

zLabels GmbH, Berlin
Bilanz zum 31. Dezember 2014

Aktiva	31.12.2013		Passiva	31.12.2013	
	EUR	EUR		EUR	EUR
A. Anlagevermögen			A. Eigenkapital		
I. Immaterielle Vermögensgegenstände			I. Gezeichnetes Kapital	25.000,00	25.000,00
Entgeltlich erworbene Softwarelizenzen		3.950,00	25.748,00		
II. Sachanlagen			II. Verlustvortrag	-2.775.956,74	-4.314.800,55
1. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	96.907,00	106.754,00	III. Jahresüberschuss	<u>420.256,46</u>	<u>1.538.843,81</u>
2. Geleistete Anzahlungen	<u>6.148,28</u>	<u>0,00</u>			
		103.055,28	davon nicht durch Eigenkapital gedeckt	-2.330.700,28	-2.750.956,74
		<u>107.005,28</u>		<u>2.330.700,28</u>	<u>2.750.956,74</u>
B. Umlaufvermögen				0,00	0,00
I. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände			B. Rückstellungen		
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	63.714,98	4.985,82	Sonstige Rückstellungen	<u>1.403.289,76</u>	<u>842.311,50</u>
2. Forderungen gegen Gesellschafter	2.368.375,90	2.154.603,91			
3. Sonstige Vermögensgegenstände	<u>27.805,78</u>	<u>38.631,40</u>	C. Verbindlichkeiten		
		<u>2.459.896,66</u>	1. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	290.587,17	572.453,76
		<u>2.198.221,13</u>	2. Verbindlichkeiten gegenüber Gesellschaftern	5.206.481,12	6.195.622,83
II. Kassenbestand und Guthaben bei Kreditinstituten			3. Sonstige Verbindlichkeiten	192.773,60	36.977,00
		<u>1.239.960,73</u>	davon im Rahmen der sozialen Sicherheit EUR 0,00 (Vj. EUR 670,99)		
		<u>3.699.857,39</u>	davon aus Steuern EUR 185.223,11 (Vj. EUR 63,30)		
C. Rechnungsabgrenzungsposten				<u>5.689.841,89</u>	<u>6.805.053,59</u>
		<u>13.568,70</u>			
D. Aktive latente Steuern					
		<u>942.000,00</u>			
E. Nicht durch Eigenkapital gedeckter Fehlbetrag					
		<u>2.330.700,28</u>			
		<u>7.093.131,65</u>		<u>7.093.131,65</u>	<u>7.647.365,09</u>
				0,00	0,00

zLabels GmbH, Berlin
Gewinn- und Verlustrechnung für 2014

	EUR	EUR	2013 EUR
1. Umsatzerlöse	21.653.138,08		18.724.333,26
2. Sonstige betriebliche Erträge	277.160,14		289.190,00
davon Erträge aus der Währungsumrechnung EUR 2.109,23 (Vj. EUR 1.931,12)			
	<u>21.930.298,22</u>		<u>19.013.523,26</u>
3. Personalaufwand			
a) Löhne und Gehälter	10.994.364,13		10.464.743,26
b) Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung davon für Altersversorgung EUR 4.475,86 (Vj. EUR 4.616,36)	1.938.247,07		1.812.393,48
	<u>12.932.611,20</u>		<u>12.277.136,74</u>
4. Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen		33.869,21	36.434,26
5. Sonstige betriebliche Aufwendungen davon Aufwendungen aus der Währungsumrechnung EUR 6.194,04 (Vj. EUR 1.145,82)		8.417.906,83	6.125.071,37
	<u>21.384.387,24</u>		<u>18.438.642,37</u>
6. Zinsen und ähnliche Erträge		4,15	2.070,54
7. Zinsen und ähnliche Aufwendungen davon an verbundene Unternehmen EUR 50.658,67 (Vj. EUR 55.107,62)		50.658,67	55.107,62
	<u>50.654,52</u>		<u>53.037,08</u>
8. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit		<u>495.256,46</u>	<u>521.843,81</u>
9. Steuern vom Einkommen und Ertrag davon Aufwand (Vj. Ertrag) aus der Veränderung bilanzierter latenter Steuern EUR 75.000,00 (Vj. EUR -1.017.000,00)		75.000,00	-1.017.000,00
10. Jahresüberschuss		<u>420.256,46</u>	<u>1.538.843,81</u>

ANHANG für 2014

zLabels GmbH, Berlin

Allgemeine Angaben

Die Gesellschaft ist im Geschäftsjahr 2014 eine mittelgroße Kapitalgesellschaft gemäß den Größenmerkmalen nach § 267 Abs. 2 HGB.

Der Jahresabschluss zum 31. Dezember 2014 wurde nach den Vorschriften des Handelsgesetzbuches (§§ 242 ff. und 264 ff. HGB) aufgestellt. Ergänzend zu diesen Vorschriften wurden die Regelungen des GmbH-Gesetzes beachtet.

Bei der Erstellung der Gewinn- und Verlustrechnung wurde das Gesamtkostenverfahren nach § 275 Abs. 2 HGB angewendet.

Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Für die Aufstellung des Jahresabschlusses waren unverändert die nachfolgenden Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden maßgebend.

Erworbene **immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens** sind zu Anschaffungskosten bilanziert und werden, sofern sie der Abnutzung unterliegen, entsprechend ihrer Nutzungsdauer um planmäßige Abschreibungen vermindert.

Die **Vermögensgegenstände des Sachanlagevermögens** werden zu Anschaffungs- oder Herstellungskosten bilanziert und um planmäßige Abschreibungen vermindert. Grundlage der planmäßigen Abschreibung ist die voraussichtliche Nutzungsdauer des jeweiligen Vermögensgegenstands. Die Abschreibungen im Anlagevermögen werden nach der linearen Methode vorgenommen.

Bewegliche Vermögensgegenstände, die einer selbständigen Nutzung fähig sind, werden bei Anschaffungs- oder Herstellungskosten von netto mehr als EUR 150 bis EUR 1.000 im Jahr des Zugangs in voller Höhe in einem Sammelposten erfasst und pauschaliert über fünf Jahre abgeschrieben (geringwertige Vermögensgegenstände). Geringwertige Vermögensgegenstände mit Anschaffungskosten bis netto EUR 150 werden sofort als Aufwand erfasst.

Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände sind zum Nennwert angesetzt. Ausfallrisiken werden durch entsprechende Einzelwertberichtigungen angemessen berücksichtigt.

Die **liquiden Mittel** werden zu Nennwerten angesetzt.

Der **aktive Rechnungsabgrenzungsposten** enthält Ausgaben vor dem Abschlussstichtag, soweit sie Aufwand für eine bestimmte Zeit nach diesem Tag darstellen.

Die **sonstigen Rückstellungen** berücksichtigen alle bis zur Bilanzerstellung erkennbaren Risiken und ungewissen Verpflichtungen, die das abgelaufene Geschäftsjahr betreffen. Sie sind in Höhe des nach vernünftiger kaufmännischer Beurteilung notwendigen Erfüllungsbetrags angesetzt.

Die **Verbindlichkeiten** sind mit ihrem Erfüllungsbetrag angesetzt.

Forderungen und Verbindlichkeiten, die auf **fremde Währungen** lauten und eine Restlaufzeit von weniger als einem Jahr haben, werden gemäß § 256a HGB mit dem Devisenkassamittelkurs bewertet. Bei einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr wurde dabei das Realisationsprinzip (§ 252 Abs. 1 Nr. 4 Halbsatz 2 HGB) und das Anschaffungskostenprinzip (§ 253 Abs. 1 Satz 1 HGB) beachtet.

