

Zalando nach starkem dritten Quartal auf Kurs für profitables Geschäftsjahr 2014

- **Konzernumsatz wächst um 24 Prozent und über Marktdurchschnitt**
- **Erster konzernweiter Q3 EBIT Breakeven durch operative Effizienzgewinne**
- **Fokus auf Kapitaleffizienz führt zu starkem Free Cash Flow von 80 Millionen EUR**
- **Zalando erwartet leichten konzernweiten Betriebsgewinn (EBIT) für Geschäftsjahr 2014**

Berlin, 26. November 2014 – Die Zalando SE, Europas führende Online-Plattform für Mode, ist nach einem erfolgreichen dritten Quartal auf Kurs für ein konzernweit profitables Geschäftsjahr 2014. Anhaltendes Wachstum über Marktdurchschnitt und weiter verbesserte Profitabilität und Kapitaleffizienz kennzeichneten das dritte Quartal: Der Konzernumsatz stieg um 24,2 Prozent auf 501 Millionen EUR (Q3 2013: 404 Millionen EUR) an. Insbesondere in den internationalen Märkten wuchs Zalando stark: Der Umsatz im Segment Übriges Europa legte um 39,9 Prozent auf 198 Millionen EUR zu (Q3 2013: 141 Millionen EUR). Das DACH-Segment führte die Profitabilität im Konzern mit einer um aktienbasierte Vergütung bereinigten EBIT-Marge von 3,9 Prozent (Q3 2013: -4,3 Prozent) weiter an. Insgesamt erzielte Zalando im dritten Quartal 2014 eine bereinigte EBIT-Marge von 0,8 Prozent (Q3 2013: -12,4 Prozent) und erzielte den ersten konzernweiten EBIT-Breakeven in einem dritten Quartal. Die positive EBIT-Entwicklung ist insbesondere Ergebnis von weiter verbesserten Kostenpositionen, darunter Umsatzkosten sowie Kosten für Logistik, Marketing und Verwaltung. Die effiziente Steuerung der Betriebsmittel führte zu einem starken Free Cash Flow von 80 Millionen EUR.

„Zalando wächst weiter schneller als der Online-Modemarkt, der wegen außerordentlich mildem Wetter einen schweren Start in die Herbst-/Wintersaison hatte“, sagte Rubin Ritter, Mitglied des Zalando-Vorstands. „Nach unserer erfolgreichen Entwicklung im dritten Quartal erwarten wir für das Geschäftsjahr 2014 einen konzernweit leicht positiven Betriebsgewinn.“

Zalando hat im dritten Quartal einen starken Fokus auf das operative Geschäft gelegt. Die Zusammenarbeit mit Topshop wurde erfolgreich aufgenommen und die Express-Lieferung für alle Märkte eingeführt, die Kunden eine noch bequemere Lieferoption bietet. Zalando legt auch im vierten Quartal weiter den Fokus auf das operative Geschäft und erst kürzlich wurde die zur Frühjahr-/Sommersaison startende Zusammenarbeit mit GAP veröffentlicht. Zalando wird damit der erste Mehrmarken-Onlineshop, der Kunden GAP Mode nach Kontinentaleuropa bringt.

Zalando profitiert weiter vom starken Wachstum des mobilen Datenverkehrs, da sich das Unternehmen schnell auf verändertes Kundenverhalten einstellt. Der Anteil des mobilen Datenverkehrs erreichte im dritten Quartal 43 Prozent. Die Zalando-App verzeichnete zum Ende des dritten Quartals 5,1 Millionen Downloads. Die Zahl aktiver Kunden stieg um rund 15 Prozent auf 14,1 Millionen (Q3 2013: 12,3 Millionen), das Bruttowarenvolumen pro aktivem Kunden um 12 Prozent. Insgesamt registrierten die Zalando-Webseiten im dritten Quartal 322 Millionen Besuche.

Ausführliche Informationen finden Sie [hier](#).

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

	9M 2014	9M 2013	Q3 2014	Q3 2013	FY 2013
Umsatz Konzern	1.548	1.212	501	404	1.762
DACH ¹	871	734	276	243	1.056
Übriges Europa ²	597	427	198	141	630
Sonstige ³	81	51	27	19	76
Bereinigtes EBIT Konzern⁴	16	-122	4	-50	-109
DACH ^{1 4}	38	-22	11	-10	8
Übriges Europa ^{2 4}	-28	-90	-9	-34	-99
Sonstige ^{3 4}	6	-10	2	-6	-18

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

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

³ Alle anderen Vertriebskanäle sind im Segment Sonstige gebündelt, dazu zählen 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 einer der führenden Online-Modehändler in Europa. 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 bereits mehr als 43 Prozent von mobilen Endgeräten kommen (Stand: 30. September 2014). Das Unternehmen zählt nur sechs Jahre nach Unternehmensgründung bereits 14,1 Millionen aktive Kunden und konnte das Umsatzvolumen in den letzten 12 Monaten vor dem 30. September 2014 auf 2,1 Milliarden Euro steigern.

Kontakt

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



Zalando SE

Eingetragen beim Amtsgericht Charlottenburg Berlin, HRB 158855 B
Umsatzsteuer-ID: DE 260543043 Steuernummer: 29/560/00596
Vorstand: Robert Gentz, David Schneider, Rubin Ritter
Vorsitzende des Aufsichtsrates: Cristina Stenbeck