

ZALANDO BESCHLEUNIGT PROFITABLES WACHSTUM

- **Positiver Ausblick für die zweite Jahreshälfte: Umsatzprognose für das Gesamtjahr auf 28-31 Prozent angehoben, Prognose für EBIT-Marge von 4,5 Prozent bestätigt**
 - **Umsatz wächst im ersten Halbjahr um 31,5 Prozent auf 1,38 Milliarden Euro, 16,4 Millionen aktive Kunden; bereinigtes EBIT bei 59,2 Millionen Euro oder 4,3 Prozent Marge**
 - **Bau des dritten, selbst entwickelten Logistikzentrums in Deutschland startet im Herbst 2015, Ausbau Mönchengladbach auf maximale Kapazität, erster kleinerer Logistikstandort außerhalb Deutschlands**
-

BERLIN, 13. AUGUST 2015 // Zalando SE, Europas führende Onlineplattform für Mode, hat im ersten Halbjahr 2015 den außerordentlichen Wachstumskurs fortgesetzt. Der Vorstand hebt deshalb die Umsatzprognose für das Geschäftsjahr 2015 von ursprünglich 20-25 Prozent auf 28-31 Prozent deutlich an.

Um die Grundlage für weiteres Wachstum und gesteigerte Kundenzufriedenheit zu legen, baut Zalando sein Logistiknetzwerk weiter aus. Hierzu zählen in Deutschland der Bau des dritten, selbst entwickelten Logistikzentrums und der Ausbau von Mönchengladbach auf maximale Kapazität. In Italien plant Zalando einen kleineren Logistikstandort als Pilotprojekt für weitere Standorte außerhalb Deutschlands. Der Bau des neuen Logistikzentrums in Deutschland, das über eine ähnliche Kapazität wie Erfurt und Mönchengladbach verfügen wird, soll im Herbst 2015 beginnen. Der Abschluss der ersten Bauphase und die manuelle Inbetriebnahme sind für Herbst 2016 geplant. Der Ausbau in Mönchengladbach auf maximale Kapazität wird voraussichtlich im ersten Halbjahr 2017 abgeschlossen. Der kleinere Logistikstandort in Italien wird in Zusammenarbeit mit einem externen Dienstleister Anfang 2016 den Betrieb aufnehmen.

Rubin Ritter, Mitglied des Vorstands, sagte: „Der europäische Online-Modehandel bietet uns fantastische Möglichkeiten und wir werden diese nutzen. Die Kombination von Umsatzwachstum, Profitabilität und Kundenzufriedenheit ist beispiellos.“

Wachstum nimmt weiter Fahrt auf, Zalando weiterhin klar profitabel

Das Umsatzwachstum beschleunigte sich erneut signifikant: Der Konzernumsatz stieg um 31,5 Prozent auf 1,38 Milliarden Euro im ersten Halbjahr 2015 (erstes Halbjahr 2014: 1,05 Milliarden Euro), vor allem getrieben durch eine wesentlich höhere Anzahl aktiver Kunden. Im Segment

DACH wuchs der Umsatz um 27,6 Prozent auf 758,1 Millionen Euro im ersten Halbjahr 2015 (erstes Halbjahr 2014: 594,2 Millionen Euro). Im Segment „Übriges Europa“ wuchs der Umsatz um 37,8 Prozent von 399,3 Millionen Euro auf 550,3 Millionen Euro. Der Umsatz im Segment „Sonstige“ wuchs um 27,2 Prozent auf 68,1 Millionen Euro (erstes Halbjahr 2014: 53,6 Millionen Euro).

Zalando war im ersten Halbjahr 2015 deutlich profitabel, mit einem bereinigtem EBIT von 59,2 Millionen Euro, was einer bereinigten EBIT-Marge von 4,3 Prozent entspricht (erstes Halbjahr 2014: 12,4 Millionen Euro, Marge 1,2 Prozent). Das bereinigte EBIT in der DACH Region lag bei 46,8 Millionen Euro, oder einer Marge von 6,2 Prozent (erstes Halbjahr 2014: 27,3 Millionen Euro, Marge 4,6 Prozent). Das Segment „Übriges Europa“ war im ersten Halbjahr 2015 mit einem bereinigten EBIT von 6,6 Millionen Euro, oder einer Marge von 1,2 Prozent, profitabel (erstes Halbjahr 2014: -18,4 Millionen Euro, Marge -4,6 Prozent). Das Segment „Sonstige“ verzeichnete ein bereinigtes EBIT von 5,8 Millionen Euro bzw. eine Marge von 8,5 Prozent (erstes Halbjahr 2014: 3,5 Millionen Euro, Marge 6,5 Prozent).

Im zweiten Quartal 2015 wuchs der Zalando Umsatz um 34,1 Prozent auf 733,0 Millionen Euro (Q2 2014: 546,4 Millionen Euro). Das bereinigte EBIT lag auf Konzernebene bei 30,2 Millionen Euro, die EBIT-Marge bei 4,1 Prozent (Q2 2014: 35,1 Millionen Euro, Marge 6,4 Prozent). Das Konzern-EBIT wurde durch vorübergehend erhöhte Paymentkosten beeinträchtigt.