Für die Ermittlung **latenter Steuern** aufgrund temporärer oder quasi-permanenter Differenzen zwischen den handelsrechtlichen Wertansätzen von Vermögensgegenständen, Schulden und Rechnungsabgrenzungsposten und ihren steuerlichen Wertansätzen oder aufgrund steuerlicher Verlustvorträge werden die Steuerlatenzen unter Berücksichtigung des Standorts der Gesellschaft mit den unternehmensindividuellen Steuersätzen zum Zeitpunkt des Abbaus der Differenzen bewertet und die Beträge der sich ergebenden Steuerbe- und -entlastung nicht abgezinst. Aktive und passive Steuerlatenzen werden verrechnet. In die Verrechnung werden aktive latente Steuern auf steuerliche Verlustvorträge einbezogen.

Die Gesellschaft ist zum Bilanzstichtag mit TEUR 2.331 bilanziell überschuldet. Zur Abwendung der insolvenzrechtlichen Folgen der Überschuldung haben die zLabels GmbH, Berlin, und die Zalando SE, Berlin, einen Rangrücktritt der von der Zalando SE gewährten Darlehen über insgesamt TEUR 4.617 vereinbart.

Die Geschäftsführung schätzt auf dieser Grundlage die Fortführung des Unternehmens als überwiegend wahrscheinlich ein (positive Fortbestandsprognose gemäß § 19 Abs. 2 InsO). Nach Auffassung der Geschäftsführung liegt demzufolge eine insolvenzrechtliche Überschuldung nicht vor. Der Jahresabschluss für das Geschäftsjahr 2014 wurde daher nach dem Grundsatz der Unternehmensfortführung aufgestellt.

Erläuterungen zur Bilanz

Anlagevermögen

Die Entwicklung der einzelnen Posten des Anlagevermögens ist unter Angabe der Abschreibungen des Geschäftsjahres im Anlagenspiegel dargestellt.

Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände

Alle zum Bilanzstichtag bestehenden sonstigen Vermögensgegenstände sind innerhalb eines Jahres fällig. Die zum Bilanzstichtag bestehenden Forderungen gegen die Gesellschafterin resultieren in Höhe von TEUR 2.368 (Vorjahr: TEUR: 2.155) aus Lieferungen und Leistungen, von denen TEUR 0 (Vorjahr: TEUR 251) eine Restlaufzeit von mehr als einem Jahr haben. Die übrigen Forderungen haben, wie im Vorjahr, eine Laufzeit von bis zu einem Jahr.

Rechnungsabgrenzungsposten

Die Rechnungsabgrenzungsposten beinhalten Hierin sind im Wesentlichen Nutzungsgebühren für Softwarelizenzen enthalten.

Sonstige Rückstellungen

Sonstige Rückstellungen waren in Höhe von insgesamt TEUR 1.403 (Vorjahr: TEUR 842) zu bilden. Diese betreffen im Wesentlichen ausstehende Rechnungen und Personalaufwendungen.

Verbindlichkeiten

Alle Verbindlichkeiten sind innerhalb eines Jahres fällig. Die gegenüber der Gesellschafterin bestehenden Verbindlichkeiten resultieren in Höhe von TEUR 4.617 (Vorjahr: TEUR 5.566) aus dem Finanzverkehr und in Höhe von TEUR 589 (Vorjahr: TEUR 630) aus Lieferungen und Leistungen. Sämtliche Verbindlichkeiten sind ungesichert.

in TEUR		Restlaufzeit		
		Gesamt	bis 1 Jahr	über 5 Jahre
Verbindlichkeiten aus	31.12.2014	291	291	0
Lieferungen und Leistungen	31.12.2013	572	572	0
Verbindlichkeiten gegenüber	31.12.2014	5.206	5.206	0
Gesellschaftern	31.12.2013	6.196	6.196	0
sonstige Verbindlichkeiten	31.12.2014	193	193	0
	31.12.2013	37	37	0
Summe	31.12.2014	5.690	5.690	0
	31.12.2013	6.805	6.805	0

Ausschüttungssperren

Der Gesamtbetrag der Ausschüttungssperren im Sinne des § 268 Abs. 8 HGB beträgt TEUR 942 (Vorjahr: TEUR 1.017) und resultiert ausschließlich aus der Aktivierung von latenten Steuern auf steuerliche Verlustvorträge.

Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung

Sonstige betriebliche Erträge

Die periodenfremden Erträge im Geschäftsjahr 2014 betragen insgesamt TEUR 8 (Vorjahr: TEUR 2).

Sonstige betriebliche Aufwendungen

Die periodenfremden Aufwendungen im Geschäftsjahr 2014 betragen insgesamt TEUR 131 (Vorjahr: TEUR 41).

Haftungsverhältnisse und nahe stehende Unternehmen

Am Abschlussstichtag bestehen folgende Haftungsverhältnisse im Sinne des § 251 HGB:

Die zLabels GmbH trägt eine Mithaftung für Darlehensverbindlichkeiten der Zalando Logistics SE & Co. KG, Brieselang, in Höhe von TEUR 20.887 (Vorjahr: TEUR 24.130). Von diesen Darlehensverbindlichkeiten waren zum Bilanzstichtag TEUR 20.887 (Vorjahr: TEUR 20.216) in Anspruch genommen. Auf Grund der wirtschaftlichen Situation sowie der vorliegenden Planungen schätzt die zLabels GmbH das Risiko einer Inanspruchnahme aus diesen Haftungsverhältnissen als gering ein.

Die zLabels GmbH trägt eine Mithaftung für einen Kreditrahmen der Zalando SE, Berlin, in Höhe von bis TEUR 13.000. Am Abschlussstichtag wurden aus diesem Kreditrahmen TEUR 8.146 (Vorjahr: TEUR 6.984) überwiegend für Akkreditive und Garantien in Anspruch genommen.

Die zLabels GmbH trägt eine Mithaftung für eine revolvingende Kreditlinie der Zalando SE, Berlin, in Höhe von bis TEUR 200.000. Am Abschlussstichtag wurden aus diesem Kreditrahmen TEUR 3.250 (Vorjahr: TEUR 0) überwiegend für Garantien in Anspruch genommen.

Auf Grund der wirtschaftlichen Situation sowie der vorliegenden Planungen schätzt die zLabels GmbH das Risiko einer Inanspruchnahme aus diesen Haftungsverhältnissen ebenfalls als gering ein.

Sonstige finanzielle Verpflichtungen

Zum Bilanzstichtag bestehen in Höhe von TEUR 341 sonstige finanzielle Verpflichtungen (davon gegenüber verbundene Unternehmen: TEUR 341).

31.12.2014	in TEUR
Mietverträge	116
Serviceverträge	225
Summe	341

Die Miet- und Serviceverträge sind jeweils zum Monatsende kündbar.

A. Sonstige Angaben

Anzahl der Mitarbeiter im Jahresdurchschnitt

Im Geschäftsjahr waren durchschnittlich 264 (im Vorjahr: 257) angestellte Mitarbeiter beschäftigt.

Bezüge der Organmitglieder

Gemäß § 286 Nr. 4 wird auf die Angabe der Gesamtbezüge der Geschäftsführung nach § 285 Nr. 9 a und b HGB verzichtet.

