

QUARTALSMITTEILUNG
Q3 2018

3

ZALANDO AUF EINEN BLICK

Kennzahlen

	01.07. – 30.09.2018	01.07. – 30.09.2017	01.01. – 30.09.2018	01.01. – 30.09.2017
Leistungsindikatoren Konzern				
Site-Visits (in Mio.)	728,7	615,6	2.176,6	1.828,4
Anteil der Site-Visits über mobile Endgeräte (in %)	80,0	71,8	78,4	70,1
Aktive Kunden (in Mio.)	25,1	22,2	25,1	22,2
Anzahl Bestellungen (in Mio.)	27,7	22,5	82,1	64,7
Durchschnittliche Bestellungen pro aktivem Kunde	4,3	3,8	4,3	3,8
Durchschnittliche Warenkorbgröße (in EUR)	57,5	62,0	59,4	63,2
Bereinigtes Marketingkostenverhältnis (in % der Umsatzerlöse)	8,0	8,4	7,1	8,3
Bereinigtes Fulfillmentkostenverhältnis (in % der Umsatzerlöse)	30,1	27,0	28,8	26,3
Ertragslage Konzern				
Umsatzerlöse (in Mio. EUR)	1.200,2	1.074,7	3.726,3	3.155,3
EBIT (in Mio. EUR)	-55,7	-5,9	16,5	85,3
EBIT (in % der Umsatzerlöse)	-4,6	-0,5	0,4	2,7
Bereinigtes EBIT (in Mio. EUR)	-38,9	0,4	55,5	102,5
Bereinigtes EBIT (in % der Umsatzerlöse)	-3,2	0,0	1,5	3,2
EBITDA (in Mio. EUR)	-33,7	9,4	75,9	126,7
EBITDA (in % der Umsatzerlöse)	-2,8	0,9	2,0	4,0
Bereinigtes EBITDA (in Mio. EUR)	-16,9	15,7	115,0	143,9
Bereinigtes EBITDA (in % der Umsatzerlöse)	-1,4	1,5	3,1	4,6
Vermögens- und Finanzlage Konzern				
Nettoumlaufvermögen (Net Working Capital) (in Mio. EUR)	-7,4	-62,4*	-7,4	-62,4*
Eigenkapitalquote (in % der Bilanzsumme)	46,9	51,6*	46,9	51,6*
Operativer Cashflow (in Mio. EUR)	-25,9	92,3	-21,1	154,7
Investiver Cashflow (in Mio. EUR)	-4,8	20,3	-98,0	-38,6
Capex (in Mio. EUR)	-60,6	-45,7	-169,3	-175,6
Frei verfügbarer Cashflow (in Mio. EUR)	-30,3	39,9	-138,8	-54,4
Liquide Mittel (in Mio. EUR)	877,0	1.084,6	877,0	1.084,6
Sonstige Kennzahlen				
Mitarbeiter (zum Bilanzstichtag)	15.455	15.091*	15.455	15.091*
Unverwässertes Ergebnis je Aktie (in EUR)	-0,17	-0,04	-0,02	0,17
Verwässertes Ergebnis je Aktie (in EUR)	-0,17	-0,04	-0,02	0,16

*) Zum 31.12.2017

Weitere Erläuterungen zu den Leistungskennzahlen finden sich im Glossar zum Geschäftsbericht 2017 (Kapitel 4.1).
Für die Quartalsmitteilung gilt: Bei Prozentangaben und Zahlen können Rundungsdifferenzen auftreten.



1.1 KONZERNERTRAGSLAGE

- Zalando steigerte den Umsatz um 11,7 % auf 1.200,2 Mio. EUR, das GMV¹ stieg um 16,6 %, die Anzahl der Bestellungen stieg um 22,8 %
- Der lange, heiße Sommer und ein verspäteter Start in die Herbst-/Wintersaison lasten auf dem Wachstum
- Die Anzahl der aktiven Kunden stieg auf 25,1 Mio., was 6 % der europäischen Bevölkerung entspricht; die Anzahl der durchschnittlichen Bestellungen pro aktivem Kunden liegt bei 4,3
- Verschiedene Faktoren bezüglich der Bruttogewinnmarge und der Fulfillmentkosten beeinflussten das Ergebnis negativ; bereinigtes EBIT liegt bei -38,9 Mio. EUR
- Jahresprognose: Umsatzwachstum rund um das untere Ende des Korridors von 20 % bis 25 %, bereinigtes EBIT bei 150 Mio. EUR bis 190 Mio. EUR

1.1 Konzernertragslage

In einem herausfordernden Marktumfeld konnten wir unseren hohen Wachstumsambitionen nicht gerecht werden. Verschiedene Faktoren bezüglich der Bruttogewinnmarge und der Fulfillmentkosten beeinflussten das Ergebnis des dritten Quartals 2018.

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung im 3. Quartal

IN MIO. EUR	01.07. – 30.09.2018	in % vom Umsatz	01.07. – 30.09.2017	in % vom Umsatz	Ver- änderung
Umsatzerlöse	1.200,2	100,0%	1.074,7	100,0%	0,0pp
Umsatzkosten	-726,5	-60,5%	-636,2	-59,2%	-1,3pp
Bruttoergebnis vom Umsatz	473,7	39,5%	438,5	40,8%	-1,3pp
Vertriebskosten	-459,7	-38,3%	-384,0	-35,7%	-2,6pp
Verwaltungskosten	-70,4	-5,9%	-62,6	-5,8%	0,0pp
Sonstige betriebliche Erträge	1,4	0,1%	3,2	0,3%	-0,2pp
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-0,7	-0,1%	-1,0	-0,1%	0,0pp
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	-55,7	-4,6%	-5,9	-0,5%	-4,1pp

pp = Prozentpunkte

¹ Das Bruttowarenvolumen (gross merchandise volume = GMV) ist definiert als Gesamtausgaben unserer Kunden in der Berichtsperiode auf der Zalando-Plattform, d.h. sowohl für Handelswaren aus dem Zalando-Bestand als auch im Partnerprogramm nach Rabatten und Retouren einschließlich Umsatzsteuer.

