE ANZAHLUNGEN

Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und ähnlichen Schulden haben sich um 91,9 Mio. EUR auf 737,7 Mio. EUR erhöht.

Im Rahmen von Reverse Factoring-Verträgen hatten bestimmte Lieferanten zum 31. März 2016 ihre Forderungen gegen Zalando in einem Umfang von 185,3 Mio. EUR an verschiedene Factoring-Anbieter übertragen (31. Dezember 2015: 170,9 Mio. EUR). Der Ausweis dieser Positionen erfolgt in der Bilanz unter Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und ähnlichen Schulden.

Die erhaltenen Anzahlungen betreffen Kundenanzahlungen auf Bestellungen.

(9.) ANGABEN ZUR KAPITALFLUSSRECHNUNG

Zalando hat im ersten Quartal 2016 einen negativen Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit von -9,2 Mio. EUR (Vorjahr: -11,8 Mio. EUR) verzeichnet. Der trotz des positiven Periodenergebnisses (4,6 Mio. EUR) leicht negative Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit ist größtenteils auf einen Mittelabfluss aus laufenden Steuern für die Veranlagungszeiträume 2014 bis 2016 zurückzuführen.

Die Kapitalbindung im Nettoumlaufvermögen hat sich im Vergleich zum Jahresende 2015 aufgrund saisonaler Einflüsse leicht erhöht. Das Nettoumlaufvermögen, das sich aus den Vorräten und den Forderungen aus Lieferungen und Leistungen abzüglich der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und ähnlichen Schulden zusammensetzt, belief sich zum 31. März 2016 auf 15,5 Mio. EUR (31. Dezember 2015: -2,6 Mio. EUR).

Der Cashflow aus der Investitionstätigkeit umfasst Investitionen in intern entwickelte Software sowie in die Logistikinfrastruktur, die insbesondere die Logistikzentren in Mönchengladbach und Stradella, Italien, betreffen.

Dementsprechend gingen die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente im ersten Quartal 2016 um 35,0 Mio. EUR zurück, sodass Zalando zum 31. März 2016 über Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente in Höhe von 941,2 Mio. EUR verfügt.

Der frei verfügbare Cashflow hat sich insbesondere aufgrund der zuvor genannten Steuerzahlungen und Investitionstätigkeiten gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 13,6 Mio. EUR von –20,2 Mio. EUR auf –33,8 Mio. EUR verringert.

02.5.4 SONSTIGE ANGABEN

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. Die Unternehmen, mit denen Liefer- und Leistungsbeziehungen bestehen, sind zum Abschlussstichtag als sonstige nahestehende Personen und Unternehmen einzuordnen.

Aus diesen Liefer- und Leistungsbeziehungen resultieren zum Abschlussstichtag Verbindlichkeiten in Höhe von 49,1 Mio. EUR (Vorjahr: 40,1 Mio. EUR). Davon bestehen 43,5 Mio. EUR (Vorjahr: 40,1 Mio. EUR) gegenüber einem Reverse Factoring-Anbieter, mit dem zwischen Zalando und nahestehenden Unternehmen Reverse Factoring-Verträge bestehen. Somit bestehen direkt gegenüber nahestehenden Personen und Unternehmen Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und ähnliche Schulden in Höhe von 5,6 Mio. EUR (31. Dezember 2015: 0,0 Mio. EUR).

Im Berichtszeitraum wurden Waren von nahestehenden Unternehmen in einem Umfang von 41,3 Mio. EUR geordert. Im Vergleichszeitraum des Vorjahres betrug das Ordervolumen 21,9 Mio. EUR. Im Berichtszeitraum fielen keine Aufwendungen aus erhaltenen Dienstleistungen an (31. März 2015: 0,2 Mio. EUR).