Konzernzugehörigkeit

Die zLabels GmbH wird in den Konzernabschluss der Zalando SE, Berlin, einbezogen. Der Konzernabschluss der Zalando SE, Berlin, wird unter Anwendung der International Financial Reporting Standards (IFRS), wie sie in der EU anzuwenden sind, erstellt (§ 315a HGB). Der Konzernabschluss wird im elektronischen Bundesanzeiger bekannt gemacht.

Abschlussprüferhonorar

Gemäß § 285 Nr. 17 letzter Halbsatz HGB wird auf die Angabe des Abschlussprüferhonorars verzichtet. Die Angabe erfolgt im Konzernabschluss der Zalando SE.

Ergebnisverwendung

Die Geschäftsführung schlägt in Übereinstimmung mit den Gesellschaftern vor, dass das Ergebnis

Jahresüberschuss	EUR 420.256,46
------------------	----------------

wie folgt zu verwenden:

Vortrag auf neue Rechnung	EUR 420.256,46
---------------------------	----------------

Geschäftsführung

Familienname	Vorname	ausgeübter Beruf
Gentz	Robert	Geschäftsführer
Schneider	David	Geschäftsführer
Wilmking	Jan	Geschäftsführer

Unterzeichnung des Jahresabschlusses 2014

Berlin, 18. Juni 2015

Ort	Datum	Unterschrift (R. Gentz)
-----	-------	-------------------------

Berlin, 18. Juni 2015

Ort	Datum	Unterschrift (D. Schneider)
-----	-------	-----------------------------

Berlin, 18. Juni 2015

Ort	Datum	Unterschrift (J. Wilmking)
-----	-------	----------------------------

Entwicklung des Anlagevermögens 2014

	Anschaffungs- und Herstellungskosten				Kumulierte Abschreibungen			Buchwerte		
	01.01.2014 EUR	Zugänge EUR	Abgänge EUR	31.12.2014 EUR	01.01.2014 EUR	Zugänge EUR	Abgänge EUR	31.12.2014 EUR	31.12.2014 EUR	31.12.2013 EUR
I. Immaterielle Vermögensgegenstände										
Entgeltlich erworbene Softwarelizenzen	46.422,16	0,00	24.000,00	22.422,16	20.674,16	7.798,00	10.000,00	18.472,16	3.950,00	25.748,00
II. Sachanlagen										
1. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	137.721,64	16.224,21	0,00	153.945,85	30.967,64	26.071,21	0,00	57.038,85	96.907,00	106.754,00
2. Geleistete Anzahlungen	0,00	6.148,28	0,00	6.148,28	0,00	0,00	0,00	0,00	6.148,28	0,00
	137.721,64	22.372,49	0,00	160.094,13	30.967,64	26.071,21	0,00	57.038,85	103.055,28	106.754,00
	184.143,80	22.372,49	24.000,00	182.516,29	51.641,80	33.869,21	10.000,00	75.511,01	107.005,28	132.502,00

zLabels
BERLIN

Lagebericht 2014

zLabels GmbH

Inhalt

A.	Grundlagen der Gesellschaft	3
	Geschäftsmodell	3
	Forschung und Entwicklung	3
B.	Wirtschaftsbericht	4
1.	Gesamtwirtschaftliche und branchenbezogene Rahmenbedingungen	4
2.	Geschäftsverlauf und Mitarbeiterentwicklung	5
	Geschäftsverlauf	5
	Mitarbeiterentwicklung	7
3.	Lage	8
	Ertragslage	8
	Finanzlage	9
	Vermögenslage	10
	Gesamtaussage	11
4.	Finanzielle und nicht finanzielle Leistungsindikatoren	11
C.	Chancen und Risikobericht	11
	Risiken	12
	Chancen	14
D.	Prognosebericht	16
	Künftige gesamtwirtschaftliche Situation	16
	Künftige Entwicklung der zLabels	16
	Erwartete Ertragslage und Ausblick	17
	Gesamtaussage der Geschäftsführung der zLabels GmbH zur mittelfristigen Entwicklung	17
E.	Nachtragsbericht	18

A. Grundlagen der Gesellschaft

Geschäftsmodell

Die zLabels GmbH, Berlin, (nachfolgend: zLabels) erbringt ausschließlich Dienstleistungen in den Bereichen Design, Herstellung und Vermarktung sowie Qualitätskontrolle von Bekleidung und Schuhen zu Gunsten ihrer Muttergesellschaft Zalando SE (nachfolgend: Zalando). Die Erbringung dieser Dienstleistungen erfolgt in Berlin.

Forschung und Entwicklung

Der Wertschöpfungsprozess bei der zLabels umfasst die Bereiche Entwicklung sowie Beschaffung und Produktion. Für den Erfolg der jeweiligen Kollektionen spielt der Entwicklungsprozess eine entscheidende Rolle. Die Gesellschaft betreibt keine Forschungsaktivitäten.

Der erste Schritt in diesem Prozess – das Design - startet mit der Definition einer Kollektionsaussage, welche auf Basis eines „Season Concepts“ getätigt wird. In diesem „Season Concept“ werden die Rahmenbedingungen wie Themen, Farben, Stoffkonzepte und Key Looks festgehalten, welche von äußeren Rahmenbedingungen wie Architektur, Kunst und gesellschaftliche Entwicklungen beeinflusst werden.

Im Anschluss daran werden die Kollektionskomplexität sowie Preispunkte definiert, sowie „Repeat Styles“ festgelegt. Diese „Repeat Styles“ beinhalten besonders erfolgreiche Kollektionsbestandteile aus der entsprechenden Spiegelsaison, welche dann in die neue Kollektion einfließen sollen.

Die Bereiche Design und Einkauf bestimmen dann gemeinsam die Stoffauswahl und treffen eine Vorauswahl von möglichen Lieferanten für die einzelnen Kollektionsbestandteile, Auf Basis der Skizzen, die intern auf ihre schnitttechnische Umsetzung überprüft wurden und für die die entsprechenden Maße festgelegt wurden, erfolgt dann eine Anfrage von Prototypen bei den möglichen Lieferanten.

Nach der Prototypenphase schließt sich das Size Set sowie das Produktionssampling an, wodurch ein stetiges Prüfen von Passform, Verarbeitung und Material durch die Bereiche Design, Produkt Management und Produkt Development gewährleistet wird.

B. Wirtschaftsbericht

1. Gesamtwirtschaftliche und branchenbezogene Rahmenbedingungen

Wirtschaftliches Umfeld

Der Einzelhandel in Europa¹ konnte 2014 trotz schwieriger wirtschaftlicher Rahmenbedingungen um 1,8 Prozent gegenüber dem Vorjahr wachsen. Wesentlich dynamischer zeigt sich weiterhin der Online-Einzelhandel, der 2014 um 16 Prozent über dem Niveau des Vorjahres abschloss. Der europäische Modemarkt² erreichte nach ersten Schätzungen im vergangenen Jahr ein Volumen von etwa 419 Mrd. EUR, was einem nominalen Wachstum gegenüber dem Vorjahr von 1,5 Prozent entspräche. Mit diesem Ergebnis hätte der europäische Modehandel in 2014 über dem durchschnittlichen Wachstum der letzten fünf Jahre von etwa 1 Prozent abgeschlossen.³