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung in den ersten neun Monaten

IN MIO. EUR	01.01. – 30.09.2018	in % vom Umsatz	01.01. – 30.09.2017	in % vom Umsatz	Ver- änderung
Umsatzerlöse	3.726,3	100,0%	3.155,3	100,0%	0,0pp
Umsatzkosten	-2.170,1	-58,2%	-1.796,0	-56,9%	-1,3pp
Bruttoergebnis vom Umsatz	1.556,1	41,8%	1.359,3	43,1%	-1,3pp
Vertriebskosten	-1.351,8	-36,3%	-1.100,9	-34,9%	-1,4pp
Verwaltungskosten	-195,8	-5,3%	-175,8	-5,6%	0,3pp
Sonstige betriebliche Erträge	10,8	0,3%	7,5	0,2%	0,1pp
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-2,9	-0,1%	-4,8	-0,2%	0,1pp
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	16,5	0,4%	85,3	2,7%	-2,3pp

Umsatzentwicklung

Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum konnte Zalando seinen Umsatz im dritten Quartal 2018 um 125,6 Mio. EUR von 1.074,7 Mio. EUR auf 1.200,2 Mio. EUR steigern. Dies entspricht im Jahresvergleich einem Umsatzwachstum von 11,7 %.

Die Umsatzsteigerung ist auf den größeren Kundenstamm sowie einen Anstieg der durchschnittlichen Bestellungen pro aktivem Kunden zurückzuführen. Der Konzern hatte zum 30. September 2018 25,1 Millionen aktive Kunden, was 6 % der europäischen Bevölkerung entspricht im Vergleich zu 22,2 Millionen aktiven Kunden zum 30. September 2017 – eine Steigerung von 13,2 %. Der gewachsene Kundenstamm hat im Vergleich zum entsprechenden Vorjahreszeitraum eine größere Anzahl an Bestellungen getätigt. Die durchschnittliche Anzahl an Bestellungen pro aktivem Kunden nahm um 13,1 % zu.

Dieses Umsatzwachstum wird unseren Ambitionen jedoch nicht gerecht. Das hinter den Erwartungen zurückgebliebene Wachstum ist hauptsächlich auf den langen und außergewöhnlich heißen Sommer sowie einen verspäteten Start in die Herbst-/Wintersaison zurückzuführen. August und September 2018 waren gekennzeichnet von anhaltend hohen Temperaturen in ganz Europa. Dies führte in diesem Zeitraum zu rückläufiger Nachfrage und schrumpfenden Umsätzen im gesamten Modemarkt. Die hohen Temperaturen verzögerten zudem den Start der Herbst-/Wintersaison und den üblicherweise damit verbundenen Verkauf von Ware zum Vollpreis zu Beginn der Saison. Der Umsatz wurde somit durch die geringere durchschnittliche Warenkorbgröße beeinflusst, die von 62,0 EUR im Vorjahreszeitraum um 7,2 % auf 57,5 EUR im dritten Quartal 2018 zurückging. Die Entwicklung der durchschnittlichen Warenkorbgröße geht überwiegend auf die saisonale Zusammenstellung des Warenkorbs zurück, da ein größerer Anteil an Bestellungen Sommerartikel mit im Vergleich zu Herbstartikeln niedrigeren Preisen und höheren Rabatten enthielt. Des Weiteren wirkten sich die höhere Anzahl an Site-Visits über mobile Endgeräte und der erhöhte Anteil niedrigpreisigerer Artikel wie Fast Fashion auf die durchschnittliche Warenkorbgröße aus.

Im dritten Quartal 2018 ist das Bruttowarenvolumen (GMV) um 16,6 % angestiegen und damit deutlich stärker als der Umsatz. In der Kennzahl GMV spiegelt sich die Erweiterung unseres Partnerprogramms vollständig wider, während der Umsatz nur den Provisionsatz beinhaltet.

Aufgrund der positiven Entwicklung der oben genannten Leistungsindikatoren stiegen die Umsatzerlöse in den ersten neun Monaten 2018 gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 18,1 % auf 3.726,3 Mio. EUR (Vorjahr: 3.155,3 Mio. EUR). Das Umsatzwachstum blieb hinter unseren Erwartungen zurück, insbesondere aufgrund des späten Starts in die Frühjahr/Sommer-Saison, des langen und außergewöhnlich heißen Sommers, der geringeren durchschnittlichen Warenkorbgröße und des starken Wachstums des Partnerprogramms.

EBIT-Entwicklung

Im dritten Quartal 2018 hat der Konzern ein EBIT in Höhe von -55,7 Mio. EUR (Vorjahr: -5,9 Mio. EUR) erwirtschaftet. Dies entspricht einer EBIT-Marge von -4,6 % (Vorjahr: -0,5 %). Dieser Rückgang der EBIT-Marge um 4,1 Prozentpunkte ist insbesondere auf den Anstieg des Fulfillmentkostenverhältnisses um 3,1 Prozentpunkte und den leichten Rückgang der Bruttogewinnmarge um 1,3 Prozentpunkte zurückzuführen und konnte durch ein verbessertes Marketingkostenverhältnis, das um 0,5 Prozentpunkte auf 8,1 % zurückging, nicht kompensiert werden.

Die Umsatzkosten erhöhten sich im dritten Quartal 2018 um 90,3 Mio. EUR von 636,2 Mio. EUR auf 726,5 Mio. EUR, was zu einem Rückgang der Bruttogewinnmarge um 1,3 Prozentpunkte von 40,8 % auf 39,5 % führte. Die Umsatzkosten wurden hauptsächlich durch den späten Saisonstart beeinflusst, der mit höheren Rabatten einherging. Des Weiteren verzeichneten wir höhere Wertberichtigungen auf Waren für fehlerhafte, retournierte Waren hervorgerufen durch operative Fehler. Der Sachverhalt wurde inzwischen untersucht und behoben.

Die Vertriebskosten stiegen um 19,7 % von 384,0 Mio. EUR auf 459,7 Mio. EUR. Dies entspricht in Prozent vom Umsatz einem Anstieg um 2,6 Prozentpunkte von 35,7 % auf 38,3 %. Die Vertriebskosten setzen sich zusammen aus Fulfillment- und Marketingkosten.