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 Segmentberichterstattung zeigt eine positive Umsatzentwicklung in allen Berichtssegmenten des Zalando-Konzerns:

25 SEGMENTBERICHTERSTATTUNG 01.01.–31.03.2016

IN MIO. EUR	DACH	ÜBRIGES EUROPA	SONSTIGE	01.01.– 31.03.2016
Umsatzerlöse	405,8	334,5	55,8	796,1
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	37,4	–18,5	–2,4	16,4

26 SEGMENTBERICHTERSTATTUNG 01.01.–31.03.2015

IN MIO. EUR	DACH	ÜBRIGES EUROPA	SONSTIGE	01.01.– 31.03.2015
Umsatzerlöse	347,1	265,0	31,5	643,6
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	30,2	–6,3	1,2	25,1

Die positive Entwicklung bei den Umsätzen konnte in allen Segmenten fortgesetzt werden. Die Umsätze im DACH-Segment sind im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 16,9 %, im Segment Übriges Europa um 26,3 % und im Segment Sonstige um 76,9 % gestiegen. Das DACH-Segment bleibt das umsatzstärkste Segment, gefolgt von dem Segment Übriges Europa.

Mit einer Erhöhung der EBIT-Marge um 0,5 Prozentpunkte auf 9,2 % war das DACH-Segment im ersten Quartal 2016 klar profitabel. Grund für den Margenanstieg waren geringere Wertberichtigungen auf Forderungen aus Lieferungen und Leistungen im Verhältnis zum Umsatz sowie eine gegenüber der Vergleichsperiode des Vorjahres verbesserte Marketingeffizienz.

Die Segmente Übriges Europa und Sonstige wirkten sich negativ auf die EBIT-Entwicklung des Konzerns aus. Die EBIT-Marge des Segments Übriges Europa ist v. a. aufgrund höherer Rabatte und Währungskursentwicklungen um 3,2 Prozentpunkte von –2,4 % auf –5,5 % gesunken. Darüber hinaus verzeichnete das Segment Sonstige im ersten Quartal 2016 einen Rückgang der EBIT-Marge um 8,3 Prozentpunkte auf –4,4 %. Dieser negative Effekt ergab sich in erster Linie zum einen aus höheren Rabatten, insbesondere im Rahmen der Zalando Lounge, die den Warenbezug von außerhalb aktiv verstärkte, um das Wachstum voranzutreiben, zum anderen aus Investitionen in neue Plattform-Initiativen.

Das Finanzergebnis des Konzerns ist den Segmenten nicht zugeordnet.

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, den 10. Mai 2016

Der Vorstand

Robert Gentz

David Schneider

Rubin Ritter

02.6 BESCHEINIGUNG NACH PRÜFERISCHER DURCHSICHT

An die ZALANDO SE

Wir haben den verkürzten Konzernzwischenabschluss – bestehend aus Konzern-Gesamtergebnisrechnung, Konzern-Bilanz, Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung, Konzern-Kapitalflussrechnung sowie ausgewählten erläuternden Anhangangaben – und den Konzern-Zwischenlagebericht der ZALANDO SE, Berlin, für den Zeitraum vom 1. Januar 2016 bis 31. März 2016, die Bestandteile des Quartalsfinanzberichts nach § 37x Abs. 3 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 analytische Beurteilungen und bietet deshalb nicht die durch eine Abschlussprüfung erreichbare Sicherheit. Da wir auftragsgemäß keine Abschlussprüfung vorgenommen haben, können wir einen Bestätigungsvermerk nicht erteilen.

