

## **Zalando setzt 2015 weiter auf Wachstum**

- **Umsatzwachstum von 20-25 Prozent für 2015 erwartet**
- **EBIT-Marge 2015 in etwa auf Niveau von 2014**
- **Zalando baut Plattform-Modell aus, wird massiv in Mitarbeiter investieren**
- **Geschäftsjahr 2014 erfolgreich abgeschlossen, DACH Region deutlich profitabel**

**Berlin, 5. März 2015** – Die Zalando SE, Europas führende Onlineplattform für Mode, ist auch im Jahr 2015 weiter auf Wachstumskurs: Der Umsatz soll im laufenden Geschäftsjahr um 20 bis 25 Prozent steigen. Das Unternehmen konzentriert sich weiter auf profitables Wachstum und Kapitaleffizienz. Für 2015 erwartet Zalando eine EBIT-Marge in etwa auf dem starken Niveau von 2014, bedingt durch Investitionen in langfristiges Wachstum: Zalando wird sein Plattform-Modell weiter ausbauen, um Kunden und Marken auf vielfältige Art und Weise zusammen zu bringen. Mehrere Projekte laufen bereits, darunter das kürzlich gestartete Curated Shopping mit eigener Stilberatung oder eine Vertiefung der bestehenden Kategorien, zum Beispiel im Bereich Sportmode für Frauen. Um die Geschäftsentwicklung zu unterstützen, wird Zalando massiv neue Mitarbeiter einstellen.

Rubin Ritter, Mitglied des Vorstands, sagte: „Wir sind in der Poleposition, um weiter schneller als der Markt zu wachsen und diesen entscheidend zu prägen. Zalando hat einen einzigartigen Zugang zu Kunden und Marken entwickelt sowie die notwendige Infrastruktur mit weiteren Kapazitäten für zukünftiges Wachstum. Wir werden jetzt nicht den Fuß vom Gas nehmen, nicht mal ansatzweise.“

Zalando hat im Geschäftsjahr 2014 ein anhaltend starkes Umsatzwachstum und zum ersten Mal in der Unternehmensgeschichte einen konzernweiten Gewinn verzeichnet. Das Unternehmen bestätigt damit die im Februar 2015 veröffentlichten vorläufigen Geschäftszahlen. Zalando steigerte im Jahr 2014 den Konzernumsatz um 26 Prozent auf 2,2 Milliarden EUR (2013: 1,8 Milliarden EUR) und baute den Marktanteil im Europäischen Onlinemarkt für Mode weiter aus. Die Kernregion DACH wuchs um 17 Prozent auf 1,2 Milliarden EUR (2013: 1,1 Milliarden EUR), während der Umsatz im Segment Übriges Europa um 37 Prozent auf 0,9 Milliarden EUR zulegen (2013: 0,6 Milliarden Euro).

Konzernweit erzielte Zalando ein bereinigtes EBIT von 82 Millionen EUR<sup>1</sup> (2013: -109 Millionen EUR), was einer bereinigten EBIT-Marge von 3,7 Prozent entspricht. Mit einem bereinigten EBIT von 83 Millionen EUR (2013: 8 Millionen EUR) - oder einer Marge von 6,7 Prozent (2013: 0,8 Prozent) - ist die DACH-Region klar profitabel. Im Hinblick auf Profitabilität hat sich das Segment Übriges Europa im Jahr 2014 stark verbessert, die Marge sprang auf -1,3 Prozent (2013: -15,7 Prozent).

Im vierten Quartal 2014 erzielte Zalando Umsätze in Höhe von 666 Millionen EUR, rund 21 Prozent mehr als im Vorjahresquartal (Q4 2013: 550 Millionen EUR). Die dauerhafte Verbesserung mehrerer Kostenpositionen, insbesondere Umsatzkosten und Marketing, führte zu einem profitablen vierten Quartal. Das bereinigte EBIT betrug konzernweit 66 Millionen EUR. Die bereinigte EBIT-Marge lag bei 9,9 Prozent, in der DACH-Region sogar bei 12,3 Prozent. Im vierten Quartal erzielte Zalando einen freien Cashflow in Höhe von 73 Millionen EUR (2013: 36 Millionen EUR), getrieben durch einen starken operativen Cashflow und einem anhaltenden Fokus auf Kapitaleffizienz.

Zum Ende des Jahres 2014 zählte Zalando 14,7 Millionen aktive Kunden, entsprechend einem Plus von 600.000 neuen aktiven Kunden im vierten Quartal 2014. Das Unternehmen hat seine Rolle als attraktiver Partner für internationale Marken wie Topshop oder GAP weiter etabliert. Der Anteil an Besuchen von mobilen Endgeräten erreicht erneut ein neues Rekordniveau: 48 Prozent der Besuche im vierten Quartal stammten von Smartphones oder Tablets. Zur Weihnachtszeit erreichte dieser Anteil in einigen Märkten sogar 60 Prozent. Der anhaltende Schub in Richtung Mobile wird auch im Rückblick auf das Gesamtjahr deutlich: Der Mobile Anteil stieg von 27 Prozent im Jahr 2013 auf 42 Prozent im Jahr 2014. Die globale Zalando-App verzeichnete zum Ende des Jahres 2014 insgesamt 7 Millionen Downloads.