Das Fulfillmentkostenverhältnis in Prozent vom Umsatz stieg im dritten Quartal 2018 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 3,1 Prozentpunkte. Der Anstieg des Fulfillmentkostenverhältnisses resultiert in erster Linie aus höheren Logistikkosten, da Zalando ein diversifiziertes Logistiknetzwerk aufbaut und weiter in sein Leistungsversprechen an Kunden und Modemarken investiert. Beispiele hierfür sind u. a. der Ausbau neuer Logistikzentren in Süddeutschland, Italien, Schweden und Polen sowie Investitionen in die Kundenfreundlichkeit wie etwa taggleiche Lieferung (Same Day Delivery) zur Verbesserung des Kundenerlebnisses. Außerdem wirkte sich die geringere durchschnittliche Warenkorbgröße auf die Logistikkosten aus. Die Verringerung der durchschnittlichen Warenkorbgröße bedeutete, dass die Anzahl der zugestellten Bestellungen stärker als der Umsatz anstiegen; deshalb stiegen auch die Logistikkosten im Vergleich zum Umsatz stärker an. Die Logistikkosten wurden auch durch die höheren Transportkosten beeinflusst, die durch gestiegene Zustellpreise getrieben wurden. Schließlich bewirkte die in „Ertragslage Segmente“ erläuterte Änderung der internen Steuerung in 2018 eine Verlagerung von Aktivitäten innerhalb der Gesellschaft, was wiederum im Vergleich zum Vorjahr eine Aufwandsverlagerung von den Verwaltungskosten vor allem in die Vertriebskosten als auch in die Umsatzkosten nach sich zog. Dieser Effekt wird durch eine Verlagerung der Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütungen aus den gleichen Gründen teilweise kompensiert.

Das Marketingkostenverhältnis verbesserte sich aufgrund weiterer Effizienzsteigerungen im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 0,5 Prozentpunkte auf 8,1 %. Die anhaltenden Investitionen in die Gewinnung neuer Kunden auf Grundlage des erwarteten Customer Lifetime Value führten zu einem

Anstieg der Marketingkosten. In den Marketingkosten enthalten sind beispielsweise die dritte von Zalando veranstaltete Bread & Butter sowie der Start der 10 Jahres-Kampagne im September.

Die Verwaltungskosten stiegen im dritten Quartal 2018 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 7,7 Mio. EUR von 62,6 Mio. EUR auf 70,4 Mio. EUR und lagen in Prozent vom Umsatz auf Vorjahresniveau. Der Anstieg in absoluten Werten resultierte in erster Linie aus der gestiegenen Mitarbeiterzahl und den damit verbundenen Bürokosten.

Die ersten neun Monate 2018 entwickelten sich wie folgt: Die EBIT-Marge in Prozent vom Umsatz ist um 2,3 Prozentpunkte von 2,7 % in den ersten neun Monaten 2017 auf 0,4 % in den ersten neun Monaten 2018 gesunken. Dieser Rückgang resultierte in erster Linie aus einer niedrigeren Bruttogewinnmarge und einem gestiegenen Vertriebskostenverhältnis. Die Bruttogewinnmarge sank um 1,3 Prozentpunkte auf 41,8 %, insbesondere aufgrund einer leicht höheren durchschnittlichen Rabattquote sowie höherer Wertberichtigungen auf Waren, da die Aufbereitung retournierter Artikel weniger effektiv war als im Vorjahreszeitraum. Insbesondere infolge der kontinuierlichen Investitionen in unsere Logistikinfrastuktur und der geringeren durchschnittlichen Warenkorbgröße erhöhten sich die Vertriebskosten in Prozent vom Umsatz um 1,4 Prozentpunkte von 34,9 % in den ersten neun Monaten 2017 auf 36,3 % in den ersten neun Monaten 2018. Das Marketingkostenverhältnis verbesserte sich in den ersten neun Monaten 2018 um 1,1 Prozentpunkte auf 7,4 %, wobei erzielte operative Verbesserungen durch die im ersten Quartal 2018 angefallenen Restrukturierungskosten teilweise kompensiert wurden. Diese Kosten ergaben sich in Verbindung mit der Neustrukturierung der Marketingabteilung. Wie oben für das dritte Quartal 2018 erläutert, enthält die Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung für die ersten neun Monate 2018 eine Ausgabenverlagerung von den Verwaltungskosten auf die Umsatz- und Vertriebskosten.

Bereinigtes EBIT

Zur Beurteilung der operativen Leistung des Geschäfts betrachtet das Zalando-Management auch das bereinigte EBIT und die bereinigte EBIT-Marge vor Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütungen mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente, Restrukturierungskosten und nicht operativen Einmaleffekten.

Im dritten Quartal 2018 hat Zalando ein bereinigtes EBIT von -38,9 Mio. EUR (Vorjahr: 0,4 Mio. EUR) erwirtschaftet, was einer bereinigten EBIT-Marge von -3,2 % entspricht (Vorjahr: 0,0 %). Das bereinigte EBIT ist in geringerem Umfang gesunken als das unbereinigte EBIT, da die Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütungen mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente um 10,5 Mio. EUR gestiegen sind.

Der Anstieg der Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütungen mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente in den ersten neun Monaten 2018, insbesondere im dritten Quartal, ist in erster Linie auf die Gewährung weiterer Tranchen im Rahmen des Equity Incentive Program („EIP“) sowie die Gewährung des Virtual Stock Option Plan 2018 („VSOP 2018“) und der neuen langfristigen anteilsbasierten Vergütung des Vorstands im Rahmen des Long-Term Incentive 2018 („LTI 2018“) im Jahr 2018 zurückzuführen.

Das EBIT umfasst die folgenden Aufwendungen aus anteilsbasierter Vergütung mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente. Weiterführende Informationen finden sich im Anhang zum Jahresabschluss

2017 (Punkt 3.5.7 (20.)) sowie im verkürzten Anhang zum Zwischenabschluss für das erste Halbjahr 2018 (Punkt 2.5.2 (6.)).