Zahl aktiver Kunden wuchs stark auf 16,4 Millionen, rund 1.500 Neueinstellungen

Die Zahl der aktiven Kunden wuchs stark auf insgesamt 16,4 Millionen (Q2 2014: 13,7 Millionen) im zweiten Quartal, ein Plus von rund einer Million im Vergleich zum Vorquartal. Zalando registrierte im zweiten Quartal 2015 412 Millionen Besuche (Q2 2014: 323 Millionen Besuche). Besuche von mobilen Endgeräten stiegen während des zweiten Quartals weiter auf 57 Prozent an. Die Zalando-App wurde bis Ende des zweiten Quartals 2015 rund 11 Millionen Mal heruntergeladen. Im Vergleich zu 7.588 Mitarbeitern am 31. Dezember 2014 wuchs die Beschäftigtenzahl bis zum 30. Juni 2015 um 1.491 auf 9.079 Mitarbeiter. Das signifikante Wachstum wurde vor allem durch Neueinstellungen in den Logistikzentren und den Technologie-Teams getrieben.

Zalando hebt Umsatzprognose für das Gesamtjahr 2015 an

Aufgrund einer starken Frühjahr-/Sommersaison entwickelten sich die Umsätze im zweiten Quartal 2015 weiterhin über den Erwartungen. Auf Basis der Entwicklung des ersten Halbjahrs geht Zalando jetzt davon aus, den für das Geschäftsjahr 2015 erwarteten Korridor für das Umsatzwachstum von 20-25 Prozent zu übertreffen. Das Management passt deshalb seine Prognose für das Umsatzwachstum 2015 auf 28-31 Prozent an. Die Prognose für die bereinigte EBIT-Marge 2015 bleibt unverändert bei rund 4,5 Prozent.

Zalando Gruppe – Umsatz und bereinigtes EBIT (Millionen Euro)

	Q2 2015	Q2 2014	HJ 2015	HJ 2014	GJ 2014
Umsatz Konzern	733,0	546,4	1.376,6	1.047,1	2.214,0
% Wachstum	34,1%	25,1%	31,5%	29,5%	25,7%
DACH ¹	411,0	310,3	758,1	594,2	1.234,0
<i>% Wachstum</i>	<i>32,5%</i>	<i>16,0%</i>	<i>27,6%</i>	<i>21,2%</i>	<i>16,8%</i>
Übriges Europa ²	285,3	206,1	550,3	399,3	862,6
<i>% Wachstum</i>	<i>38,5%</i>	<i>35,6%</i>	<i>37,8%</i>	<i>39,6%</i>	<i>36,9%</i>
Sonstige ³	36,6	30,0	68,1	53,6	117,4
<i>% Wachstum</i>	<i>21,9%</i>	<i>75,5%</i>	<i>27,2%</i>	<i>65,6%</i>	<i>55,0%</i>
Bereinigtes EBIT Konzern⁴	30,2	35,1	59,2	12,4	82,0
<i>Bereinigte EBIT-Marge Konzern</i>	<i>4,1%</i>	<i>6,4%</i>	<i>4,3%</i>	<i>1,2%</i>	<i>3,7%</i>
DACH ^{1 4}	14,4	27,5	46,8	27,3	83,0
<i>Bereinigte EBIT-Marge</i>	<i>3,5%</i>	<i>8,9%</i>	<i>6,2%</i>	<i>4,6%</i>	<i>6,7%</i>
Übriges Europa ^{2 4}	11,3	3,4	6,6	-18,4	-11,6
<i>Bereinigte EBIT-Marge</i>	<i>4,0%</i>	<i>1,7%</i>	<i>1,2%</i>	<i>-4,6%</i>	<i>-1,3%</i>
Sonstige ^{3 4}	4,4	4,2	5,8	3,5	10,5
<i>Bereinigte EBIT-Marge</i>	<i>12,0%</i>	<i>14,0%</i>	<i>8,5%</i>	<i>6,5%</i>	<i>9,0%</i>

^{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.

Zalandos Halbjahresbericht ist [online](#) verfügbar, zusätzliche Informationen zum Thema Paymentkosten sind darüber hinaus in der [Investorenpräsentation](#) enthalten. Zalando wird seine Finanzzahlen für das dritte Quartal 2015 am 12. November 2015 bekanntgeben und zuvor ein Trading Update veröffentlichen. Das genaue Veröffentlichungsdatum des Trading Updates wird vorher auf der Zalando Investor Relations Webseite veröffentlicht.

HINWEIS AN REDAKTEURE

ÜBER ZALANDO

Zalando (<https://corporate.zalando.de>) ist Europas führende Online-Plattform für Mode für Frauen, Männer und Kinder. Wir bieten unser 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 135 Millionen Besuche, von denen im zweiten Quartal 2015 rund 57 Prozent von mobilen Endgeräten kamen. Die Zahl aktiver Kunden stieg im gleichen Zeitraum auf 16,4 Millionen.

KONTAKT ZALANDO

René Gribnitz / Vice President Communications

rene.gribnitz@zalando.de

+49 30 20968 2022