

**zLabels GmbH, Berlin**  
**Bilanz zum 31. Dezember 2015**

Aktiva	31.12.2014		Passiva	31.12.2014	
	EUR	EUR		EUR	EUR
<b>A. Anlagevermögen</b>			<b>A. Eigenkapital</b>		
<b>I. Immaterielle Vermögensgegenstände</b>			<b>I. Gezeichnetes Kapital</b>	25.000,00	25.000,00
Entgeltlich erworbene Softwarelizenzen		833,00	3.950,00	<b>II. Verlustvortrag</b>	-2.355.700,28
					-2.775.956,74
<b>II. Sachanlagen</b>			<b>III. Jahresüberschuss</b>	825.256,47	420.256,46
1. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	99.299,00	96.907,00			
2. Geleistete Anzahlungen	0,00	6.148,28			
		99.299,00			
<b>III. Finanzanlagen</b>			davon nicht durch Eigenkapital gedeckt	-1.505.443,81	-2.330.700,28
Anteile an verbundenen Unternehmen		3.054,69		1.505.443,81	2.330.700,28
		103.186,69		0,00	0,00
<b>B. Umlaufvermögen</b>			<b>B. Rückstellungen</b>		
<b>I. Vorräte</b>			1. Steuerrückstellungen	39.400,00	0,00
Waren		662.408,37	2. Sonstige Rückstellungen	2.984.091,07	1.403.289,76
				3.023.491,07	1.403.289,76
<b>II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände</b>			<b>C. Verbindlichkeiten</b>		
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	9.297,14	63.714,98	1. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	791.771,08	290.587,17
2. Forderungen gegen verbundene Unternehmen	3.802.309,90	2.368.375,90	2. Verbindlichkeiten gegenüber Gesellschaftern	4.442.281,06	5.206.481,12
3. Sonstige Vermögensgegenstände	10.059,68	27.805,78	3. Sonstige Verbindlichkeiten	227.927,52	192.773,60
			davon im Rahmen der sozialen Sicherheit EUR 11.047,90 (Vj. EUR 0,00)		
			davon aus Steuern EUR 215.281,91 (Vj. EUR 185.223,11)		
		3.821.666,72			
		2.459.896,66			
<b>III. Kassenbestand und Guthaben bei Kreditinstituten</b>				5.461.979,66	5.689.841,89
		1.812.606,75			
		1.239.960,73			
		6.296.681,84			
		3.699.857,39			
<b>C. Rechnungsabgrenzungsposten</b>					
		1.158,39			
		13.568,70			
<b>D. Aktive latente Steuern</b>					
		579.000,00			
		942.000,00			
<b>E. Nicht durch Eigenkapital gedeckter Fehlbetrag</b>					
		1.505.443,81			
		2.330.700,28			
		8.485.470,73			
		7.093.131,65			
				8.485.470,73	7.093.131,65

**zLabels GmbH, Berlin**  
**Gewinn- und Verlustrechnung für 2015**

	EUR	EUR	2014 EUR
1. Umsatzerlöse	30.990.523,07		21.653.138,08
2. Sonstige betriebliche Erträge	1.156.710,46		277.160,14
davon Erträge aus der Währungsumrechnung EUR 29.089,87 (Vj. EUR 2.109,23)			
		<u>32.147.233,53</u>	<u>21.930.298,22</u>
3. Materialaufwand			
Aufwendungen für Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe und für bezogene Waren		583.068,87	0,00
4. Personalaufwand			
a) Löhne und Gehälter	13.679.992,95		10.994.364,13
b) Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung	2.500.662,78		1.938.247,07
davon für Altersversorgung EUR 5.227,09 (Vj. EUR 4.475,86)			
		<u>16.180.655,73</u>	<u>12.932.611,20</u>
5. Abschreibungen			
auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen		29.965,09	33.869,21
6. Sonstige betriebliche Aufwendungen		14.048.952,51	8.417.906,83
davon Aufwendungen aus der Währungsumrechnung EUR 54.494,10 (Vj. EUR 6.194,04)			
		<u>30.842.642,20</u>	<u>21.384.387,24</u>
7. Zinsen und ähnliche Erträge		0,00	4,15
8. Zinsen und ähnliche Aufwendungen		76.935,22	50.658,67
davon an verbundene Unternehmen EUR 75.753,11 (Vj. EUR 50.658,67)			
		<u>76.935,22</u>	<u>50.654,52</u>
9. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit		<u>1.227.656,11</u>	<u>495.256,46</u>
10. Steuern vom Einkommen und Ertrag		402.399,64	75.000,00
davon Aufwand aus der Veränderung bilanzierter latenter Steuern EUR 363.000,00 (Vj. EUR 75.000,00)			
11. Jahresüberschuss		<u>825.256,47</u>	<u>420.256,46</u>

# **ANHANG für 2015**

## **zLabels GmbH, Berlin**

### **Allgemeine Angaben**

Die Gesellschaft ist im Geschäftsjahr 2015 eine mittelgroße Kapitalgesellschaft gemäß den Größenmerkmalen nach § 267 Abs. 2 HGB.