Aufwendungen für Anteilbasierte Vergütung nach Funktionsbereichen

IN MIO. EUR	01.07. – 30.09.2018	01.07. – 30.09.2017	Ver- änderung	01.01. – 30.09.2018	01.01. – 30.09.2017	Ver- änderung
Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütung mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente	16,8	6,3	10,5	28,2	17,2	11,0
Umsatzkosten	1,0	1,7	-0,7	2,6	4,4	-1,8
Vertriebskosten	3,6	3,4	0,2	7,3	8,8	-1,5
davon Marketingkosten	0,9	1,7	-0,8	1,5	4,4	-2,9
davon Fulfillmentkosten	2,7	1,7	1,0	5,7	4,4	1,3
Verwaltungskosten	12,2	1,2	11,0	18,3	3,9	14,3

Die im Abschnitt „Ertragslage Segmente“ erläuterte Änderung der internen Steuerung führte 2018 zu einer Verlagerung der Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütungen innerhalb der verschiedenen Aufwandsposten, was zu einem Anstieg des den Verwaltungskosten zugeordneten Anteils führte.

Das EBIT enthielt in den ersten neun Monaten 2018 ferner die oben genannten Restrukturierungskosten in Höhe von 10,9 Mio. EUR, die insbesondere im Zuge der Neustrukturierung der Marketingabteilung im ersten Quartal 2018 angefallen sind. Diese Kosten wurden bei der Berechnung des bereinigten EBIT ebenfalls herausgerechnet. Im EBIT der ersten neun Monate 2017 waren keine Restrukturierungskosten enthalten.

1.2 Ertragslage Segmente

Zum 1. Januar 2018 hat die ZALANDO SE ihre interne Steuerung geändert. Der Fokus liegt jetzt primär auf einer absatzkanalbezogenen Sichtweise anstatt auf den geografischen Regionen. Des Weiteren hat Zalando die Darstellung der an die verantwortliche Unternehmensinstanz gemäß IFRS 8 berichteten Informationen umgestellt. Erfolgte die Berichterstattung zuvor auf Basis konsolidierter Werte, wird seit 1. Januar 2018 sowohl über die mit externen Geschäftspartnern erzielten Umsatzerlöse und Ergebnisse als auch die konzerninternen Transaktionen zwischen Segmenten von Zalando berichtet. Damit einhergehend erfolgte auch eine Umstellung der Segmentberichterstattung.

Segmententwicklung für das Quartal

Konzern-Segmentergebnisrechnung Q3 2018

IN MIO. EUR	Fashion Store	Offprice	Alle sonstigen Segmente	Summe	Überleitung	Summe Konzern
Umsatzerlöse	1.101,3	112,8	111,4	1.325,4	-125,1	1.200,2
davon zwischen den Segmenten	39,3	0,0	85,9	125,1	-125,1	0,0
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	-54,8	7,0	-6,5	-54,3	-1,3	-55,7
Bereinigtes EBIT	-40,9	8,1	-4,7	-37,5	-1,3	-38,9

Konzern-Segmentergebnisrechnung Q3 2017

IN MIO. EUR	Fashion Store	Offprice	Alle sonstigen Segmente	Summe	Überleitung	Summe Konzern
Umsatzerlöse	994,0	80,4	90,6	1.165,0	-90,3	1.074,7
davon zwischen den Segmenten	18,2	0,0	72,2	90,3	-90,3	0,0
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	-4,5	7,4	-8,8	-5,9	0,0	-5,9
Bereinigtes EBIT	1,2	7,8	-8,6	0,4	0,0	0,4

Fashion Store nach Regionen Q3 2018

IN MIO. EUR	DACH	Übriges Europa	Fashion Store
Umsatzerlöse	542,4	558,9	1.101,3
davon zwischen den Segmenten	20,3	18,9	39,3
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	-15,0	-39,8	-54,8
Bereinigtes EBIT	-7,8	-33,1	-40,9

Fashion Store nach Regionen Q3 2017

IN MIO. EUR	DACH	Übriges Europa	Fashion Store
Umsatzerlöse	498,4	495,5	994,0
davon zwischen den Segmenten	9,1	9,1	18,2
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	14,7	-19,2	-4,5
Bereinigtes EBIT	17,6	-16,3	1,2

Gegenüber der Vorjahresperiode sind die Umsatzerlöse im dritten Quartal 2018 im Segment Fashion Store um 10,8 %, im Offprice-Segment um 40,2 % und in allen sonstigen Segmenten um 22,9 % gestiegen. Das Fashion Store-Segment bleibt in absoluten Werten das umsatzstärkste Segment, das Offprice-Segment verzeichnete prozentual die höchste Umsatzsteigerung. Das Umsatzwachstum im Offprice-Segment ist in erster Linie auf die Zalando Lounge zurückzuführen, die die Anzahl der Bestellungen signifikant erhöhen konnte. Darüber hinaus wurde im August 2018 ein neuer Outlet Store in Hamburg eröffnet. Der überwiegende Anteil der Umsätze in allen sonstigen Segmenten wurde durch das Private-Label-Angebot zLabels erzielt, hauptsächlich durch konzerninterne fremdvergleichskonforme Warenverkäufe an das Fashion Store-Segment.

Das Segment Fashion Store erzielte im dritten Quartal 2018 eine EBIT-Marge von -5,0 %, ein Rückgang um 4,5 Prozentpunkte im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Hauptgründe für diesen Rückgang waren eine niedrigere Bruttogewinnmarge und höhere Fulfillmentkosten, die durch ein geringeres Marketingkostenverhältnis teilweise kompensiert wurden. Das Offprice-Segment verbuchte ein EBIT von 7,0 Mio. EUR, wobei die EBIT-Marge, in erster Linie bedingt durch eine niedrigere Bruttogewinnmarge, von 9,2 % im Vorjahreszeitraum im dritten Quartal 2018 auf 6,2 % zurückging. Der Rückgang der Bruttogewinnmarge wurde durch den Anstieg interner Beschaffungskosten infolge angepasster, neu verhandelter interner Verrechnungspreise beeinflusst. Alle sonstigen Segmente verzeichneten im dritten Quartal 2018 einen Anstieg um 3,8 Prozentpunkte auf eine EBIT-Marge von -5,9 %.

