

Zalando steigert 2013 Nettoumsatz um 600 Millionen EUR

- **Nettoumsatz wächst um mehr als 50 Prozent auf 1,8 Milliarden EUR**
- **Marktanteile in allen wichtigen Märkten ausgebaut**
- **Kernregion DACH überschreitet eine Milliarde EUR Nettoumsatz und bleibt Break-even**
- **Leicht verbesserte EBIT-Marge trotz ungünstiger Wetterbedingungen und anhaltenden Investitionen in Logistik und Technologie**
- **Erfolgreicher Übergang ins Mobile-Zeitalter — mehr als 35 Prozent Besuche über Smartphone oder Tablet am Jahresende**

Berlin, 14. Februar 2014. Zalando, Europas führender Online-Anbieter für Mode, steigerte im Geschäftsjahr 2013 den Nettoumsatz um rund 600 Millionen EUR und damit um mehr als 50 Prozent auf 1,8 Milliarden EUR. Das geht aus den vorläufigen Zahlen des Modehändlers hervor. Insbesondere der erfolgreiche Ausbau der bestehenden Kategorien Schuhe und Bekleidung in den Kernmärkten sowie die starke Entwicklung der 2012 neu etablierten Märkte haben das Wachstum vorangetrieben.

Zalando ist auch 2013 schneller als der Markt gewachsen und hat in allen regionalen Märkten Marktanteile gewonnen. In der Kernregion DACH (Deutschland, Österreich und Schweiz) setzte Zalando seine starke Entwicklung fort und erreichte erstmalig einen Nettoumsatz von mehr als einer Milliarde EUR. In den internationalen Regionen ist der Nettoumsatz jeweils im hohen zweistelligen Bereich gewachsen. Insbesondere die sieben 2012 neu etablierten Märkte haben sich erfolgreich entwickelt und das Umsatzwachstum im Vergleich zum Vorjahreszeitraum auf mehr als 70 Prozent in der ersten Jahreshälfte 2013 angehoben.

“2013 war erneut ein starkes Jahr für uns, in dem wir unsere führende Position in der europäischen Mode E-Commerce Branche unterstrichen haben”, sagte Robert Gentz, Mitglied des Vorstands von Zalando.

Mit mehr als 300 Millionen Shop-Besuchen im vierten Quartal 2013 hat sich Zalando erfolgreich als Europas meistbesuchte Mode-Website etabliert.

Später Sommer, milder Winter: Schwieriges Marktumfeld für die Branche

Trotz des ungebrochenen Trends zum Onlineshopping sah sich die Modebranche in Kontinentaleuropa im Jahr 2013 mit schwierigen Marktbedingungen konfrontiert. Der späte Start in den Sommer und ein milder Winter führten zu hohen Preisnachlässen im Markt mit entsprechendem Druck auf die Margen.

„2013 war ein schwieriges Jahr für Modehändler in Kontinentaleuropa. Die ungünstigen Wetterbedingungen haben insgesamt zu hohen Preisnachlässen im Modebereich geführt“, sagte David Schneider, Mitglied des Vorstands von Zalando.

Der Ausbau des Sortiments von Zalandos erster Kategorie „Schuhe“ um die Segmente „Mode, Sport und Accessoires“ wurde weiter fortgeführt. Zum ersten Mal in der Unternehmensgeschichte verkaufte Zalando im Geschäftsjahr 2013 mehr Bekleidung als Schuhe. Der Kundenstamm wuchs weiterhin stark an: Zum Jahresende verzeichnete das E-Commerce Unternehmen mehr als 13 Millionen aktive Kunden, die in den vergangenen 12 Monaten mindestens einmal bei Zalando eingekauft hatten. 2012 waren es knapp über 9 Millionen.

Leicht verbesserte Margen trotz schwierigen Wetters und anhaltenden Investitionen als Basis für zukünftiges Wachstum

Auf Gruppenebene verbesserte sich die EBIT-Marge 2013 um rund einen halben Prozentpunkt von -7.2% im Jahr 2012. Die Margenentwicklung wurde im Wesentlichen von zwei Effekten beeinflusst: Erstens war auch Zalando im Jahr 2013 mit schwierigen Wetterbedingungen konfrontiert. Diese führten zu hohen Preisnachlässen im Markt, was die Margen unter Druck setzte. Zweitens hat sich Zalando entschieden, strategische Initiativen als Grundlage für weiteres Wachstum und ein verbessertes Kundenerlebnis auch in 2013 fortzusetzen. Dies führte zu Anlaufkosten u.a. in den Bereichen Logistik und Technologie. So wurde 2013 die gesamte Logistikkapazität mehr als verdoppelt. Das erste selbstkonzipierte Logistikzentrum in Erfurt hat den Betrieb aufgenommen, die Erweiterungen werden noch 2014 abgeschlossen. Das Logistikzentrum wird damit zur größten E-Commerce Immobilie in Europa. Der Betrieb im neuen Logistikzentrum in Mönchengladbach ist ebenfalls angelaufen und Zalando wird auch 2014 in eine Erweiterung des Standorts investieren.

In der Kernregion DACH hat Zalando auch im Jahr 2013 den Break-even auf EBIT-Ebene erreicht und ist weiter stark gewachsen. Zalando hat das hohe Serviceversprechen aufrechterhalten und

bietet weiter kostenfreie Lieferungen und Rückversand. Die durchschnittliche Retourenquote blieb stabil bei rund 50 Prozent.