Der Jahresabschluss zum 31. Dezember 2015 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.

Bei den **Finanzanlagen** werden Anteilsrechte zu Anschaffungskosten bzw. zum niedrigeren beizulegenden Wert angesetzt.

**Vorräte** werden zu Anschaffungskosten unter Berechnung eines gewogenen Durchschnitts gemäß § 240 Abs. 4 HGB oder unter Beachtung von niedrigeren beizulegenden Zeitwerten (Marktpreisen) bilanziert. Abgesehen von handelsüblichen Eigentumsvorbehalten sind die Vorräte frei von Rechten Dritter.

**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 **Steuerrückstellungen** und **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.

zLabels hat Führungskräften virtuelle Optionsrechte gewährt. Der auf das Geschäftsjahr entfallende Personalaufwand für diese Optionsrechte wird durch die Bildung einer sonstigen Rückstellung berücksichtigt. Bei der Bewertung der Rückstellungen für virtuelle Mitarbeiteroptionen wurden nach bestmöglicher Schätzung Wahrscheinlichkeiten für das Bestehen der Verpflichtung sowie deren Höhe gebildet.

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.

Die Gesellschaft ist zum Bilanzstichtag mit TEUR 1.505 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 4.442 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 2015 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.

Angaben zum Anteilsbesitz des Finanzanlagevermögens:

Innerhalb des Finanzanlagevermögens wird die 100 % Beteiligung an der zLabels Trading Limited mit Sitz in Hongkong ausgewiesen.

Firma	Sitz	Währung	Eigenkapital in TEUR	Jahresergebnis 2015 in TEUR
zLabels Trading Limited	Hongkong	HKD	-211	-211

### Vorräte

Als Vorräte werden der Bestand an Waren, im Wesentlichen bestehend aus den Warengruppen Schuhe und Textilien ausgewiesen.

### Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände

Alle zum Bilanzstichtag bestehenden sonstigen Vermögensgegenstände sind innerhalb eines Jahres fällig. Die Forderungen gegen verbundene Unternehmen beinhalten zum Bilanzstichtag Forderungen gegen die Gesellschafterin in Höhe von TEUR 3.667 (Vorjahr: TEUR: 2.368), welche, wie im Vorjahr, aus Lieferungen und Leistungen resultieren und eine Restlaufzeit von bis zu einem Jahr haben. Die übrigen Forderungen haben ebenfalls, wie im Vorjahr, eine Laufzeit von bis zu einem Jahr.

### Rechnungsabgrenzungsposten

Die Rechnungsabgrenzungsposten beinhalten im Wesentlichen Nutzungsgebühren für Softwarelizenzen.

## Latente Steuern

Latente Steuern ergeben sich aus temporären Differenzen zwischen den handelsrechtlichen Wertansätzen von Vermögensgegenständen, Schulden und Rechnungsabgrenzungsposten und deren Steuerwerten sowie aus steuerlichen Verlustvorträgen. Die Bewertung der latenten Steuern erfolgt auf Basis eines Steuersatzes in Höhe von 30,175 % (Vorjahr: 30,175 %).

## Sonstige Rückstellungen

Sonstige Rückstellungen waren in Höhe von insgesamt TEUR 2.984 (Vorjahr: TEUR 1.403) zu bilden. Diese betreffen im Wesentlichen ausstehende Rechnungen und personalbezogene Aufwendungen.

## Verbindlichkeiten

Alle Verbindlichkeiten sind innerhalb eines Jahres fällig. Die gegenüber der Gesellschafterin bestehenden Verbindlichkeiten resultieren in Höhe von TEUR 4.442 (Vorjahr: TEUR 4.617) aus dem Finanzverkehr und in Höhe von TEUR 0 (Vorjahr: TEUR 589) aus Lieferungen und Leistungen. Sämtliche Verbindlichkeiten sind ungesichert.

in TEUR		Gesamt	Restlaufzeit	
			bis 1 Jahr	über 5 Jahre
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	31.12.2015	792	792	0
	31.12.2014	291	291	0
Verbindlichkeiten gegenüber Gesellschaftern	31.12.2015	4.442	4.442	0
	31.12.2014	5.206	5.206	0
Sonstige Verbindlichkeiten	31.12.2015	228	228	0
	31.12.2014	193	193	0
<b>Summe</b>	<b>31.12.2015</b>	<b>5.462</b>	<b>5.462</b>	<b>0</b>
	<b>31.12.2014</b>	<b>5.690</b>	<b>5.690</b>	<b>0</b>

## **Ausschüttungssperren**

Der Gesamtbetrag der Ausschüttungssperren im Sinne des § 268 Abs. 8 HGB beträgt TEUR 579 (Vorjahr: TEUR 942) 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 2015 betragen insgesamt TEUR 189 (Vorjahr: TEUR 56) und resultieren im Wesentlichen aus der Auflösung von Rückstellungen (TEUR 183, Vorjahr EUR 48). Weiterhin werden hier Erträge aus der Vereinnahmung des Personalkostenzuschuss von TEUR 485 ausgewiesen.