Segmententwicklung für die ersten neun Monate

Konzern-Segmentergebnisrechnung für die ersten neun Monate 2018

IN MIO. EUR	Fashion Store	Offprice	Alle sonstigen Segmente	Summe	Überleitung	Summe Konzern
Umsatzerlöse	3.428,6	347,8	311,9	4.088,3	-362,0	3.726,3
davon zwischen den Segmenten	120,1	0,0	241,9	362,0	-362,0	0,0
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	17,7	22,2	-24,2	15,7	0,8	16,5
Bereinigtes EBIT	51,1	24,1	-20,4	54,8	0,8	55,5

1.2 ERTRAGSLAGE SEGMENTE

Konzern-Segmentergebnisrechnung für die ersten neun Monate 2017

IN MIO. EUR	Fashion Store	Offprice	Alle sonstigen Segmente	Summe	Überleitung	Summe Konzern
Umsatzerlöse	2.919,8	235,1	256,8	3.411,8	-256,4	3.155,3
davon zwischen den Segmenten	49,9	0,0	206,5	256,4	-256,4	0,0
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	76,6	24,7	-16,0	85,3	0,0	85,3
Bereinigtes EBIT	92,2	25,7	-15,5	102,5	0,0	102,5

Fashion Store nach Regionen für die ersten neun Monate 2018

IN MIO. EUR	DACH	Übriges Europa	Fashion Store
Umsatzerlöse	1.720,2	1.708,4	3.428,6
davon zwischen den Segmenten	62,5	57,6	120,1
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	52,2	-34,5	17,7
Bereinigtes EBIT	68,8	-17,7	51,1

Fashion Store nach Regionen für die ersten neun Monate 2017

IN MIO. EUR	DACH	Übriges Europa	Fashion Store
Umsatzerlöse	1.515,7	1.404,1	2.919,8
davon zwischen den Segmenten	25,8	24,1	49,9
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	103,5	-26,9	76,6
Bereinigtes EBIT	111,6	-19,4	92,2

Im Segment Fashion Store erhöhte sich der Umsatz im Vergleich zum Vorjahreszeitraum in den ersten neun Monaten 2018 um 17,4 %. Damit bleibt das Fashion Store-Segment das umsatzstärkste Segment. Das Offprice-Segment erzielte ein Umsatzwachstum von 47,9 %, in allen sonstigen Segmenten lag das Umsatzwachstum insgesamt bei 21,4 %.

Die EBIT-Marge im Segment Fashion Store ging von 2,6 % in den ersten neun Monaten 2017 um 2,1 Prozentpunkte auf 0,5 % in den ersten neun Monaten 2018 zurück. Hauptgründe für diesen Rückgang waren eine niedrigere Bruttogewinnmarge und höhere Fulfillmentkosten, die durch ein geringeres Marketingkostenverhältnis teilweise kompensiert wurden. Das Offprice-Segment verzeichnete eine EBIT-Marge von 6,4 %. Dies entspricht gegenüber den 10,5 % im Vorjahreszeitraum einem Rückgang, der insbesondere auf eine niedrigere Bruttogewinnmarge zurückzuführen ist. Der Rückgang der Bruttogewinnmarge wurde durch den Anstieg interner Beschaffungskosten infolge angepasster, neu ausgehandelter interner Verrechnungspreise beeinflusst. In allen sonstigen Segmenten verringerte sich

die EBIT-Marge in den ersten neun Monaten 2018 gegenüber den ersten neun Monaten 2017 um 1,5 Prozentpunkte auf -7,7 %.

Bereinigtes EBIT

Das EBIT umfasst die folgenden Aufwendungen aus anteilsbasierter Vergütung mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente:

Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütungen nach Segmenten

IN MIO. EUR	01.07. – 30.09.2018	01.07. – 30.09.2017	Ver- änderung	01.01. – 30.09.2018	01.01. – 30.09.2017	Ver- änderung
Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütung mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente	16,8	6,3	10,5	28,2	17,2	11,0
Fashion Store	13,8	5,7	8,1	23,4	15,6	7,9
Offprice	1,1	0,4	0,7	1,8	1,0	0,7
Alle sonstigen Segmente	1,9	0,2	1,7	2,9	0,6	2,4

Das EBIT enthält ferner die oben genannten im ersten Quartal 2018 angefallenen Restrukturierungskosten, von denen 10,0 Mio. EUR auf das Fashion Store-Segment, 0,1 Mio. EUR auf das Offprice-Segment und 0,8 Mio. EUR auf alle sonstigen Segmente entfallen. Im Vorjahreszeitraum waren keine Restrukturierungskosten enthalten.

Das Fashion Store-Segment erzielte im dritten Quartal 2018 eine bereinigte EBIT-Marge von -3,7 %, was einem Rückgang um 3,8 Prozentpunkte im Vergleich zum Vorjahreszeitraum entspricht. Das Offprice-Segment erwirtschaftete eine bereinigte EBIT-Marge von 7,2 %, ein Rückgang um 2,5 Prozentpunkte gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Alle sonstigen Segmente verzeichneten im dritten Quartal 2018 einen Anstieg um 5,2 Prozentpunkte auf eine bereinigte EBIT-Marge von -4,2 %. Die Entwicklung des bereinigten EBIT und der bereinigten EBIT-Marge resultierte beinahe ausschließlich aus den oben genannten für das unbereinigte EBIT relevanten Faktoren. Die bereinigten EBIT-Margen entwickelten sich jedoch in allen Segmenten etwas besser als die unbereinigten EBIT-Margen, da die Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütungen mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente in allen Segmenten stärker zunahm als die Umsatzerlöse.

1.3 Finanzlage

Die Liquiditätssituation und die finanzielle Entwicklung des Zalando-Konzerns werden anhand der nachfolgenden verkürzten Kapitalflussrechnung aufgezeigt.

Verkürzte Kapitalflussrechnung

IN MIO. EUR	01.07. – 30.09.2018	01.07. – 30.09.2017	01.01. – 30.09.2018	01.01. – 30.09.2017
Mittelveränderung aus laufender Geschäftstätigkeit	-25,9	92,3	-21,1	154,7
Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit	-4,8	20,3	-98,0	-38,6
Mittelzufluss aus der Finanzierungstätigkeit	31,1	-0,5	-67,2	-2,3
Zahlungswirksame Veränderungen des Finanzmittelfonds	0,4	112,0	-186,4	113,8
Wechselkursbedingte und sonstige Veränderung des Finanzmittelbestands	1,8	-2,5	-1,3	-1,8
Finanzmittelfonds am Anfang der Periode	874,7	975,1	1.064,7	972,6
Finanzmittelfonds am 30.09.	877,0	1.084,6	877,0	1.084,6

Zalando hat im dritten Quartal 2018 einen negativen Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit von -25,9 Mio. EUR (Vorjahreszeitraum: 92,3 Mio. EUR) erzielt.

