

Quartalsmitteilung Q3 2019



Zalando auf einen Blick

Kennzahlen

	01.07. – 30.09.2019	01.07. – 30.09.2018	01.01. – 30.09.2019	01.01. – 30.09.2018
Leistungsindikatoren Konzern				
Site-Visits (in Mio.)	1.000,3	728,7	2.910,6	2.176,6
Anteil der Site-Visits über mobile Endgeräte (in %)	84,8	80,0	83,6	78,4
Aktive Kunden (in Mio.)	29,5	25,1	29,5	25,1
Anzahl Bestellungen (in Mio.)	34,7	27,7	102,3	82,1
Durchschnittliche Bestellungen pro aktivem Kunde (LTM*)	4,6	4,3	4,6	4,3
Durchschnittliche Warenkorbgröße** (LTM, in EUR)	56,6	57,7	56,6	57,7
Ertragslage Konzern				
Bruttowarenvolumen*** (GMV) (in Mio. EUR)	1.894,9	1.520,9	5.673,1	4.594,1
Umsatzerlöse (in Mio. EUR)	1.521,1	1.200,2	4.496,6	3.726,3
EBIT (in Mio. EUR)	-6,9	-55,7	66,7	16,5
EBIT (in % der Umsatzerlöse)	-0,5	-4,6	1,5	0,4
Bereinigtes EBIT (in Mio. EUR)	6,3	-38,9	114,5	55,5
Bereinigtes EBIT (in % der Umsatzerlöse)	0,4	-3,2	2,5	1,5
EBITDA (in Mio. EUR)	39,5	-33,7	207,2	75,9
EBITDA (in % der Umsatzerlöse)	2,6	-2,8	4,6	2,0
Bereinigtes EBITDA (in Mio. EUR)	52,7	-16,9	255,0	115,0
Bereinigtes EBITDA (in % der Umsatzerlöse)	3,5	-1,4	5,7	3,1
Vermögens- und Finanzlage Konzern				
Nettoumlaufvermögen (Net Working Capital) (in Mio. EUR)	-69,7	-84,3****	-69,7	-84,3****
Eigenkapitalquote (in % der Bilanzsumme)	37,7	47,9****	37,7	47,9****
Operativer Cashflow (in Mio. EUR)	-0,7	-25,9	84,0	-21,1
Investiver Cashflow (in Mio. EUR)	-88,0	-4,8	-169,2	-98,0
Frei verfügbarer Cashflow (in Mio. EUR)	-88,7	-30,3	-80,6	-138,8
Capex (in Mio. EUR)	-88,0	-60,6	-185,5	-169,3
Liquide Mittel (in Mio. EUR)	867,0	877,0	867,0	877,0
Sonstige Kennzahlen				
Mitarbeiter (zum Bilanzstichtag)	13.693	15.619****	13.693	15.619****
Unverwässertes Ergebnis je Aktie (in EUR)	-0,05	-0,17	0,06	-0,02
Verwässertes Ergebnis je Aktie (in EUR)	-0,05	-0,17	0,06	-0,02

pp = Prozentpunkte

Weitere Erläuterungen zu den Leistungskennzahlen finden sich im Glossar zum Geschäftsbericht 2018 (Kapitel 4.1).

Für die Quartalsmitteilung gilt: Bei Prozentangaben und Zahlen können Rundungsdifferenzen auftreten.

*) LTM = last twelve months, berechnet auf Grundlage der letzten 12 Monate vor dem Stichtag

**) Die Berechnung und Definition der durchschnittlichen Warenkorbgröße wurden 2019 geändert. Sie ergibt sich nun aus dem GMV geteilt durch die Anzahl an Bestellungen. Im Vorjahreszeitraum wurde sie durch Division des von Kunden getätigten Transaktionsvolumens durch die Anzahl an Bestellungen berechnet. In obiger Tabelle wurden die neue Definition und das neue Berechnungsverfahren sowohl für den aktuellen Zeitraum als auch für den Vorjahreszeitraum angewendet. Gemäß der Definition des Vorjahres beträgt die durchschnittliche Warenkorbgröße im dritten Quartal 2019 55,2 EUR (Q3 2018: 57,5 EUR) und 57,3 EUR per YTD Q3 2019 (YTD Q3 2018: 59,4 EUR).