Zahlen für den deutschen Einzelhandel zeigen, dass in 2014 ein nominales Wachstum von 2,2 Prozent gegenüber dem Vorjahr erzielt werden konnte. Auch in Deutschland entwickelt sich der Internet-Einzelhandel wesentlich rasanter als die gesamte Branche. So lagen die nominalen Umsätze in 2014 um mehr als 21 Prozent über dem Ergebnis des Vorjahres. Der Modehandel in Deutschland konnte nach stagnierenden Verkäufen in 2013 auch im vergangenen Jahr nur ein moderates nominales Wachstum von 0,7 Prozent gegenüber dem Vorjahr erwirtschaften. Dem Modehandel machte in 2014 insbesondere das spätsommerliche Wetter in der zweiten Jahreshälfte zu schaffen, das den Abverkauf der Herbstware im September und Oktober merklich erschwert hat. Auch das Weihnachtsgeschäft konnte den Verlust durch frühe Preisreduzierungen nicht mehr auffangen, so dass der erhoffte Umsatzschub ausgeblieben ist.^{4,5}

Die folgenden positiven Aussichten im europäischen Modemarkt und im Internet-Einzelhandel bieten unserer Auffassung nach weiterhin wachsende Marktchancen für das Geschäftsmodell des Mutterunternehmens und somit auch für zLabels:

- Der Online-Handel mit Modeartikeln ist Teil einer zweiten Welle des E-Commerce. Der Anteil der über das Internet verkauften Mode wird im Vergleich zu der im Stationärhandel verkauften Mode weiter wachsen.
- Europa ist mit seinem konzentrierten Wohlstand und hoher Bevölkerungsdichte ein hochattraktiver Modemarkt. In den Hauptabsatz-

¹ Die Angaben zum europäischen Einzelhandel beziehen sich auf Europa exklusive Russland

² Die Angaben zum europäischen Modemarkt beziehen sich auf Europa exklusive Russland

³ Euromonitor International, Einzelhandel inklusive Lebensmitteleinzelhandel

⁴ Textilwirtschaft: Modehandel: Drittes Minus-Jahr in Folge, 07. Januar 2015

⁵ Euromonitor International, Einzelhandel inklusive Lebensmitteleinzelhandel

märkten von Zalando in Westeuropa lagen die Modeausgaben pro Person in 2013 mit 774 EUR nur knapp hinter Nordamerika und Australasien.⁶ Darüber hinaus besitzt der europäische Modemarkt die höchsten Ausgaben pro km² weltweit (Schätzungen zufolge belaufen sich die Ausgaben auf 0,06 Mio. EUR pro km²; im Vergleich dazu sind die Ausgaben in der Region mit den zweithöchsten Ausgaben pro km² im asiatisch pazifischen Raum mit geschätzten 0,02 Mio. EUR pro km² gering). Im westeuropäischen Teil von Europa ist die Ausgabendichte mit 0,09 Mio. EUR pro km² sogar noch höher.⁷ Die Ausgaben pro km² sind für Online-Händler eine wichtige Kennzahl, weil höhere Ausgaben pro km² eine vergleichsweise schnellere und kostengünstigere Lieferung ermöglicht.

- Online-Händler von Mode können typischerweise Bruttogewinnmargen von 40 Prozent bis 60 Prozent realisieren. Diese Bruttogewinnmargen liegen damit deutlich über den Margen, die Online-Händler anderer Produktkategorien, wie z.B. Elektronik, erzielen können.⁸
- Mobile Endgeräte haben erheblich zum starken Wachstum im Online-Einzelhandel beigetragen. Das gilt auch für den Online-Vertrieb von Mode. Smartphones und Tablets versetzten die Kunden in die Lage, sich jederzeit und praktisch überall Zugang zu Modeprodukten zu verschaffen. Die Anzahl der in Europa genutzten mobilen Endgeräte ist von nur 208 Mio. EUR im Jahr 2009 auf 480 Mio. EUR im Jahr 2013 angestiegen.⁹

Die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen für den Online-Vertrieb von Mode bieten unserer Auffassung nach große und wachsende Marktchancen für Zalando und damit auch für zLabels.

2. Geschäftsverlauf und Mitarbeiterentwicklung

Geschäftsverlauf

Das Mutterunternehmen blickt auf ein sehr erfolgreiches Geschäftsjahr 2014 zurück. Zalando ist im Jahr 2014 weiter stark gewachsen und setzt seine positive Entwicklung in allen Segmenten fort. Zalando ist auch in 2014 schneller gewachsen als der Markt und hat in allen Ländern Marktanteile gewonnen. Das Ziel, in 2014 den EBIT Break-

⁶ Euromonitor International

⁷ Euromonitor International

⁸ Gesellschaftsangabe; Durchschnitt der Bruttogewinnmargen ausgewählter börsennotierter E-Commerce-Unternehmen wie Asos, Yoox und Boohoo für 2013 basierend auf öffentlich zugänglichen Informationen.

⁹ IDC, Worldwide New Media Market Model, 2H13, Mai 2014.

Lagebericht 2014 zLabels GmbH

even zu erreichen, wurde deutlich übertroffen, was insbesondere auf eine verbesserte Kostenstruktur in allen wesentlichen Kostenpositionen zurückgeht.

Der Kundenstamm wuchs weiterhin stark an: Zum Jahresende verzeichnete Zalando 14,7 Millionen aktive Kunden, die in den vergangenen 12 Monaten mindestens einmal bei Zalando eingekauft hatten; 2013 waren es knapp über 13 Millionen.

Neben dem Ausbau der bestehenden Absatzmärkte hat Zalando in 2014 verstärkt in den nachhaltigen Aufbau von Unternehmensstrukturen und den Ausbau der Qualitätsstandards zur Erzielung umfassender Kundenzufriedenheit investiert.

Zalando hat im Jahr 2014 seinen Online-Shop kontinuierlich mit dem Ziel weiterentwickelt, seinen Kunden das bestmögliche Online-Modeerlebnis zu bieten. Um die Führungsposition im sich schnell ändernden Marktumfeld weiter auszubauen, richtet sich Zalando aktiv auf die zunehmende Nutzung mobiler Endgeräte seiner Kunden aus.

Das anhaltende Wachstum des Mutterunternehmens im Geschäftsjahr 2014 und dem damit verbundenen Ausbau der Eigenmarken sowie der Ausbau der Aktivitäten im Bereich Qualitätskontrolle führten im abgelaufenen Geschäftsjahr zu einer Steigerung des Umsatzes um knapp 16 Prozent.

Allerdings wurden die Erwartungen der zLabels hinsichtlich Umsatz- und Ergebnisentwicklung nicht vollständig erfüllt, was im Wesentlichen darauf zurückzuführen ist, dass nicht so viele neue Mitarbeiter wie geplant eingestellt werden konnten und somit die Weiterverrechnungen an die Zalando SE geringer ausfielen. Statt der erwarteten 20 Prozent Umsatzsteigerung wurde lediglich ein Plus von knapp 16 Prozent erreicht. Auch das Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit konnte nicht wie erwartet um 11 Prozent gesteigert werden. Stattdessen verringerte sich dieses durch Kosten, welche nicht weiterverrechnet werden können, im Vergleich zum Vorjahr um 5 Prozent.

Die Gesellschaft ist zum Bilanzstichtag mit TEUR 2.331 bilanziell überschuldet. Zur Abwendung der insolvenzrechtlichen Folgen der Überschuldung haben die zLabels GmbH, Berlin, und die Zalando SE, Berlin, einen Rangrücktritt der von der Zalando SE gewährten Darlehen über insgesamt TEUR 4.617 vereinbart.