### **Sonstige betriebliche Aufwendungen**

Die periodenfremden Aufwendungen im Geschäftsjahr 2015 betragen insgesamt TEUR 106 (Vorjahr: TEUR 131).

### **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, diese betragen zum Bilanzstichtag TEUR 17.644 (Vorjahr: TEUR 20.887). 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 3.920 (Vorjahr: TEUR 8.146) 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 zu TEUR 200.000. Am Abschlussstichtag wurden aus diesem Kreditrahmen TEUR 26.425 (Vorjahr: TEUR 3.250) 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 533 sonstige finanzielle Verpflichtungen (davon gegenüber verbundene Unternehmen: TEUR 533).

<b>31.12.2015</b>	<b>in TEUR</b>
Mietverträge	116
Serviceverträge	417
<b>Summe</b>	<b>533</b>

Die Miet- und Serviceverträge sind jeweils zum Monatsende kündbar.

## Sonstige Angaben

### Anzahl der Mitarbeiter im Jahresdurchschnitt

Im Geschäftsjahr waren durchschnittlich 318 (im Vorjahr: 264) angestellte Mitarbeiter beschäftigt.

### Bezüge der Organmitglieder

Gemäß § 286 Nr. 4 unterbleibt die Angabe der Gesamtbezüge der Geschäftsführung nach § 285 Nr. 9 a und b HGB. Robert Gentz und David Schneider erhalten keine Bezüge von der Gesellschaft.

### 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 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, den

Jahresüberschuss EUR 825.256,47

wie folgt zu verwenden:

Vortrag auf neue Rechnung EUR 825.256,47

## Geschäftsführung

Familienname	Vorname	ausgeübter Beruf
Dr. Baier	Christian	Geschäftsführer
Gentz	Robert	Geschäftsführer
Schneider	David	Geschäftsführer
Wilmking	Jan	Geschäftsführer

## Unterzeichnung des Jahresabschlusses 2015

Berlin, 15. März 2016

---

Ort Datum Unterschrift (Dr. Christian Baier)

Berlin, 15. März 2016

---

Ort Datum Unterschrift (Robert Gentz)

Berlin, 15. März 2016

---

Ort Datum Unterschrift (David Schneider)

Berlin, 15. März 2016

---

Ort Datum Unterschrift (Jan Wilmking)

## Entwicklung des Anlagevermögens 2015

	Anschaffungs- und Herstellungskosten				Kumulierte Abschreibungen			Buchwerte	
	01.01.2015 EUR	Zugänge EUR	Umbuchungen EUR	31.12.2015 EUR	01.01.2015 EUR	Zugänge EUR	31.12.2015 EUR	31.12.2015 EUR	31.12.2014 EUR
<b>I. Immaterielle Vermögensgegenstände</b>									
Entgeltlich erworbene Softwarelizenzen	22.422,16	0,00	0,00	22.422,16	18.472,16	3.117,00	21.589,16	833,00	3.950,00
<b>II. Sachanlagen</b>									
1. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	153.945,85	23.091,81	6.148,28	183.185,94	57.038,85	26.848,09	83.886,94	99.299,00	96.907,00
2. Geleistete Anzahlungen	6.148,28	0,00	-6.148,28	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	6.148,28
	160.094,13	23.091,81	0,00	183.185,94	57.038,85	26.848,09	83.886,94	99.299,00	103.055,28
<b>III. Finanzanlagen</b>									
Beteiligung an verbundenen Unternehmen	0,00	3.054,69	0,00	3.054,69	0,00	0,00	0,00	3.054,69	0,00
	182.516,29	26.146,50	0,00	208.662,79	75.511,01	29.965,09	105.476,10	103.186,69	107.005,28