***) Das GMV (gross merchandise volume, zu deutsch: Bruttowarenvolumen) ist definiert als Wert aller Waren einschließlich Umsatzsteuer, die nach Stornierungen und Retouren verkauft wurden – dynamisch berichtet. Es enthält keine B2B-Umsätze (z. B. Partnerprogramm-Provisionen, Zalando Marketing Services oder Zalando Fulfillment Solutions) und keine anderen B2C-Umsätze (z. B. Servicegebühren). Diese sind nur im Umsatz erhalten. GMV wird bezogen auf den Zeitpunkt der Kundenbestellung erfasst.

****) Zum 31.12.2018

Inhalt

- Zalando konnte seinen Umsatz um 26,7 % auf 1.521,1 Mio. EUR steigern, das GMV wuchs um 24,6 %, die Anzahl der Bestellungen erhöhte sich um 25,4 %.
- Es gab mehr als eine Milliarde Site-Visits, die Anzahl der aktiven Kunden stieg auf 29,5 Millionen und es wurden im Durchschnitt 4,6 Bestellungen pro aktivem Kunden getätigt.
- Die EBIT-Marge verbesserte sich um 4,2 Prozentpunkte, hauptsächlich getragen von einem niedrigeren Umsatzkostenverhältnis (1,6 Prozentpunkte) und einer Abnahme des Fulfillmentkostenverhältnisses (1,5 Prozentpunkte).
- Jahresprognose bestätigt: GMV Wachstum von 20 % bis 25 % und Umsatzwachstum rund um das untere Ende dieser Spanne erwartet; bereinigtes EBIT in der oberen Hälfte der Spanne zwischen 175 Mio. EUR und 225 Mio. EUR erwartet; Investitionen von 300 Mio. EUR erwartet.

1.1 Konzernertragslage

Im dritten Quartal 2019 haben wir ein starkes Wachstum erreicht und die Rentabilität gegenüber einem herausfordernden dritten Quartal 2018 erheblich steigern können.

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung im 3. Quartal

IN MIO. EUR	01.07. – 30.09.2019	In % vom Umsatz	01.07. – 30.09.2018	In % vom Umsatz	Ver- änderung
Umsatzerlöse	1.521,1		1.200,2		26,7%
Umsatzkosten	-896,4	-58,9%	-726,5	-60,5%	1,6pp
Bruttoergebnis vom Umsatz	624,7	41,1%	473,7	39,5%	1,6pp
Vertriebskosten	-560,2	-36,8%	-459,7	-38,3%	1,5pp
Verwaltungskosten	-72,9	-4,8%	-70,4	-5,9%	1,1pp
Sonstige betriebliche Erträge	1,8	0,1%	1,4	0,1%	0,0pp
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-0,2	0,0%	-0,7	-0,1%	0,0pp
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	-6,9	-0,5%	-55,7	-4,6%	4,2pp

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung in den ersten neun Monaten

IN MIO. EUR	01.01. – 30.09.2019	In % vom Umsatz	01.01. – 30.09.2018	In % vom Umsatz	Ver- änderung
Umsatzerlöse	4.496,6		3.726,3		20,7%
Umsatzkosten	-2.592,1	-57,6%	-2.170,1	-58,2%	0,6pp
Bruttoergebnis vom Umsatz	1.904,5	42,4%	1.556,1	41,8%	0,6pp
Vertriebskosten	-1.620,2	-36,0%	-1.351,8	-36,3%	0,2pp
Verwaltungskosten	-221,0	-4,9%	-195,8	-5,3%	0,3pp
Sonstige betriebliche Erträge	10,8	0,2%	10,8	0,3%	0,0pp
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-7,3	-0,2%	-2,9	-0,1%	-0,1pp
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	66,7	1,5%	16,5	0,4%	1,0pp