Die Geschäftsführung schätzt auf dieser Grundlage die Fortführung des Unternehmens als überwiegend wahrscheinlich ein (positive Fortbestandsprognose gemäß § 19 Abs. 2 InsO). Nach Auffassung der Geschäftsführung liegt demzufolge eine insolvenzrechtliche Überschuldung nicht vor. Der Jahresabschluss für das

Lagebericht 2014
zLabels GmbH

Geschäftsjahr 2014 wurde daher nach dem Grundsatz der Unternehmensfortführung aufgestellt.

Mitarbeiterentwicklung

Trotz des starken Wachstums ist die Mitarbeiterzahl der zLabels in 2014 nahezu konstant geblieben. Zum Abschlussstichtag beschäftigte die zLabels 256 (im Vorjahr: 261) Mitarbeiter. Im Jahresdurchschnitt waren 264 (im Vorjahr: 257) Mitarbeiter für die Gesellschaft tätig.

Das erfolgreiche Wachstum von Zalando und zLabels basiert auf den Kompetenzen und der Motivation der Mitarbeiter. Aufgrund des starken Wachstums des Kerngeschäfts, der Erschließung neuer Unternehmensbereiche und der schnellen internationalen Expansion sind Zalando und zLabels stets auf Verstärkung seines erfolgreichen Teams angewiesen. Der Bereich Recruiting nimmt daher eine zentrale Position der Personalarbeit ein. Neben einem umfangreichen Karriereportal präsentiert sich Zalando auf Jobmessen und Jobbörsen als attraktiver und facettenreicher Arbeitgeber, um für jede vakante Stelle den passenden Bewerber zu finden. Für eine Qualifizierung der Mitarbeiter werden kontinuierlich Trainings- und Weiterbildungsmöglichkeiten angeboten. Dabei bilden persönliche Leistungs- und Potenzialgespräche die Basis, um die Entwicklungspotenziale aller Mitarbeiter individuell und bestmöglich auszuschöpfen.

3. Lage

Ertragslage

Die Ertragslage der Gesellschaft wird in folgender verkürzter Gewinn- und Verlustrechnung nach Aufwandsarten des Unternehmens dargestellt.

in TEUR	01.01. - 31.12.2014	01.01. - 31.12.2013	Veränderung
Umsatzerlöse	21.653	18.724	2.929
Sonstige betriebliche Erträge	277	289	-12
Rohergebnis	21.930	19.013	2.917
Personalaufwand	-12.932	-12.277	-655
Abschreibungen	-34	-36	2
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-8.418	-6.125	-2.293
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	546	575	-29
Finanzergebnis	-51	-53	2
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	495	522	-27
Steuern vom Einkommen und Ertrag	-75	1.017	-1.092
Jahresüberschuss	420	1.539	-1.119
<i>Periodenergebnis in Prozent vom Umsatz</i>	<i>1,9%</i>	<i>8,2%</i>	

Die Umsatzerlöse der zLabels haben sich durch das aus der Geschäftsentwicklung der Muttergesellschaft resultierende Wachstum von 18.724 TEUR im Geschäftsjahr 2013 auf 21.653 TEUR im Geschäftsjahr 2014 um knapp 16 Prozent erhöht. Der Anstieg resultiert vor allem aus dem Anstieg der Produktion und Entwicklung von Eigenmarken.

Die Personalaufwendungen haben sich entsprechend des Anstiegs der durchschnittlichen Mitarbeiterzahlen und der allgemeinen Lohnentwicklung um 655 TEUR auf 12.932 TEUR erhöht.

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen beinhalten im Wesentlichen Fremdleistungen sowie Mietaufwendungen. Die Erhöhung von TEUR 6.125 auf TEUR 8.418 resultiert insbesondere aus dem Anstieg des Beschaffungsvolumens und den damit verbundenen Aufwendungen für die Qualitätssicherung.

Lagebericht 2014
zLabels GmbH

Das Betriebsergebnis der Gesellschaft hat sich mit TEUR 546 daher im Vergleich zum Vorjahr mit TEUR 575 nur geringfügig geändert.

Finanzlage

Die Liquiditätssituation und die finanzielle Entwicklung der zLabels werden anhand der nachfolgenden verkürzten Kapitalflussrechnung aufgezeigt.

in TEUR	2014	2013
Mittelzufluss aus laufender Geschäftstätigkeit	744	982
Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit	-8	-85
Mittelabfluss aus der Finanzierungstätigkeit	-1.000	0
Zahlungswirksame Veränderungen des Finanzmittelfonds	-264	897
Finanzmittelfonds am Anfang der Periode	1.504	607
Finanzmittelfonds am 31.12.	1.240	1.504

Der positive Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit resultiert unter Anwendung der sogenannten indirekten Methode im Wesentlichen aus dem Geschäftsbesorgungsvertrag mit der Muttergesellschaft.

Durch den positiven Cashflow aus der laufenden Geschäftstätigkeit im abgelaufenen Geschäftsjahr sowie im Vorjahr war es der Gesellschaft möglich, einen Teil der Gesellschafterdarlehen zurückzuführen.

Insgesamt sind die Finanzmittelbestände gegenüber dem Vorjahr um TEUR 264 auf TEUR 1.240 gesunken. Der Finanzmittelfonds setzt sich aus dem Kassenbestand und aus Guthaben bei Kreditinstituten zusammen.

Vermögenslage

Die Vermögenslage der Gesellschaft wird in folgender verkürzter Bilanz dargestellt.

Aktiva						
in TEUR	31.12.2014		31.12.2013		Veränderung	
Anlagevermögen	107	1,5%	133	1,7%	-26	-19,5%
Langfristiges Umlaufvermögen	0	0,0%	251	3,3%	-251	-100,0%
Kurzfristiges Umlaufvermögen / Rechnungsabgrenzungsposten	2.473	34,9%	1.991	26,0%	482	24,2%
Liquide Mittel	1.240	17,5%	1.504	19,7%	-264	-17,5%
Aktive latente Steuern	942	13,3%	1.017	13,3%	-75	-7,4%
Nicht durch Eigenkapital gedeckter Fehlbetrag	2.331	32,9%	2.751	36,0%	-420	-15,3%
Gesamtvermögen	7.093	100,0%	7.647	100,0%	-554	-7,2%

Passiva						
in TEUR	31.12.2013		31.12.2012		Veränderung	
Eigenkapital	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Rückstellungen	1.403	19,8%	842	11,0%	561	66,6%
Verbindlichkeiten	5.690	80,2%	6.805	89,0%	-1.115	-16,4%
Gesamtkapital	7.093	100,0%	7.647	100,0%	-554	-7,2%

Die Bilanzsumme der zLabels hat sich trotz des Anstiegs der Geschäftstätigkeit nur unwesentlich geändert. Das Vermögen der Gesellschaft setzt sich vornehmlich aus Forderungen gegen Gesellschafter und liquiden Mitteln sowie dem „Nicht durch das Eigenkapital gedeckten Fehlbetrag“ zusammen. Die Passivseite besteht überwiegend aus Rückstellungen und Verbindlichkeiten gegenüber den Gesellschaftern.

Die zum 31. Dezember 2014 in der Bilanz ausgewiesenen Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstigen Vermögensgegenstände der zLabels sind kurzfristig.

Der Reduzierung der in der Bilanz ausgewiesenen liquiden Mittel ist im Wesentlichen auf die Rückzahlung von Gesellschafterdarlehen zurückzuführen.