zLabels  
BERLIN

# Lagebericht 2015

zLabels GmbH

## **Inhaltsverzeichnis**

<b>A.</b>	<b>Grundlagen der Gesellschaft</b> .....	<b>1</b>
	Geschäftsmodell .....	1
	Forschung und Entwicklung .....	1
<b>B.</b>	<b>Wirtschaftsbericht</b> .....	<b>3</b>
<b>1.</b>	<b>Gesamtwirtschaftliche und branchenbezogene Rahmenbedingungen</b> .....	<b>3</b>
<b>2.</b>	<b>Geschäftsverlauf und Mitarbeiterentwicklung</b> .....	<b>4</b>
	Geschäftsverlauf .....	4
	Mitarbeiterentwicklung .....	5
<b>3.</b>	<b>Lage</b> .....	<b>7</b>
	Ertragslage .....	7
	Finanzlage.....	8
	Vermögenslage .....	10
	Gesamtaussage .....	11
<b>4.</b>	<b>Finanzielle und nicht finanzielle Leistungsindikatoren</b> .....	<b>11</b>
<b>C.</b>	<b>Chancen und Risikobericht</b> .....	<b>11</b>
	Risiken.....	12
	Chancen .....	13
<b>D.</b>	<b>Prognosebericht</b> .....	<b>14</b>
	Künftige gesamtwirtschaftliche und branchenbezogene Situation .....	14
	Künftige Entwicklung der zLabels .....	15
	Gesamtaussage der Geschäftsführung der zLabels GmbH zur mittelfristigen Entwicklung	16
<b>E.</b>	<b>Nachtragsbericht</b> .....	<b>17</b>

## A. Grundlagen der Gesellschaft

### Geschäftsmodell

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

**Lagebericht 2015**  
**zLabels GmbH**

Nach der Prototypenphase folgt das Size Set sowie das Produktionssampling, 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 Europa**<sup>1</sup> konnte 2015 aufgrund schwieriger wirtschaftlicher Rahmenbedingungen lediglich um knapp 2 % gegenüber dem Vorjahr wachsen. Wesentlich dynamischer zeigt sich weiterhin der Online-Einzelhandel, der 2015 um 13 % über dem Niveau des Vorjahres abschloss. Der **europäische Modemarkt**<sup>2</sup> erreichte im vergangenen Jahr ein Volumen von etwa 417 Mrd. EUR, was einem nominalen Wachstum gegenüber dem Vorjahr von ca. 1 % entspricht. Mit diesem Ergebnis hat der europäische Modehandel in 2015 über dem durchschnittlichen Wachstum der letzten fünf Jahre von etwa 0,4 % abgeschlossen.<sup>3</sup>

Zahlen für den **deutschen Einzelhandel** zeigen, dass in 2015 ein nominales Wachstum von annähernd 2 % 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 2015 um fast 13 % über dem Ergebnis des Vorjahres. Der **Modehandel in Deutschland** erreichte nach leichten Zuwächsen in 2014 auch im vergangenen Jahr nur ein kleines nominales Wachstum von 0,3 % gegenüber dem Vorjahr. Dem Modehandel machte auch in 2015 das Wetter in vielen Monaten einen Strich durch die Rechnung. Insbesondere die Hitzewelle im August und die überdurchschnittlich hohen Temperaturen im November und Dezember erschwerten den Abverkauf entsprechender Saisonware.<sup>4,5</sup>

Die folgenden positiven Aussichten im europäischen Modemarkt und im Internet-Einzelhandel bieten unserer Auffassung nach weiterhin wachsende Marktchancen für unser Geschäftsmodell:

- 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 unseren Hauptabsatzmärkten in Westeuropa lagen die Modeausgaben pro Person in 2015 bei 771 EUR, was im weltweiten

<sup>1</sup> Die Angaben zum europäischen Einzelhandel beziehen sich auf Europa exklusive Russland

<sup>2</sup> Die Angaben zum europäischen Modemarkt beziehen sich auf Europa exklusive Russland

<sup>3</sup> Euromonitor International, Einzelhandel inklusive Lebensmitteleinzelhandel

<sup>4</sup> Textilwirtschaft: Nur Gleichstand, Nr. 2B, 14. Januar 2016

<sup>5</sup> Euromonitor International, Einzelhandel inklusive Lebensmitteleinzelhandel

Vergleich einen Spitzenplatz bedeutet.<sup>6</sup> Darüber hinaus besitzt der westeuropäische Modemarkt die höchsten Ausgaben pro km<sup>2</sup> weltweit (Schätzungen zufolge belaufen sich die Ausgaben auf 86,5 Tsd. EUR pro km<sup>2</sup>; im Vergleich dazu betragen die weltweiten Modeausgaben ungefähr 14,9 Tsd. EUR pro km<sup>2</sup>).<sup>7</sup> Die Ausgaben pro km<sup>2</sup> sind für Online-Händler eine wichtige Kennzahl, weil höhere Ausgaben pro km<sup>2</sup> eine vergleichsweise schnellere und kostengünstigere Lieferung ermöglicht.