Das Ergebnis vor Steuern (EBT) verschlechterte sich im Vergleich zum Vorjahreszeitraum von -9,6 Mio. EUR auf -57,3 Mio. EUR im dritten Quartal 2018. Der Rückgang des Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit um 118,2 Mio. EUR resultierte in erster Linie aus einem niedrigeren EBT, einem geringeren Rückgang des Nettoumlaufvermögens sowie gestiegenen Umsatzsteuerforderungen.

Der Cashflow aus der Investitionstätigkeit wird insbesondere vom Capex beeinflusst, d. h. von den Auszahlungen für Investitionen in das Sachanlagevermögen und immaterielle Vermögenswerte, ohne Zahlungen für Akquisitionen, der sich auf 60,6 Mio. EUR (Vorjahr: 45,7 Mio. EUR) belief. Der Capex umfasste in erster Linie Investitionen in die Logistikinfrastruktur in Höhe von 42,5 Mio. EUR, die insbesondere die Logistikzentren in Nogarole Rocca nahe Verona, Italien, Gluchow nahe Lodz, Polen, sowie Gryfino nahe Stettin, Polen, betreffen, sowie Investitionen in die intern entwickelte Software in Höhe von 12,8 Mio. EUR. Aus dem Verkauf eines Logistikzentrums in Gryfino nahe Stettin, Polen, am Ende des zweiten Quartals 2018 resultierten im dritten Quartal 2018 darüber hinaus Einzahlungen in Höhe von 57,0 Mio. EUR. Nach dem Verkauf wurde das Logistikzentrum von Zalando zurückgemietet.

Infolgedessen verringerte sich der frei verfügbare Cashflow im dritten Quartal 2018 um 70,1 Mio. EUR von 39,9 Mio. EUR im Vorjahreszeitraum auf -30,3 Mio. EUR.

Der Cashflow aus der Investitionstätigkeit enthält zudem Investitionen in Finanzmittel, die in Termingeldern mit einer ursprünglichen Laufzeit von mehr als drei Monaten angelegt waren und daher im investiven Cashflow ausgewiesen werden. Im dritten Quartal 2018 ergaben sich keine Cashflows aus Termingeldern im Vergleich zum Vorjahreszeitraum, in dem Mittelzuflüsse aus fällig gewordenen Termingeldern in Höhe von 70,0 Mio. EUR erfasst wurden.

Der Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit umfasst im dritten Quartal 2018 insbesondere Einzahlungen aus Kapitalerhöhungen in Höhe von 32,2 Mio. EUR in Verbindung mit der Ausübung von Aktienoptionen. Im Vorjahreszeitraum fanden keine Kapitalerhöhungen statt.

Die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente nahmen im dritten Quartal um 2,2 Mio. EUR zu, sodass Zalando zum 30. September 2018 über Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente in Höhe von 877,0 Mio. EUR verfügt.

1.4 Vermögenlage

Die Vermögenlage des Konzerns wird in folgender verkürzter Bilanz dargestellt.

Aktiva

IN MIO. EUR	30.09.2018		31.12.2017		Veränderung	
Langfristige Vermögenswerte	679,7	21,4%	569,6	19,1%	110,1	19,3%
Kurzfristige Vermögenswerte	2.492,3	78,6%	2.410,7	80,9%	81,6	3,4%
Gesamtvermögen	3.172,0	100,0%	2.980,3	100,0%	191,7	6,4%

Passiva

IN MIO. EUR	30.09.2018		31.12.2017		Veränderung	
Eigenkapital	1.486,9	46,9%	1.538,9	51,6%	-52,0	-3,4%
Langfristige Verbindlichkeiten	65,4	2,1%	71,9	2,4%	-6,5	-9,1%
Kurzfristige Verbindlichkeiten	1.619,7	51,1%	1.369,5	46,0%	250,2	18,3%
Gesamtkapital	3.172,0	100,0%	2.980,3	100,0%	191,7	6,4%

Das Gesamtvermögen hat sich im Vergleich zum 31. Dezember 2017 um 191,7 Mio. EUR erhöht. Nettoumlaufvermögen, Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente sowie Eigenkapital sind die wesentlichsten Bilanzpositionen.

Die Zugänge zu den immateriellen Vermögenswerten beliefen sich in den ersten neun Monaten 2018 auf 41,7 Mio. EUR (im Vorjahr: 103,2 Mio. EUR, hauptsächlich aufgrund von Akquisitionen) und die Zugänge zu den Sachanlagen auf 147,2 Mio. EUR (Vorjahr: 131,5 Mio. EUR) und betrafen im Wesentlichen die Logistikzentren in Gryfino bei Stettin, Polen, in Nogarole Rocca bei Verona, Italien, in Lahr, Deutschland, und in Gluchow bei Lodz, Polen.

Das Vorratsvermögen umfasst im Wesentlichen Waren für das Handelsgeschäft von Zalando. Der Anstieg der Vorräte um 246,4 Mio. EUR auf 1.025,3 Mio. EUR resultiert überwiegend aus der Anlieferung der Herbst-/Winterkollektion.

Die zum 30. September 2018 ausgewiesenen Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sind kurzfristig. Der Anstieg von 278,7 Mio. EUR auf 323,8 Mio. EUR resultiert im Wesentlichen aus dem höheren Absatzvolumen gegen Ende September.

Das Eigenkapital verringerte sich in den ersten neun Monaten 2018 von 1.538,9 Mio. EUR auf 1.486,9 Mio. EUR. Der Rückgang in Höhe von 52,0 Mio. EUR resultiert hauptsächlich aus dem Rückerwerb eigener Aktien, dem Kapitalerhöhungen gegenüberstanden. Demzufolge sank die Eigenkapitalquote leicht von 51,6 % zum Jahresanfang auf 46,9 % zum 30. September 2018.