Lagebericht 2014
zLabels GmbH

Durch das positive Ergebnis hat sich der „Nicht durch Eigenkapital gedeckter Fehlbetrag“ weiter reduziert, wodurch sich der Anteil am Gesamtvermögen von 36,0 Prozent auf 32,9 Prozent verringert hat.

Die kurzfristigen Rückstellungen und Verbindlichkeiten haben sich unter anderem durch die Rückführung des Darlehens der Gesellschafterin um TEUR 554 auf TEUR 7.093 reduziert und bestehen zum Abschlussstichtag insbesondere aus Rückstellungen für ausstehende Rechnungen, Personalrückstellungen sowie Verbindlichkeiten gegenüber Gesellschaftern.

Gesamtaussage

Die wirtschaftliche Lage der zLabels ist insgesamt stark geprägt von dem Wachstum der Muttergesellschaft Zalando SE. So haben sich sämtliche Posten der Ertragslage leicht erhöht. Die Posten der Finanz- und Vermögenslage haben sich mit Ausnahme der Rückstellungen und der Verbindlichkeiten gegenüber Gesellschaftern nur in geringem Umfang geändert.

4. Finanzielle und nicht finanzielle Leistungsindikatoren

Zu den für die Unternehmenssteuerung bedeutsamen finanziellen Leistungsindikatoren gehören mit Verweis auf die vorangestellten Darstellungen zur Vermögens-, Finanz- und Ertragslage die Umsatzerlöse sowie die Marge aus dem operativen Geschäft (EBIT-Marge).

Neben der Ausrichtung an rein ökonomischen Faktoren stellt sich die zLabels auch der Verantwortung, in ihrem wirtschaftlichen Handeln auch gesellschaftlichen Anforderungen nachhaltig gerecht zu werden. Hierzu zählt die zLabels unter anderem, Rücksicht auf die Umwelt zu nehmen. So hat sich die zLabels intern verpflichtet, bei Beschaffungsvorgängen streng auf die Umweltverträglichkeit zu achten.

C. Chancen und Risikobericht

Die zLabels ist im Rahmen ihrer wachstumsorientierten Unternehmenspolitik bestrebt, Chancen und Risiken wertorientiert zu steuern, um sich ergebende Entwicklungs-

chancen optimal nutzen zu können. Risiken werden nur eingegangen, sofern ihnen im Gegenzug die Chance auf eine entsprechende Wertsteigerung gegenübersteht.

Risiken

Risiken aus dem operativen Geschäft betreffen im Wesentlichen die Bereiche Produktqualität, Arbeitsbedingungen in der Wertschöpfungskette und Lieferverzögerungen. Qualitätsmängel der Produkte würden sich unmittelbar auf das Vertrauen der Kunden auswirken. Durch eine enge Zusammenarbeit mit den Lieferanten sowie durch kontinuierliche Qualitätskontrollen der Ware wird das Risiko potenzieller Qualitätsprobleme begrenzt. Unzumutbare Arbeitsbedingungen bei den Lieferanten bergen ebenfalls ein erhebliches Risiko für das Image der Gesellschaft. Dem wirkt zLabels durch verschiedene Corporate Social Responsibility Maßnahmen inkl. eines Code of Conducts, dem sich alle Lieferanten verpflichten müssen, entgegen. Das Angebot der Ware zum richtigen Zeitpunkt ist ein weiterer entscheidender Wettbewerbsfaktor für zLabels und die Zalando-Gruppe. Produkte nicht oder nur zu spät in der Saison anbieten zu können, führt zu Umsatzeinbußen und wirkt sich unmittelbar auf die Zufriedenheit der Kunden aus. Durch eine diversifizierte Lieferantenbasis in verschiedenen Regionen und Ländern wird das Risiko von signifikanten Lieferverzögerungen seitens der Lieferanten begrenzt. Dem Risiko von Transportverzögerungen begegnet zLabels durch langfristige und klare Vertragsbeziehungen mit unterschiedlichen Transportunternehmen.

Die zLabels bietet ihre Dienstleistungen ausschließlich Zalando an. Damit ist sie von der wirtschaftlichen Entwicklung und den strategischen Entscheidungen ihrer Muttergesellschaft sowie von der Entwicklung und den Risiken der gesamten Zalando-Gruppe direkt abhängig.

Risiken für die Muttergesellschaft bestehen aus ökonomischen und strategischen Risiken, operativen Risiken, Finanzrisiken sowie rechtlichen und regulatorischen Risiken.

Zalando ist ein europaweit agierendes Unternehmen und somit wird die Unternehmensentwicklung potenziell von der volkswirtschaftlichen Entwicklung und der daraus resultierenden Verbraucherstimmung in den für Zalando relevanten Ländern beeinflusst. In den Märkten, in denen Zalando seine Waren vertreibt und bezieht, könnten sich unerwartete politische oder ökonomische Veränderungen ergeben. Ein ungünstiges privates Konsumumfeld könnte sich bei Zalando im Risiko von Umsatzverfehlungen und dem damit einhergehenden Risiko aus erhöhten Warenbeständen widerspiegeln. Das Konzernmanagement geht dennoch davon aus,

Lagebericht 2014 zLabels GmbH

dass sich der Trend zum E-Commerce auch in einem schwierigeren Umfeld fortsetzen würde. Die Auswirkungen der Eurokrise auf die wirtschaftliche Lage des Konzerns werden derzeit als gering eingeschätzt. Von der Ukraine-Krise und den steigenden Spannungen zwischen Russland und der Europäischen Union ist Zalando derzeit nicht direkt betroffen.

Im E-Commerce ist ein deutlicher Trend hin zum Online-Shopping über mobile Endgeräte zu beobachten. Zalando ist dem Risiko ausgesetzt, der damit verbundenen technischen Entwicklung und Veränderung nicht adäquat nachzukommen und die Zalando-App für Smartphones sowie die mobile Version der Zalando-Website nicht entsprechend weiterentwickeln zu können. Dies kann sich negativ auf die Quote der mobilen Website-Besuche bzw. die Anzahl aktiver Kunden auswirken.

Zalando hat in sehr kurzer Zeit eine Marke geschaffen, die einen enormen Bekanntheitsgrad in den meisten europäischen Märkten erreicht hat. Zalando diskutiert relevante Themen regelmäßig mit Fachjournalisten, die Öffentlichkeit wird über die Internetseiten des Konzerns mit Fakten und Inhalten zu den jeweiligen Bereichen informiert. Trotz allem sieht sich Zalando immer wieder mit kritischer Berichterstattung konfrontiert, die das Image von Zalando und somit die wirtschaftliche Situation der Gruppe beschädigen kann. Es handelt sich dabei um ein latentes Risiko. Zalando ist durch die bestehenden Nachhaltigkeits-, Corporate Communications- sowie Governance-, Risk- und Compliance-Strukturen entsprechend organisiert und bestrebt, auf entsprechende Meldungen schnell reagieren zu können, diese klarzustellen und präventive Maßnahmen zu ergreifen.

Risiken aus dem operativen Geschäft betreffen handelstypisch im Wesentlichen die Bereiche Einkauf und Logistik. Die zuverlässige und schnelle Lieferung einwandfreier Ware ist ein entscheidender Wettbewerbsfaktor für Zalando. Lieferverzögerungen und Qualitätsmängel würden sich unmittelbar auf das Vertrauen der Kunden auswirken und einen nachhaltigen Schaden am Image der Gesellschaft bewirken. Durch eine enge Zusammenarbeit mit den Lieferanten sowie durch kontinuierliche Qualitätskontrollen der Ware wird das Risiko potenzieller Qualitätsprobleme begrenzt.