- Online-Händler von Mode können typischerweise Bruttogewinnmargen von 40 % bis 60 % realisieren. Diese Bruttogewinnmargen liegen damit deutlich über den Margen, die Online-Händler anderer Produktkategorien, wie z.B. Elektronik, erzielen können.<sup>8</sup>
- 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. Das Wachstum der letzten Jahre zeigt deutlich, dass die Kunden mehr und mehr Produkte über ihre tragbaren Geräte bestellen. Prognosen für den Mobile Commerce zeigen zudem, dass sich dieses Wachstum auch in den kommenden fünf Jahren mit einer durchschnittlichen Wachstumsrate von ca. 18 % weiter fortführen wird.<sup>9</sup>

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

## 2. Geschäftsverlauf und Mitarbeiterentwicklung

### Geschäftsverlauf

Der Geschäftsverlauf der zLabels ist stark abhängig von der Muttergesellschaft. Aus diesem Grund wird im Folgenden auch auf den Geschäftsverlauf der Muttergesellschaft eingegangen.

Das Mutterunternehmen blickt auf ein sehr erfolgreiches Geschäftsjahr 2015 zurück. Zalando ist im Vergleich zum Vorjahr weiter stark gewachsen und setzt seine positive

---

<sup>6</sup> Euromonitor International

<sup>7</sup> Euromonitor International

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

<sup>9</sup> Euromonitor International

Entwicklung in allen Segmenten fort. Zalando ist auch in 2015 schneller gewachsen als der Markt und hat in allen Ländern Marktanteil gewonnen.

Im Jahr 2015 blieb Bekleidung nach wie vor die umsatzstärkste Produktkategorie. Der Kundenstamm wuchs zum 31. Dezember 2015 weiter auf 17,9 Mio. aktive Kunden an, die in den vergangenen zwölf Monaten mindestens einmal bei Zalando eingekauft haben; zum 31. Dezember 2014 waren es 14,7 Mio. aktive Kunden.

Das anhaltende Wachstum des Mutterunternehmens, der damit verbundene Ausbau der Eigenmarken, der Ausbau der Aktivitäten im Bereich Qualitätskontrolle sowie die erstmalig in 2015 erfolgte Erbringung von Dienstleistungen an externe Dritte spiegelt sich insbesondere im Anstieg der Mitarbeiterzahlen im Vergleich zum Vorjahr wider. Durch diesen Anstieg wurde ein Umsatzwachstum von 43 Prozent erzielt, das Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit der Gesellschaft hat sich im Vergleich zum Vorjahr mehr als verdoppelt.

Die Gesellschaft ist zum Bilanzstichtag mit TEUR 1.505 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 4.442 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 2015 wurde daher nach dem Grundsatz der Unternehmensfortführung aufgestellt.

## **Mitarbeiterentwicklung**

Einhergehend mit dem starken Wachstum der Gesellschaft ist die Mitarbeiterzahl ebenfalls signifikant angestiegen. Zum Abschlussstichtag beschäftigte die zLabels 351 (im Vorjahr: 256) Mitarbeiter. Im Jahresdurchschnitt waren 318 (im Vorjahr: 264) 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 ihres 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

**Lagebericht 2015**  
**zLabels GmbH**

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. - 31.12.2015	01.01. - 31.12.2014	Veränderung
Umsatzerlöse	30.991	21.653	9.338
Sonstige betriebliche Erträge	1.157	277	880
Materialaufwand	-583	0	-583
<b>Rohergebnis</b>	<b>31.565</b>	<b>21.930</b>	<b>9.635</b>
Personalaufwand	-16.181	-12.932	-3.249
Abschreibungen	-30	-34	4
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-14.049	-8.418	-5.631
<b>Betriebsergebnis (EBIT)</b>	<b>1.305</b>	<b>546</b>	<b>759</b>
<b>Finanzergebnis</b>	<b>-77</b>	<b>-51</b>	<b>-26</b>
<b>Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit</b>	<b>1.228</b>	<b>495</b>	<b>733</b>
Steuern vom Einkommen und Ertrag	-402	-75	-327
<b>Jahresüberschuss</b>	<b>826</b>	<b>420</b>	<b>406</b>
<i>Periodenergebnis in Prozent vom Umsatz</i>	2,6%	1,9%	

Die Umsatzerlöse der zLabels haben sich durch das aus der Geschäftsentwicklung der Muttergesellschaft resultierende Wachstum von TEUR 21.653 im Geschäftsjahr 2014 auf TEUR 30.991 im Geschäftsjahr 2015 um knapp 43 Prozent erhöht. Dies trifft die Erwartungen des Vorjahres. Der Anstieg resultiert vor allem aus dem Anstieg der Produktion und Entwicklung von Eigenmarken sowie aus den in 2015 erstmalig erfolgten Verkäufen an Dritte i. H. v. TEUR 693.