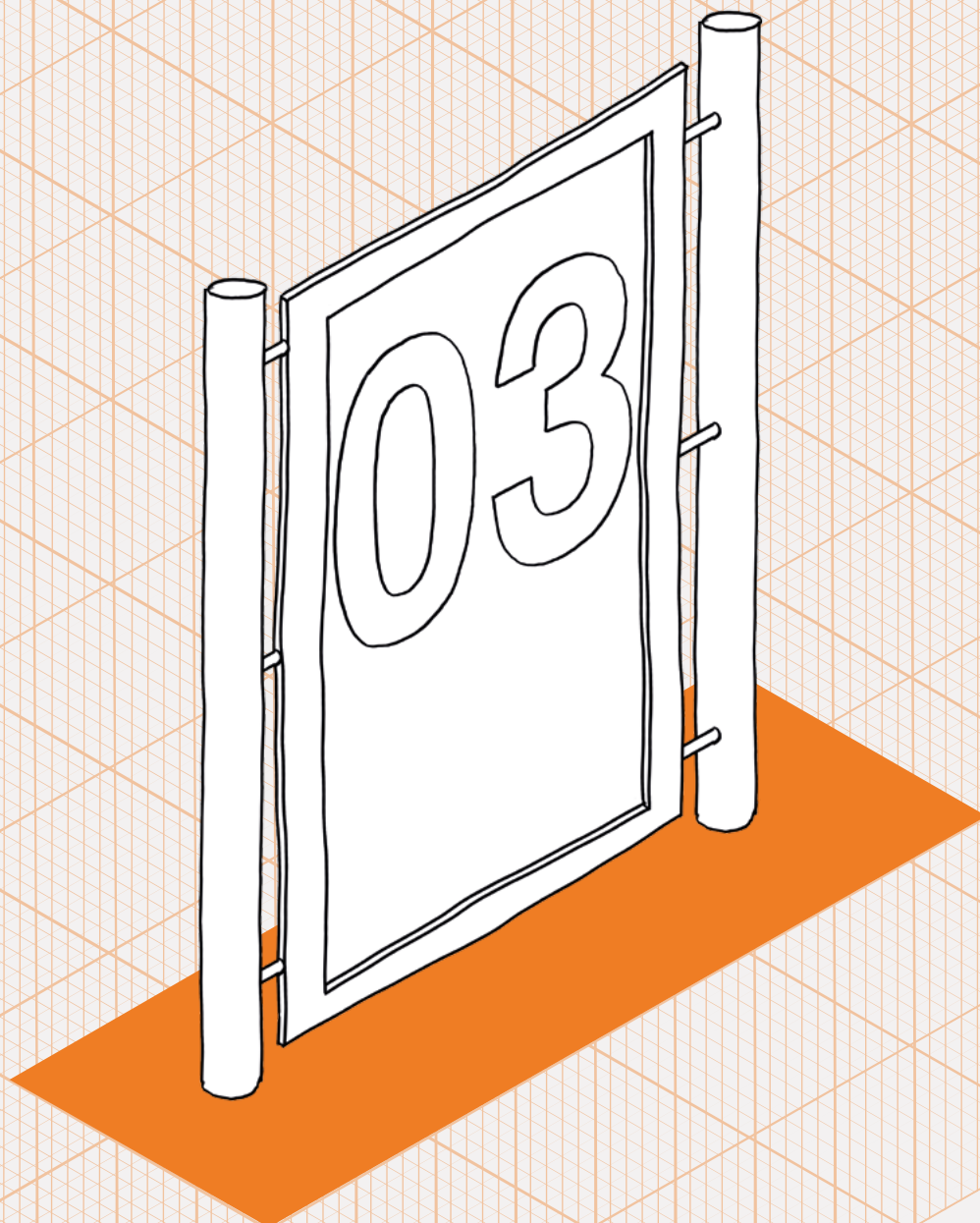
Auf der Grundlage unserer prüferischen Durchsicht sind uns keine Sachverhalte bekannt geworden, die uns zu der Annahme veranlassen, dass der verkürzte Konzern-Zwischenabschluss in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den IFRS für Zwischenberichterstattung, wie sie in der EU anzuwenden sind,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

Berlin, 10. Mai 2016

Ernst & Young GmbH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Dr. Röders
Wirtschaftsprüfer

Haas
Wirtschaftsprüfer



1/4 2016
SERVICE

FINANZKALENDER 2016

31. Mai 2016

JAHRESHAUPTVERSAMMLUNG 2016

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 aufgegebener 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.

Bereinigtes EBITDA

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

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 Kunde

Wir definieren die durchschnittlichen Bestellungen pro aktivem Kunde 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.