Dem produktspezifischen Absatzrisiko wird mit einer kontinuierlichen Abverkaufsanalyse und Budgetplanung begegnet. Zur Überwachung und Steuerung der Abverkäufe und Warenbestände nutzt Zalando ein detailliertes Kennzahlensystem, mit dessen Hilfe negative Abweichungen frühzeitig erkannt und entsprechende Maßnahmen ergriffen werden können. Der Budgetierungsprozess unterliegt der ständigen Anpassung an Marktdaten und Informationen von Vertragspartnern. Zusätzliche Flexibilität kann über Nachorderaufträge erreicht werden. Darüber hinaus bildet Zalando in ausreichendem Maße Wertberichtigungen auf Waren. Das

Lagebericht 2014 zLabels GmbH

Lagerbestandsrisiko ist ein inhärentes Risiko unseres Geschäftsmodells mit Ausprägungen entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Es wird daher nicht vollständig ausgeschaltet werden können.

Als E-Commerce Unternehmen ist Zalando maßgeblich von der Funktionalität und Stabilität der verschiedenen Online-Präsenzen abhängig. Störungen oder Ausfälle würden unmittelbar zu Umsatzeinbußen führen. Um die Sicherheit und Stabilität der Systeme zu gewährleisten, ist Zalando an geographisch getrennte und redundante Server-Zentren angebunden. Der Betrieb der Plattform wird permanent überwacht, um im Störfall geeignete Maßnahmen mit kurzer Reaktionszeit einleiten zu können. Eine umfangreiche, mehrstufige Absicherung der Systeme sowie personalisierte, rollenbasierte Zugänge bieten zudem Schutz vor unautorisierten Zu- und Angriffen. Aufgrund der essenziellen Bedeutung der IT-Risiken unterliegt die IT-Entwicklung und IT-Pflege einer kontinuierlichen Qualitätskontrolle.

Chancen

Ebenso wie die Risiken sind auch die Chancen für eine nachhaltige Unternehmensentwicklung der zLabels direkt von der Muttergesellschaft als Hauptauftraggeber abhängig.

Für das kommende Jahr wird für den Euroraum eine leicht wachsende Wirtschaft prognostiziert. Getrieben durch steigende Realeinkommen aufgrund niedriger Energiepreise, wird der private Konsum auch in 2015 der Konjunkturmotor bleiben.¹⁰ Für Deutschland wird ebenfalls ein Aufwärtstrend prognostiziert. Es wird mit einem spürbaren Anstieg der verfügbaren Einkommen gerechnet, wodurch der private Verbrauch das Wachstum weiter ankurbeln dürfte. Nicht zuletzt, weil die reale Kaufkraft durch den geringen Preisauftrieb zusätzlich angeschoben wird.¹¹ Diese Entwicklungen bieten Zalando die Chance, dass aus der wachsenden Wirtschaft potenziell resultierende positive Konsumklima zu nutzen um seine Marktposition weiter auszubauen und Umsatzsteigerungen zu erzielen.

Mode in Europa (mit Ausnahme Russland) ist ein großer Markt mit Verbraucherausgaben von etwa 419 Mrd. € im Jahr 2014. Der Online-Vertrieb von Mode verzeichnete dabei einen Anteil von etwa 43 Mrd. €. Das entspricht einem

¹⁰ Ifw Kiel: Kieler Konjunkturberichte 2014|Q4, Weltkonjunktur im Winter 2014 und Euroframe: Economic Assessment of the Euro Area, Winter 2014/2015

¹¹ Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung e.V., Wintergrundlinien 2014, DIW Wochenbericht 51 + 52, 2014 und Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung e.V., DIW Konjunkturbarometer – Januar 2015, Pressemitteilung vom 28. Januar 2015

Lagebericht 2014 zLabels GmbH

relativen Anteil von ca. 10% am gesamten Modeeinzelhandel.¹² Der Gesamtmarkt für Mode in Europa (ausgenommen Russland) blieb zwischen 2009 und 2014 nahezu unverändert, während der Online-Vertrieb für Mode mit einem durchschnittlichen jährlichen Zuwachsrate (CAGR)¹³ von etwa 17% zwischen 2009 und 2014 wesentlich schneller wuchs.¹⁴ Dieser Trend wird voraussichtlich anhalten, da der Anteil von Personen an der Gesamtbevölkerung, die schon in jungem Alter mit digitaler Technologie vertraut sind, weiter steigen wird.

Europa ist ein hochattraktiver Modemarkt mit konzentriertem Wohlstand und hoher Bevölkerungsdichte. Das begünstigt den Online-Vertrieb von Mode. Aufgrund der Fokussierung auf den europäischen Markt sowie der bereits aufgebauten Infrastruktur und erreichten Markenbekanntheit, ist Zalando gut positioniert, um von diesen günstigen Marktgegebenheiten zu profitieren.

Der Online-Einzelhandelsmarkt in Europa (ausgenommen Russland) verzeichnete im Jahr 2014 Umsätze von insgesamt 176 Mrd. € mit einer CAGR von 17% seit 2009. Während sich der Online-Anteil im Einzelhandel in Nordamerika 2014 auf 7,8% belief, stieg der Online-Anteil im Einzelhandel in unserem Zielmarkt Europa (ausgenommen Russland) von 2,6% im Jahr 2008 auf 6,3% im Jahr 2014.¹⁵

Die konsequente Fokussierung des Geschäftsmodells auf den E-Commerce in Verbindung mit einer an den Marktbedürfnissen ausgerichteten Sortimentsgestaltung und einer beständigen Kundenorientierung bietet Zalando die Chance, Umsätze und Marktanteile weiter zu steigern. Durch gezielte Marketingaktivitäten will Zalando seinen Bekanntheitsgrad weiter erhöhen, neue Kunden gewinnen und Bestandskunden dauerhaft an sich binden. Das hohe Marktpotenzial im europäischen Online-Modemarkt kann Zalando zudem durch seine Präsenz in mittlerweile 15 europäischen Ländern sowie dem stetigen Ausbau der Produktpalette an Eigen- und Fremddmarken weiter ausschöpfen.

¹² Euromonitor International

¹³ CAGR steht für „Compounded Annual Growth Rate“ und bezeichnet die Wachstumsrate über einen bestimmten Zeitraum im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Die jährliche Wachstumsrate wird berechnet, indem die n-te Wurzel aus der prozentualen Gesamtwachstumsrate gezogen wird, wobei n die Anzahl an Jahren in dem betrachteten Zeitraum ist.

¹⁴ Euromonitor International

¹⁵ Euromonitor International

D. Prognosebericht

Künftige gesamtwirtschaftliche Situation

Sowohl für das aktuelle Jahr, als auch für die kommenden Jahre wird dem Internethandel ein weitaus dynamischeres Wachstum als dem Gesamtmarkt prognostiziert. So soll der europäische Einzelhandel in 2015 ein Wachstum von etwa 1 Prozent gegenüber dem Vorjahr erreichen, während dem Onlinehandel eine Steigerung um etwa 12,9 Prozent zugetraut wird. In Deutschland zeichnet sich ein ähnliches Bild ab. Die Prognose für den Einzelhandel insgesamt in 2015 liegt bei einem Plus von 2 Prozent, im gleichen Zeitraum soll der Internethandel hingegen um 16,5 Prozent hinzugewinnen.¹⁶ Auch der Handelsverband Deutschland (HDE) prognostiziert für den Online-Handel in 2015 ein ordentliches Umsatzplus. Der Verband geht von einem etwas schwächeren Wachstum von 12 Prozent gegenüber dem Vorjahr aus, während der gesamte Einzelhandel einen Zugewinn von 1,5 Prozent verzeichnen soll.¹⁷

Dem Modehandel insgesamt in Europa und Deutschland wird für das aktuelle Jahr 2015 wieder ein eher schwaches Jahr vorhergesagt. Auf europäischer Ebene wird eine Stagnation der Umsätze prognostiziert (+ 0,1 Prozent), während die Modeverkäufe in Deutschland sogar leicht rückläufig sein sollen (- 0,4 Prozent).¹⁸ Mit der Weiterentwicklung von E-Commerce-Modellen und der zunehmenden Offenheit der Konsumenten gegenüber dem Online-Shopping erwartet Zalando, dass der Online-Anteil im Modehandel auch in 2015 weiter ansteigen wird.