Der Anstieg der sonstigen betrieblichen Erträge resultiert im Wesentlichen aus der Vereinnahmung eines Personalkostenzuschusses i. H. v. TEUR 485.

Der Materialaufwand resultiert aus den Verkäufen an Dritte, welche in 2015 erstmalig stattgefunden haben.

**Lagebericht 2015**  
**zLabels GmbH**

Die Personalaufwendungen haben sich entsprechend des Anstiegs der durchschnittlichen Mitarbeiterzahlen und der allgemeinen Lohnentwicklung um TEUR 3.249 auf TEUR 16.181 erhöht.

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen beinhalten im Wesentlichen Fremdleistungen, Mietaufwendungen sowie Marketingaufwendungen. Die Erhöhung um TEUR 5.631 auf TEUR 14.049 resultiert zum einen aus dem Anstieg des Beschaffungsvolumens und den damit verbundenen Aufwendungen für die Qualitätssicherung und zum anderen aus dem Anstieg der Marketingaufwendungen.

Das Betriebsergebnis (EBIT) der Gesellschaft hat sich mit TEUR 1.305 daher im Vergleich zum Vorjahr mit TEUR 546 deutlich erhöht. Die EBIT-Marge liegt mit 4,2% (im Vorjahr 2,5%) ebenfalls deutlich über den Erwartungen des Vorjahres.

Der Steueraufwand i. H. v. TEUR 402 betrifft im Wesentlichen die Verringerung des latenten Steueranspruchs i. H. v. TEUR 363, resultierend aus der Inanspruchnahme der steuerlichen Verlustvorträge.

**Finanzlage**

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

in TEUR	2015	2014
<b>Mittelzufluss aus laufender Geschäftstätigkeit</b>	<b>773</b>	<b>744</b>
<b>Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit</b>	<b>-26</b>	<b>-8</b>
<b>Mittelabfluss aus der Finanzierungstätigkeit</b>	<b>-174</b>	<b>-1.000</b>
Zahlungswirksame Veränderungen des Finanzmittelfonds	573	-264
Finanzmittelfonds am Anfang der Periode	1.240	1.504
<b>Finanzmittelfonds am 31.12.</b>	<b>1.813</b>	<b>1.240</b>

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 573 auf TEUR 1.813 gestiegen. Der Finanzmittelfonds setzt sich aus dem Kassenbestand und aus Guthaben bei Kreditinstituten zusammen.

Von dem gewährten Darlehen der Muttergesellschaft i. H. v. TEUR 8.000 wurden zum Stichtag TEUR 4.442 in Anspruch genommen.

## Vermögenslage

Die Vermögenslage der Gesellschaft wird in folgender verkürzter Bilanz dargestellt.

<b>Aktiva</b>						
<b>in TEUR</b>	<b>31.12.2015</b>		<b>31.12.2014</b>		<b>Veränderung</b>	
Anlagevermögen	103	1,2%	107	1,5%	-4	-3,7%
Kurzfristiges Umlaufvermögen / Rechnungsabgrenzungsposten	4.485	52,9%	2.473	34,9%	2.012	81,3%
Liquide Mittel	1.813	21,4%	1.240	17,5%	573	46,2%
Aktive latente Steuern	579	6,8%	942	13,3%	-363	-38,5%
Nicht durch Eigenkapital gedeckter Fehlbetrag	1.505	17,7%	2.331	32,9%	-826	-35,4%
<b>Gesamtvermögen</b>	<b>8.485</b>	<b>100,0%</b>	<b>7.093</b>	<b>100,0%</b>	<b>1.392</b>	<b>19,6%</b>

<b>Passiva</b>						
<b>in TEUR</b>	<b>31.12.2015</b>		<b>31.12.2014</b>		<b>Veränderung</b>	
Rückstellungen	3.023	35,6%	1.403	19,8%	1.620	>100,0%
Verbindlichkeiten	5.462	64,4%	5.690	80,2%	-228	-4,0%
<b>Gesamtkapital</b>	<b>8.485</b>	<b>100,0%</b>	<b>7.093</b>	<b>100,0%</b>	<b>1.392</b>	<b>19,6%</b>

Im Vergleich zum Vorjahr ist die Bilanzsumme der zLabels signifikant gestiegen, diese Entwicklung geht einher mit dem Anstieg der Geschäftstätigkeit. Das Vermögen der Gesellschaft setzt sich vornehmlich aus Forderungen gegen Gesellschafter, liquiden Mitteln sowie dem Vorratsvermögen zusammen. Der „Nicht durch Eigenkapital gedeckten Fehlbetrag“ hat sich aufgrund des Jahresüberschusses weiter verringert. Die Passivseite besteht überwiegend aus Rückstellungen und Verbindlichkeiten gegenüber den Gesellschaftern.