Weitere Informationen finden sind in unserem Geschäftsbericht 2014 „Der Zalando-Code“ unter <https://corporate.zalando.de/de/geschaeftsbericht-2014-0>. Zalando veröffentlicht die Geschäftszahlen für das erste Quartal 2015 am 12. Mai 2015.

#### *Hinweis an Redakteure:*

*Rubin Ritter steht in einer Telefonkonferenz heute um 09.00 Uhr CET der Presse für Fragen zur Verfügung. Bitte wählen Sie sich unter +49 69 222 229 044 mit dem Zugangscode 26724309# ein.*

---

<sup>1</sup> Vor Aufwendungen aus anteilsbasierter Vergütung mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente.



**Tabelle 1: Zalando Gruppe – Umsatz und bereinigtes EBIT (in Millionen EUR)**

	GJ 2014	GJ 2013	Q4 2014	Q4 2013
<b>Umsatz Konzern</b>	<b>2.214,0</b>	<b>1.762,0</b>	<b>665,6</b>	<b>549,6</b>
<b>% Wachstum</b>	<b>25,7%</b>	<b>52,1%</b>	<b>21,1%</b>	<b>36,1%</b>
DACH <sup>1</sup>	1.234,0	1.056,1	363,5	322,5
<b>% Wachstum</b>	<b>16,8%</b>	<b>36,6%</b>	<b>12,7%</b>	<b>28,8%</b>
Übriges Europa <sup>2</sup>	862,6	630,2	265,5	202,8
<b>% Wachstum</b>	<b>36,9%</b>	<b>87,6%</b>	<b>31,0%</b>	<b>47,4%</b>
Sonstige <sup>3</sup>	117,4	75,7	36,5	24,3
<b>% Wachstum</b>	<b>55,0%</b>	<b>51,9%</b>	<b>50,2%</b>	<b>53,0%</b>
<b>Bereinigtes EBIT Konzern<sup>4</sup></b>	<b>81,9</b>	<b>(108,6)</b>	<b>65,7</b>	<b>13,5</b>
<b>Bereinigte EBIT-Marge Konzern</b>	<b>3,7%</b>	<b>(6,2%)</b>	<b>9,9%</b>	<b>2,4%</b>
DACH <sup>1 4</sup>	83,0	8,2	44,8	30,3
<b>Bereinigte EBIT-Marge</b>	<b>6,7%</b>	<b>0,8%</b>	<b>12,3%</b>	<b>9,4%</b>
Übriges Europa <sup>2 4</sup>	(11,6)	(99,1)	16,2	(9,6)
<b>Bereinigte EBIT-Marge</b>	<b>(1,3%)</b>	<b>(15,7%)</b>	<b>6,1%</b>	<b>4,7%</b>
Sonstige <sup>3 4</sup>	10,5	(17,7)	4,8	(7,3)
<b>Bereinigte EBIT-Marge</b>	<b>9,0%</b>	<b>(23,5%)</b>	<b>13,0%</b>	<b>30,0%</b>

1. Das DACH Segment umfasst Deutschland, Österreich und die Schweiz.

2. Das Segment Übriges Europa umfasst alle anderen Länder, in denen Zalando derzeit tätig ist.

3. Alle anderen Vertriebskanäle sind im Segment Sonstige gebündelt, dazu zählen überwiegend die Zalando Lounge und unsere Zalando Outlet Geschäfte in Berlin und Frankfurt.

4. Vor Aufwendungen aus anteilsbasierter Vergütung mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente.

## Über Zalando

Zalando (<https://corporate.zalando.de>) ist Europas führende Onlineplattform für Mode. Das Berliner Unternehmen bietet Kunden eine umfassende Auswahl an Bekleidung, Schuhen und Accessoires für Damen, Herren und Kinder bei kostenfreiem Versand und Rückversand. Das Sortiment reicht von weltweit bekannten Marken über lokale und Fast-Fashion Brands bis hin zu selbst designten Private Labels. Die Zalando Shops sind lokal auf die Bedürfnisse der Kunden in 15 verschiedenen europäischen Märkten zugeschnitten: Belgien, Deutschland, Dänemark, Finnland, Frankreich, Italien, Luxemburg, Niederlande, Norwegen, Österreich, Polen, Schweden, Schweiz, Spanien und das Vereinigte Königreich. Zalandos Logistiknetzwerk mit drei zentralen Logistikzentren in Deutschland ermöglicht die effiziente Versorgung aller Kunden in ganz Europa. Wir sind überzeugt, dass der Dreiklang aus Mode, Technologie und Logistik unseren Kunden und Markenpartnern einen Mehrwert bietet.

Die internationalen Zalando Shops verzeichnen monatlich mehr als 100 Millionen Besuche, von denen im vierten Quartal 2014 mehr als 48 Prozent von mobilen Endgeräten kommen. Zum Ende des vierten Quartals 2014 verzeichnete Zalando rund 15 Millionen aktive Kunden.

## Kontakt

Boris Radke  
 Head of Corporate Communications  
 Tel.: +49 (0)30-209 68 1038  
 E-Mail: [Boris.Radke@zalando.de](mailto:Boris.Radke@zalando.de)