“Obwohl die höheren Preisnachlässe auf die Marge drückten, haben wir weiter in Kundenzufriedenheit investiert. Gleichzeitig haben wir sichergestellt, dass wir über die passende Infrastruktur für zukünftiges Wachstum verfügen“, sagte Rubin Ritter, Mitglied des Vorstands von Zalando.

Zalando verfügt mit mehr als 350 Millionen EUR über eine komfortable Netto-Liquidität, um auch zukünftiges Wachstum zu finanzieren. Darüber hinaus konnte Zalando im Jahr 2013 weitere große internationale Investoren wie den Ontario Teacher’s Pension Plan (OTPP) und Anders Holch Povlsen im Gesellschafterkreis begrüßen.

Starke Corporate Governance

Zalando hat im Dezember die Rechtsform der Gesellschaft in eine Aktiengesellschaft (AG) umgewandelt, um dem Unternehmen eine Corporate Governance Struktur zu geben, die für die internationale Ausrichtung und das zukünftige Wachstum angemessen ist. Christina Stenbeck, Vorstandsvorsitzende von Investment AB Kinnevik wird zur Aufsichtsratsvorsitzenden von Zalando ernannt. Lothar Lanz, Finanzvorstand der Axel Springer SE, wurde ebenfalls in den Aufsichtsrat der Zalando AG berufen und wird Vorsitzender des Rechnungsprüfungsausschusses.

Zalando startet Mobile durch

Zalando will seinen Kunden das bestmögliche Online-Modeerlebnis bieten. Mit einem mehr als 400 Mitarbeiter starken Technologieteam kann Zalando nahezu sämtliche Prozesse von der Onsite-Gestaltung über Zahlungsverkehr bis hin zu Logistik in-house abbilden. Um die Führungsposition im sich schnell ändernden Marktumfeld weiter auszubauen, richtet sich Zalando aktiv auf die zunehmende Mobilnutzung seiner Kunden aus. Optimierte Zalando Shops für das mobile Einkaufen sind mittlerweile in allen 15 Märkten verfügbar. Für den deutschen Markt wurden zudem Apps für Android und iOS Geräte entwickelt. Zum Jahresende 2013 kamen bereits mehr als 35 Prozent der Besuche der Zalando Shops von Mobilgeräten, einschließlich Tablets.

Tabelle 1: Zalando Gruppe – Entwicklung Nettoumsatz

	Q1	Q2	Q3	Q4	FY
<u>FY 2012</u>					
Nettoumsatz insgesamt (€m)	214	257	284	404	1.159
Davon: DACH ¹ Region Nettoumsatz (€m)	155	179	189	250	773
Länder (#)	7	10	14	14	14
<u>FY 2013</u>					
Nettoumsatz insgesamt (€m)	372	437	404	550	1.762
Davon: DACH ¹ Region Nettoumsatz (€m)	223	268	243	323	1.056
Länder (#)	14	14	14	15 ²	15 ²
<u>Wachstum</u>					
Nettoumsatz (%)	74	70	42	36	52
DACH ² Region Nettoumsatz (%)	44	50	29	29	37

Hinweis: 2013 Finanzkennzahlen sind vorläufig und nicht testiert.

¹ DACH Region umfasst Deutschland, Österreich und die Schweiz.

² Start von Zalando Luxembourg im November 2013 wurde durch den Shop Zalando Belgien abgewickelt

Über Zalando

Zalando (www.zalando.de) ist Europas größter Online-Anbieter für Schuhe und Fashion. Das umfangreiche Angebot für Damen, Herren und Kinder reicht von bekannten Trendmarken bis hin zu gefragten Designerlabels – insgesamt arbeitet Zalando mit über 1.500 Markenherstellern zusammen. Neben Schuhen und Bekleidung gehören exklusive Accessoires, Beauty-Produkte und Sportartikel zum umfassenden Sortiment. Darüber hinaus setzt das Unternehmen auf eine Kombination einzigartiger Serviceleistungen: Kostenloser Versand und Rückversand, eine kostenlose Service-Hotline sowie 100 Tage Rückgaberecht auf alle Produkte machen den Online-Einkauf zu einem sicheren und entspannten Erlebnis. Das Unternehmen wurde 2008 von Robert Gentz und David Schneider gegründet und hat seinen Sitz in Berlin. Nach dem großen Erfolg in Deutschland werden seit 2009 auch europäische Nachbarländer beliefert. Gestartet wurde mit Österreich (2009), es folgten die Niederlande und Frankreich (beide 2010). 2011 kamen Italien, Großbritannien und die Schweiz hinzu. Seit 2012 ist Zalando auch in Schweden, Belgien, Spanien, Dänemark, Finnland, Polen, Norwegen und Luxemburg (2013) online.

Kontakt

Boris Radke

Head of Corporate Communications

Tel.: +49 (0)30 2096 81-484

Email: boris.radke@zalando.de

Zalando.de ist ein Angebot der Zalando AG

Sonnenburger Straße 73, 10437 Berlin, Germany

Zalando AG

Eingetragen beim Amtsgericht Charlottenburg Berlin, HRB154823B

Umsatzsteuer-ID: DE 260543043 Steuernummer: 37/125/21423

Vorstand: Robert Gentz, David Schneider, Rubin Ritter

Vorsitzende des Aufsichtsrates: Mia Brunell Livfors