Die kurzfristigen Schulden haben sich im Berichtszeitraum um 250,2 Mio. EUR erhöht. Diese Entwicklung ist insbesondere auf die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen zurückzuführen, die hauptsächlich aufgrund der Anlieferung der Herbst-/Winterkollektion um 236,5 Mio. EUR von 1.120,0 Mio. EUR auf 1.356,5 Mio. EUR gestiegen sind. Zum 30. September 2018 hatten bestimmte Lieferanten ihre Forderungen gegen Zalando in einem Umfang von 350,4 Mio. EUR im Rahmen von Reverse-Factoring-Verträgen an verschiedene Factoring-Anbieter übertragen (31. Dezember 2017: 328,9 Mio. EUR). Der Ausweis dieser Positionen in der Bilanz erfolgt unter den Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und ähnlichen Schulden.

1.5 Prognose

Infolge des langen, heißen Sommers und des verspäteten Starts in die Herbst-/Wintersaison sowie der daraus resultierenden Belastung des Umsatzwachstums und des bereinigten EBIT hat Zalando im dritten Quartal die Prognose angepasst. Für das Geschäftsjahr 2018 geht Zalando von einem Umsatzwachstum rund um das untere Ende des Wachstumskorridors von 20 % bis 25 % (zuvor: in der unteren Hälfte dieses Korridors) und einem bereinigten EBIT von 150 Mio. EUR bis 190 Mio. EUR (EBIT von 95 Mio. EUR bis 135 Mio. EUR) aus (zuvor: bereinigtes EBIT am unteren Ende der Spanne von 220 Mio. EUR bis 270 Mio. EUR (EBIT von 165 Mio. EUR bis 215 Mio. EUR)).

Aufgrund anhaltend hoher Logistik- und Technologieinvestitionen wird das Investitionsvolumen voraussichtlich auf einem erhöhten Niveau bleiben. Zalando geht in 2018 von einem Capex in Höhe von ca. 300 Mio. EUR aus, was etwas weniger ist als ursprünglich erwartet (350 Mio. EUR) da Zalando seine Logistikinfrastruktur weiter optimiert und sich einige Investitionsprojekte über einen längeren Zeitraum erstrecken werden.

Berlin, 1. November 2018

Der Vorstand

Robert Gentz

David Schneider

Rubin Ritter

2.1 Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

IN MIO. EURO	01.07. – 30.09.2018	01.07. – 30.09.2017	01.01. – 30.09.2018	01.01. – 30.09.2017
Umsatzerlöse	1.200,2	1.074,7	3.726,3	3.155,3
Umsatzkosten	-726,5	-636,2	-2.170,1	-1.796,0
Bruttoergebnis vom Umsatz	473,7	438,5	1.556,1	1.359,3
Vertriebskosten	-459,7	-384,0	-1.351,8	-1.100,9
Verwaltungskosten	-70,4	-62,6	-195,8	-175,8
Sonstige betriebliche Erträge	1,4	3,2	10,8	7,5
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-0,7	-1,0	-2,9	-4,8
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	-55,7	-5,9	16,5	85,3
Zinsertrag	1,4	1,1	3,7	2,3
Zinsaufwand	-3,9	-4,7	-10,7	-11,2
Ergebnis aus nach der Equity-Methode bilanzierten Finanzanlagen	0,0	0,0	0,0	0,3
Übriges Finanzergebnis	0,9	-0,1	1,3	-1,0
Finanzergebnis	-1,7	-3,7	-5,7	-9,6
Ergebnis vor Steuern (EBT)	-57,3	-9,6	10,8	75,7
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	15,6	-1,5	-15,7	-34,2
Periodenergebnis	-41,7	-11,1	-5,0	41,5
Davon den Anteilseignern der ZALANDO SE zuzurechnendes Ergebnis	-41,7	-10,5	-4,8	42,5
Davon den nicht beherrschenden Anteilen zuzurechnendes Ergebnis	0,0	-0,6	-0,1	-1,0

2.2 Konzernbilanz

Konzernbilanz – Aktiva

IN MIO. EUR	30.09.2018	31.12.2017
Langfristige Vermögenswerte		
Immaterielle Vermögenswerte	190,8	182,3
Sachanlagen	462,9	350,5
Finanzielle Vermögenswerte	14,6	25,9
Latente Steueransprüche	0,9	1,4
Nicht finanzielle Vermögenswerte	3,8	3,5
Nach der Equity-Methode bilanzierte Finanzanlagen	6,7	5,9
	679,7	569,6
Kurzfristige Vermögenswerte		
Vorräte	1.025,3	778,9
Geleistete Anzahlungen	0,0	2,6
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	323,8	278,7
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	65,2	80,7
Sonstige nicht finanzielle Vermögenswerte	201,0	152,7
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	877,0	1.065,5
Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte	0,0	51,5
	2.492,3	2.410,7
Bilanzsumme	3.172,0	2.980,3

2.2 KONZERNBILANZ

Konzernbilanz – Passiva

IN MIO. EUR	30.09.2018	31.12.2017
Eigenkapital		
Gezeichnetes Kapital	248,0	247,2
Kapitalrücklage	1.148,0	1.182,4
Sonstige Rücklagen	-3,7	8,7
Bilanzgewinn	94,7	100,7
Auf die Anteilseigner der ZALANDO SE entfallendes Eigenkapital	1.487,0	1.539,0
Anteil von nicht beherrschenden Gesellschaftern	-0,1	-0,1
	1.486,9	1.538,9
Langfristige Schulden		
Rückstellungen	16,1	15,8
Finanzverbindlichkeiten	6,3	8,4
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	4,5	4,5
Sonstige nicht finanzielle Verbindlichkeiten	5,6	7,9
Latente Steuerschulden	32,9	35,4
	65,4	71,9
Kurzfristige Schulden		
Rückstellungen	0,3	0,3
Finanzverbindlichkeiten	3,1	2,8
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und ähnliche Schulden	1.356,5	1.120,0
Erhaltene Anzahlungen	25,4	32,0
Verbindlichkeiten aus Ertragsteuern	7,5	6,4
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	81,2	84,0
Sonstige nicht finanzielle Verbindlichkeiten	145,7	123,9
	1.619,7	1.369,5
Bilanzsumme	3.172,0	2.980,3