Die zum 31. Dezember 2015 in der Bilanz ausgewiesenen Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstigen Vermögensgegenstände der zLabels sind kurzfristig.

Durch das positive Ergebnis hat sich der „Nicht durch Eigenkapital gedeckter Fehlbetrag“ weiter reduziert, wodurch sich der Anteil am Gesamtvermögen von 32,9 Prozent auf 17,7 Prozent verringert hat.

Die kurzfristigen Rückstellungen und Verbindlichkeiten haben sich im Vergleich zum Vorjahr um TEUR 1.392 auf TEUR 8.485 erhöht und bestehen zum Abschlussstichtag insbesondere aus Rückstellungen für ausstehende Rechnungen, Personalrückstellungen sowie Verbindlichkeiten gegenüber Gesellschaftern. Der Anstieg ist im Wesentlichen durch die Ausweitung der Geschäftstätigkeit bedingt.

## **Gesamtaussage**

Die wirtschaftliche Lage der zLabels ist insgesamt stark geprägt von dem Wachstum der Muttergesellschaft Zalando SE. So haben sich sämtliche Posten der Ertragslage deutlich erhöht. Die Posten der Finanz- und Vermögenslage haben sich mit Ausnahme der Verbindlichkeiten ebenfalls signifikant geändert.

## **4. Finanzielle und nicht finanzielle Leistungsindikatoren**

Zu den für die Unternehmenssteuerung bedeutsamen finanziellen Leistungsindikatoren gehören die Umsatzerlöse sowie die Marge aus dem Betriebsergebnis (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 unter anderem, dass zLabels nur Fabriken auswählt, die bestimmte ethische Standards, insbesondere bezogen auf Arbeitsbedingungen, erfüllen.

## **C. Chancen und Risikobericht**

Die zLabels ist im Rahmen ihrer wachstumsorientierten Unternehmenspolitik bestrebt, Chancen und Risiken wertorientiert zu steuern, um sich ergebende Entwicklungschancen optimal nutzen zu können. Risiken werden nur eingegangen, sofern ihnen im Gegenzug die Chance auf eine entsprechende Wertsteigerung gegenübersteht.

Die Chancen und Risiken für eine nachhaltige Unternehmensentwicklung der zLabels sind im Wesentlichen direkt von der Muttergesellschaft als Hauptauftraggeber abhängig.

## 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 seit 2015 auch fremden Dritten an, dennoch stellt Zalando den bisher wichtigsten Geschäftspartner dar. Somit ist die Gesellschaft weiterhin stark von der wirtschaftlichen Entwicklung und den strategischen Entscheidungen ihrer Muttergesellschaft sowie von der Entwicklung und den Risiken der gesamten Zalando-Gruppe 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, 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.

## Chancen

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

Indikatoren sprechen dafür, dass sich die konjunkturelle Erholung im Euroraum im aktuellen Kalenderjahr weiter fortsetzen wird. Vor allem die in vielen Ländern rückläufige Arbeitslosenquote und die niedrige Teuerungsrate, angetrieben durch günstige Energiepreise, deuten auf den Konsum als treibende Kraft für den Aufschwung im Euroraum hin.<sup>10</sup>

Für Deutschland wird ebenfalls ein Aufwärtstrend prognostiziert. Wie auf europäischer Ebene wirken sich die erfreuliche Beschäftigungsentwicklung und spürbare Lohnzuwächse durch den geringen Preisauftrieb positiv auf den privaten Konsum aus, der das Wachstum weiter ankurbeln dürfte.<sup>11</sup> 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 417 Mrd. EUR im Jahr 2015. Der Online-Vertrieb von Mode verzeichnete dabei einen Anteil von etwa 46 Mrd. EUR. Das entspricht einem relativen Anteil von ca. 11 % am gesamten Modeeinzelhandel.<sup>12</sup> Der Gesamtmarkt für Mode in Europa (ausgenommen Russland) blieb zwischen 2010 und 2015 nahezu unverändert, während der Online-Vertrieb für Mode mit einer durchschnittlichen jährlichen Zuwachsrate (CAGR)<sup>13</sup> von etwa 16 % zwischen 2010 und 2015 wesentlich schneller wuchs.<sup>14</sup> 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 seiner guten Durchdringung der europäischen Märkte sowie der bereits aufgebauten

---

<sup>10</sup> Ifw Kiel: Kieler Konjunkturberichte Nr. 13 (2015|Q4), Weltkonjunktur im Winter 2015

<sup>11</sup> Ifw Kiel: Kieler Konjunkturberichte Nr. 14 (2015|Q4), Deutsche Konjunktur im Winter 2015

<sup>12</sup> Euromonitor International

<sup>13</sup> 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.