Zalando sieht sich mit der Fokussierung auf den europäischen Markt sowie der bereits aufgebauten Infrastruktur und der erreichten Markenbekanntheit gut positioniert, um von diesen günstigen Marktgegebenheiten für den Online-Handel zu profitieren. Der hohe emotionale Wert, den sowohl Hersteller als auch Kunden Modemarken beimessen, verschafft unabhängigen und reinen E-Commerce-Modehändlern, wie Zalando, darüber hinaus einen erheblichen Vorteil gegenüber nicht spezialisierten E-Commerce-Händlern.

Künftige Entwicklung der zLabels

Die künftige Entwicklung der zLabels hängt im starken Maße von der Entwicklung der Muttergesellschaft ab. Zalando will auch zukünftig nachhaltig wachsen. Aus diesem

¹⁶ Euromonitor International, Einzelhandel inklusive Lebensmitteleinzelhandel

¹⁷ Handelsverband Deutschland (HDE), Jahrespressekonferenz 2015

¹⁸ Euromonitor International

Lagebericht 2014 zLabels GmbH

Grund hat das Management von Zalando für das Geschäftsjahr 2015 vier wesentliche Ziele definiert: Zalando möchte erstens dem Kundennutzen höchste Priorität einräumen, zweitens die Entwicklung der mobilen Internetnutzung vorantreiben, drittens die Attraktivität von Zalando als Arbeitgeber erhöhen und viertens die Weiterentwicklung des Geschäftsmodells zu einer Plattform forcieren. Vor dem Hintergrund des Wachstums des Mutterunternehmens und der Ausweitung des Eigenmarkengeschäftes erwartet die Gesellschaft, die Umsatzerlöse in einem Wachstumskorridor von 40 – 50 Prozent steigern zu können. Die EBIT-Marge wird sich voraussichtlich auf dem Niveau des Geschäftsjahres 2014 bewegen.

Erwartete Ertragslage und Ausblick

Durch den mit der Muttergesellschaft abgeschlossenen Geschäftsbesorgungsvertrag wird die zLabels bei gleichbleibendem Geschäftsmodell voraussichtlich auch im Geschäftsjahr 2015 gewinnbringend arbeiten sowie aus den daraus resultierenden positiven Cashflows in der Lage sein, alle ihre finanziellen Verpflichtungen zu erfüllen. Es wird erwartet, dass mit dem wachsenden Geschäft der Muttergesellschaft und der Einstellung von weiteren Mitarbeitern auch die Umsatzerlöse der zLabels um mehr als 20 Prozent steigen und sich die Aufwendungen in entsprechender Weise entwickeln, sodass ein leicht steigendes Ergebnis vor Steuern erreicht wird.

Gesamtaussage der Geschäftsführung der zLabels GmbH zur mittelfristigen Entwicklung

Insgesamt beurteilt die Geschäftsführung die wirtschaftliche Lage der zLabels als positiv und sieht im kommenden Jahr auf Basis der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung Chancen für ein weiteres schnelles und nachhaltiges Umsatzwachstum. Allerdings ist die Fortführung des Unternehmens direkt abhängig von den nachgefragten Leistungen seitens der Muttergesellschaft.

Einflüsse, die nach dem Prognosezeitraum eine signifikante Beeinflussung der Geschäftsentwicklung nach sich ziehen könnten, sind nicht bekannt.

Die in diesem Lagebericht enthaltenen Aussagen über zukünftige Entwicklungen beruhen auf Einschätzungen der Geschäftsführung nach bestem Wissen und Gewissen zum Zeitpunkt der Erstellung des Jahresabschlusses. Die Aussagen sind naturgemäß einer Reihe von Risiken und Unsicherheiten unterworfen. Die tatsächlichen Ergebnisse können daher von den Erwartungen über die voraussichtliche Entwicklung abweichen, wenn eine der genannten oder andere Unsicherheiten

Lagebericht 2014
zLabels GmbH

eintreten oder sich die den Aussagen zugrunde liegenden Annahmen als unzutreffend erweisen.

E. Nachtragsbericht

Vorgänge von besonderer Bedeutung, die nach dem Schluss des Geschäftsjahres eingetreten sind und zugleich einen Einfluss auf die Darstellung der Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage haben könnten, haben sich nicht ergeben.

Geschäftsführung

Berlin, 18. Juni 2015

Robert Gentz

David Schneider

Jan Wilmking



Bestätigungsvermerk

Wir haben den Jahresabschluss - bestehend aus Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung sowie Anhang - unter Einbeziehung der Buchführung und den Lagebericht der zLabels GmbH, Berlin, für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis 31. Dezember 2014 geprüft. Die Buchführung und die Aufstellung von Jahresabschluss und Lagebericht nach den deutschen handelsrechtlichen Vorschriften liegen in der Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung eine Beurteilung über den Jahresabschluss unter Einbeziehung der Buchführung und über den Lagebericht abzugeben.

Wir haben unsere Jahresabschlussprüfung nach § 317 HGB unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung vorgenommen. Danach ist die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass Unrichtigkeiten und Verstöße, die sich auf die Darstellung des durch den Jahresabschluss unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung und durch den Lagebericht vermittelten Bildes der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage wesentlich auswirken, mit hinreichender Sicherheit erkannt werden. Bei der Festlegung der Prüfungshandlungen werden die Kenntnisse über die Geschäftstätigkeit und über das wirtschaftliche und rechtliche Umfeld der Gesellschaft sowie die Erwartungen über mögliche Fehler berücksichtigt. Im Rahmen der Prüfung werden die Wirksamkeit des rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsystems sowie Nachweise für die Angaben in Buchführung, Jahresabschluss und Lagebericht überwiegend auf der Basis von Stichproben beurteilt. Die Prüfung umfasst die Beurteilung der angewandten Bilanzierungsgrundsätze und der wesentlichen Einschätzungen der gesetzlichen Vertreter sowie die Würdigung der Gesamtdarstellung des Jahresabschlusses und des Lageberichts. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine hinreichend sichere Grundlage für unsere Beurteilung bildet.



Unsere Prüfung hat zu keinen Einwendungen geführt.

Nach unserer Beurteilung aufgrund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse entspricht der Jahresabschluss den gesetzlichen Vorschriften und vermittelt unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft. Der Lagebericht steht in Einklang mit dem Jahresabschluss, vermittelt insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage der Gesellschaft und stellt die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend dar.

Berlin, 19. Juni 2015

Ernst & Young GmbH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Dr. Röders
Wirtschaftsprüfer

Kim
Wirtschaftsprüfer