2.3 Konzern-Kapitalflussrechnung

Konzern-Kapitalflussrechnung

IN MIO. EUR	01.07. – 30.09.2018	01.07. – 30.09.2017	01.01. – 30.09.2018	01.01. – 30.09.2017
1. Periodenergebnis	-41,7	-11,1	-5,0	41,5
2. + Zahlungsunwirksamer Aufwand aus anteilsbasierten Vergütungen	16,8	6,3	28,2	17,2
3. + Abschreibungen auf Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte	21,9	15,2	59,5	41,4
4. + Steuern vom Einkommen und Ertrag	-15,6	1,5	15,7	34,2
5. - Gezahlte Ertragsteuern, abzgl. Erstattungen	-10,9	-15,1	-31,6	-34,5
6. +/- Zunahme/Abnahme der Rückstellungen	0,0	0,1	0,1	-0,1
7. +/- sonstige zahlungsunwirksame Erträge/Aufwendungen	0,1	-1,1	0,7	1,9
8. +/- Abnahme/Zunahme der Vorräte	-212,0	-195,9	-246,4	-269,9
9. +/- Abnahme/Zunahme der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	-13,0	-13,2	-45,1	-43,0
10. +/- Zunahme/Abnahme der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und ähnlichen Schulden	250,1	287,0	224,7	312,3
11. +/- Zunahme/Abnahme der sonstigen Aktiva/Passiva	-21,6	18,6	-21,9	53,7
12. = Mittelzufluss aus laufender Geschäftstätigkeit	-25,9	92,3	-21,1	154,7
13. + Einzahlungen aus Verkäufen von Sachanlagevermögen	57,0	0,0	57,0	0,0
14. - Auszahlungen für Investitionen in das Sachanlagevermögen	-47,3	-28,9	-132,5	-129,1
15. - Auszahlungen für Investitionen in immaterielle Vermögenswerte	-13,2	-16,8	-36,9	-46,5
16. - Auszahlungen für den Erwerb von Anteilen an assoziierten Unternehmen sowie den Erwerb von Unternehmen und Anzahlungen für entsprechende Erwerbe	-0,8	-6,7	-5,3	-33,4
17. +/- Auszahlungen für Investitionen in Termingelder	0,0	70,0	20,0	160,0
18. +/- Änderung von Zahlungsmitteln, die einer Verfügungsbeschränkung unterliegen	-0,4	2,7	-0,4	10,4
19. = Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit	-4,8	20,3	-98,0	-38,6
20. + Einzahlungen aus Kapitalerhöhungen der Gesellschafter abzgl. Transaktionskosten	32,2	0,0	35,0	0,6
21. - Auszahlungen für den Rückerwerb von eigenen Aktien	-0,4	0,0	-100,5	-0,7
22. - Auszahlungen für die Tilgung von Krediten	-0,7	-0,5	-1,8	-2,2
23. = Mittelzufluss/-abfluss aus der Finanzierungstätigkeit	31,1	-0,5	-67,2	-2,3
24. = zahlungswirksame Veränderungen des Finanzmittelbestands	0,4	112,0	-186,4	113,8
25. +/- Wechselkursbedingt und sonstige Veränderung des Finanzmittelfonds	1,8	-2,5	-1,3	-1,8
26. + Verfügbarer Finanzmittelbestand zu Beginn Periode	874,7	975,1	1.064,7 ²	972,6
27. = Verfügbarer Finanzmittelbestand am 30.09.	877,0	1.084,6	877,0	1.084,6
Frei verfügbarer Cashflow	-30,3	39,9	-138,8	-54,4

² Im verfügbaren Finanzmittelbestand zu Beginn der Periode ist der Effekt aus der erstmaligen Anwendung von IFRS 9 in Höhe von -0,8 Mio. EUR enthalten. Nähere Informationen finden sich im verkürzten Anhang zum Zwischenabschluss für das erste Halbjahr 2018 (Abschnitt „Grundsätze der Bilanzierung und Bewertung“).

3.1 Finanzkalender 2019

Finanzkalender

Datum	Termin
Donnerstag, 28. Februar	Veröffentlichung des Geschäftsberichts 2018
Donnerstag, 2. Mai	Veröffentlichung der Ergebnisse für das 1. Quartal 2019
Donnerstag, 1. August	Veröffentlichung der Ergebnisse für das 2. Quartal 2019
Donnerstag, 31. Oktober	Veröffentlichung der Ergebnisse für das 3. Quartal 2019

3.2 Impressum

Kontakt

ZALANDO SE
Tamara-Danz-Straße 1
10243 Berlin
corporate.zalando.de

Investor Relations

Patrick Kofler/Team Lead Investor Relations
investor.relations@zalando.de

Corporate Communications

René Gribitz/VP Communications
Milena Ratzel/Projektleitung
presse@zalando.de

Disclaimer

Diese Quartalsmitteilung enthält in die Zukunft gerichtete Aussagen, die auf Annahmen und Schätzungen der Unternehmensleitung der ZALANDO SE beruhen. Auch wenn die Unternehmensleitung der Ansicht ist, dass diese Annahmen und Schätzungen zutreffend sind, können die künftige tatsächliche Entwicklung und die künftigen tatsächlichen Ergebnisse von diesen Annahmen und Schätzungen aufgrund vielfältiger Faktoren erheblich abweichen. Zu diesen Faktoren können beispielsweise die Veränderung der gesamtwirtschaftlichen Lage, der gesetzlichen und regulatorischen Rahmenbedingungen in Deutschland und der EU sowie Veränderungen in der Branche gehören. Die ZALANDO SE übernimmt keine Gewährleistung und keine Haftung dafür, dass die künftige Entwicklung und die künftig erzielten tatsächlichen Ergebnisse mit den in dieser Quartalsmitteilung geäußerten Annahmen und Schätzungen übereinstimmen werden. Es ist von der ZALANDO SE weder beabsichtigt noch übernimmt die ZALANDO SE eine gesonderte Verpflichtung, zukunftsbezogene Aussagen zu aktualisieren, um sie an Ereignisse oder Entwicklungen nach dem Datum dieser Mitteilung anzupassen.

Die Quartalsmitteilung liegt ebenfalls in englischer Übersetzung vor und steht in beiden Sprachen im Internet unter <https://corporate.zalando.com/de/investor-relations> zum Download bereit. Bei Abweichungen hat die deutsche Fassung der Quartalsmitteilung Vorrang gegenüber der englischen Übersetzung.