<sup>14</sup> Euromonitor International

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 2015 Umsätze von ungefähr 244 Mrd. EUR mit einer CAGR von 16 % seit 2010. Während sich der Online-Anteil im Einzelhandel in den Vereinigten Staaten von Amerika 2015 auf 9,3 % belief, stieg der Online-Anteil im Einzelhandel in unserem Zielmarkt Europa (ausgenommen Russland) von 3,8 % im Jahr 2010 auf 7,2 % im Jahr 2015.<sup>15</sup>

zLabels kann an der positiven Entwicklung der Muttergesellschaft direkt partizipieren. Steigt die Bekanntheit von Zalando, steigert sich im Umkehrschluss die Bekanntheit und die Nachfrage nach den Zalando Eigenmarken. Eine höhere Nachfrage nach zLabels Produkten resultiert in einem weiterhin wachsenden Geschäft für die Gesellschaft.

## D. Prognosebericht

### Künftige gesamtwirtschaftliche und branchenbezogene 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 2016 ein Wachstum von etwa 1,2 % gegenüber dem Vorjahr erreichen, während dem Online-Handel eine Steigerung um etwa 10,6 % zugetraut wird. In Deutschland zeichnet sich ein ähnliches Bild ab. Die Prognose für den Einzelhandel insgesamt in 2016 liegt bei einem Plus von 1,0%, im gleichen Zeitraum soll der Internethandel hingegen um 11,4 % hinzugewinnen.<sup>16</sup>

Dem **Modehandel insgesamt in Europa und Deutschland** wird für das aktuelle Jahr 2016 wieder ein eher schwaches Jahr vorhergesagt. Auf europäischer Ebene wird eine Stagnation der Umsätze prognostiziert (+ 0,3 %), während die Modeverkäufe in Deutschland sogar leicht rückläufig sein sollen (- 0,2 %).<sup>17</sup> 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 2016 weiter ansteigen wird. Durch diesen steigenden Online-Anteil wird sich auch die Nachfrage nach den Zalando Eigenmarken weiter erhöhen. Dies bedeutet für zLabels ein weiter wachsendes Geschäft.

<sup>15</sup> Euromonitor International

<sup>16</sup> Euromonitor International, Einzelhandel inklusive Lebensmitteleinzelhandel

<sup>17</sup> Euromonitor International

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. Hierdurch wird gewährleistet, dass die Eigenmarken optimal positioniert werden und damit auch die Nachfrage weiterhin steigt. Die steigende Nachfrage resultiert in einem wachsenden Geschäft für zLabels.

## **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 Grund verfolgt das Management auch für das Geschäftsjahr 2016 weiterhin vier wesentliche Ziele: 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. Diese Ziele gelten übergreifend für den Zalando Konzern und schliessen demnach die zLabels mit ein.

Zudem fokussiert sich zLabels auf die Erschließung neuer Verkaufskanäle, mit dem Ziel die Eigenmarken unabhängig von Zalando bestmöglich zu vermarkten und zu positionieren. Vor dem Hintergrund des Wachstums des Mutterunternehmens und der angestrebten Ausweitung des Geschäftsmodells erwartet die Gesellschaft, die Umsatzerlöse in einem Wachstumskorridor in 2016 von 30 – 40 Prozent steigern zu können.

Aus der Geschäftsbeziehung mit Zalando ergibt sich für 2016 ein erwarteter Umsatzzanstieg von 25 - 30 Prozent. Dieser Anstieg resultiert aus dem wachsenden Geschäft der Muttergesellschaft und dem damit verbundenen steigendem Personalbedarf der zLabels. Durch den erhöhten Fokus der Gesellschaft auf die Etablierung des Drittgeschäftes wird mit einem externen Umsatzwachstum zwischen 5 – 10 Prozent gerechnet. Mit dem externen Umsatzstiege geht ein deutlicher Anstieg des Materialaufwands einher. Die zLabels wird bei dem dargestellten Geschäftsmodell voraussichtlich auch im Geschäftsjahr 2016 gewinnbringend arbeiten sowie aus den daraus resultierenden positiven Cashflows in der Lage sein, alle ihre finanziellen Verpflichtungen zu erfüllen. Weiterhin wird erwartet, dass ein leicht steigendes

**Lagebericht 2015  
zLabels GmbH**

Ergebnis vor Steuern erreicht wird. Die EBIT-Marge wird sich voraussichtlich auf dem Niveau des Geschäftsjahres 2015 bewegen.

**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 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, 15. März 2016

Dr. Christian Baier

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 2015 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, 16.März 2016

Ernst & Young GmbH  
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Dr. Röders  
Wirtschaftsprüfer

Kim  
Wirtschaftsprüfer