Mobile Commerce

Als Mobile Commerce bezeichnen wir den Handel über mobile Endgeräte wie Smartphones oder Tablet-Computer.

m.sites

Internetseiten, die für den Zugriff über Mobiltelefone oder Smartphones, die dem Nutzer Internetzugang ermöglichen, entwickelt wurden.

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.

t.sites

Internetseiten, die für den Zugriff über Tablets wie das Apple iPad oder die Samsung-Galaxy-Tablets entwickelt wurden.

03.2 GRAFIKEN- UND TABELLENVERZEICHNIS

03.2.1 GRAFIKEN

KONZERN-ZWISCHENLAGEBERICHT

01 Umsatzerlöse im 1. Quartal 2012–2016 (in Mio. EUR)	8
02 Umsatzerlöse nach Segmenten im 1. Quartal 2016 in % (2015 in %)	8
03 EBIT-Marge im 1. Quartal in % (2012–2016)	8

03.2.2 TABELLEN

KONZERN-ZWISCHENLAGEBERICHT

01 Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung	6
02 Sonstige Konzern-Finanzdaten	6
03 Leistungsindikatoren	7
04 Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütung nach Funktionsbereichen	9
05 Konzern-Segmentergebnisrechnung	10
06 Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütungen nach Segmenten	10
07 Verkürzte Kapitalflussrechnung	11
08 Aktiva	12
09 Passiva	12

KONZERN-ZWISCHENABSCHLUSS

10 Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung	17
11 Konzern-Gesamtergebnisrechnung	17
12 Konzernbilanz – Aktiva	18
13 Konzernbilanz – Passiva	19
14 Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung 2016	20
15 Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung 2015	20
16 Konzern-Kapitalflussrechnung	22
17 Zahlungsunwirksame Zinsen	23
18 Frei verfügbarer Cashflow	23
19 Umsatzerlöse	24
20 Umsatzkosten	25
21 Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	25
22 Ergebnis je Aktie (EPS) unverwässert	26
23 Ergebnis je Aktie (EPS) verwässert	26
24 Genehmigtes und bedingtes Kapital	27
25 Segmentberichterstattung 01.01.–31.03.2016	29
26 Segmentberichterstattung 01.01.–31.03.2015	29

SERVICE

27 Finanzkalender 2016	35
------------------------	----

03.3 FINANZKALENDER 2016

27 FINANZKALENDER

DATUM	TERMIN
Dienstag, 31. Mai	Jahreshauptversammlung 2016
Donnerstag, 11. August	Veröffentlichung der Ergebnisse für das 2. Quartal 2016
Donnerstag, 10. November	Veröffentlichung der Ergebnisse für das 3. Quartal 2016

03.4 IMPRESSUM

REDAKTION UND KONTAKT

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

INVESTOR RELATIONS

Birgit Opp
E-Mail: investor.relations@zalando.de

CORPORATE COMMUNICATIONS

Milena Ratzel
E-Mail: presse@zalando.de

KONZEPTION, LAYOUT UND SATZ

IR-One AG & Co., Hamburg
www.ir-1.com

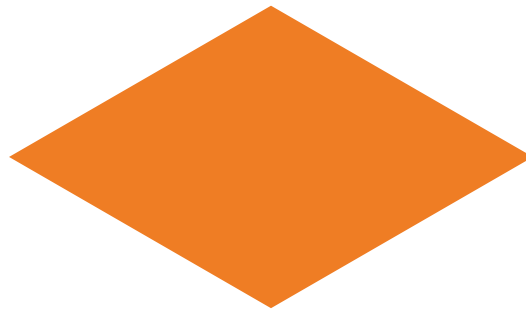
ILLUSTRATION

Sven-Norman Bommers, Berlin
www.snob-desillustration.com

Disclaimer

Dieser Quartalsbericht 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 Quartalsbericht 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 Quartalsbericht 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 Quartalsberichts Vorrang gegenüber der englischen Übersetzung.



ZALANDO SE
Tamara-Danz-Straße 1
10243 Berlin
Deutschland