GMV- und Umsatzentwicklung

Im dritten Quartal 2019 stieg das GMV im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 374,0 Mio. EUR auf 1.894,9 Mio. EUR. Dies entspricht im Jahresvergleich einem GMV-Wachstum von 24,6 %. Das Wachstum ist auf den größeren Kundenstamm sowie einen Anstieg der Bestellungen zurückzuführen. Im dritten Quartal 2019 wurde unsere Website mehr als 1 Milliarde Mal besucht. Der Konzern verzeichnete 34,7 Millionen Bestellungen im dritten Quartal 2019 gegenüber 27,7 Millionen Bestellungen im dritten Quartal 2018, was einer Steigerung von 25,4 % entspricht. Der Konzern hatte zum 30. September 2019 29,5 Millionen aktive Kunden im Vergleich zu 25,1 Millionen aktiven Kunden zum 30. September 2018. Dies entspricht einer Steigerung um 17,5 %. Die Umsatzerlöse erreichten 1.521,1 Mio. EUR und stiegen somit um 320,8 Mio. EUR im Vergleich zum Vorjahr. Dies entspricht im Jahresvergleich einem Umsatzwachstum von 26,7 %, beeinflusst durch die zuvor genannten Faktoren. Das Umsatzwachstum war im dritten Quartal 2019 aufgrund einer Verschiebung der Umsatzrealisierung größer als das GMV-Wachstum, da mehr Bestellungen ausgeführt als aufgegeben wurden, sowie aufgrund einer überproportionalen Skalierung bestimmter B2B-Services (Zalando Marketing Services und Zalando Fulfillment Solution), die nicht in der Definition des GMV enthalten sind.

In den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2019 stieg das GMV um 23,5 % auf 5.673,1 Mio. EUR (Vorjahr: 4.594,1 Mio. EUR), während der Umsatz sich um 20,7 % auf 4.496,6 Mio. EUR erhöhte (Vorjahr: 3.726,3 Mio. EUR). Der Haupttreiber hinter diesem starken Wachstum ist eine höhere Anzahl an Gesamtbestellungen. Ein gewachsener Kundenstamm hat eine häufigere Anzahl an Bestellungen getätigt als im Vorjahreszeitraum. Unter anderem unterstützt durch die zunehmende Nutzung mobiler Geräte stieg die durchschnittliche Anzahl der Bestellungen pro aktivem Kunden um 7,6 %. Das GMV-Wachstum war stärker als das Umsatzwachstum. Dies ist auf das Wachstum des Partnerprogramms zurückzuführen, das sich vollständig in der Kennzahl GMV widerspiegelt, während der Umsatz nur den Provisionsatz und Servicegebühren von Partnern beinhaltet.

EBIT-Entwicklung

Im dritten Quartal 2019 hat der Konzern ein EBIT von -6,9 Mio. EUR (Vorjahr: -55,7 Mio. EUR) erwirtschaftet, was einer EBIT-Marge von -0,5 % (Vorjahr: -4,6 %) entspricht. Die Steigerung der EBIT-Marge um 4,2 Prozentpunkte wurde in erster Linie getrieben durch das Umsatzkostenverhältnis, welches sich um 1,6 Prozentpunkte verbesserte, durch das Fulfillmentkostenverhältnis, welches sich um 1,5 Prozentpunkte verbesserte und durch das Verwaltungskostenverhältnis, welches sich um 1,1 Prozentpunkte verbesserte.

Im dritten Quartal 2019 stiegen die Umsatzkosten um 169,9 Mio. EUR von 726,5 Mio. EUR auf 896,4 Mio. EUR, wobei sich die Bruttogewinnmarge von 39,5 % um 1,6 Prozentpunkte auf 41,1 % erhöhte. Die Umsatzkosten verbesserten sich aufgrund verbesserter Einkaufsbedingungen, eines früheren Starts in die Herbst/Winter-Saison und geringerer Wertberichtigungen auf Waren aufgrund mangelhafter Retouren.

Die Vertriebskosten stiegen um 21,9 % von 459,7 Mio. EUR auf 560,2 Mio. EUR. Dies entspricht einer Abnahme von 1,5 Prozentpunkten von 38,3 % auf 36,8 % als Prozentsatz vom Umsatz. Die Vertriebskosten setzen sich zusammen aus Fulfillment- und Marketingkosten.

Das Fulfillmentkostenverhältnis in Prozent vom Umsatz ging im dritten Quartal 2019 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 1,5 Prozentpunkte zurück. Die Abnahme des Fulfillmentkostenverhältnisses im dritten Quartal 2019 ist in erster Linie auf eine höhere Effizienz der Fulfillmentcenter aufgrund einer

höheren Kapazitätsauslastung bei den meisten unserer Fulfillmentcenter, angetrieben durch das starke Wachstum im Abverkauf, zurückzuführen.

Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum stiegen die Marketingkosten im dritten Quartal 2019 von 96,7 Mio. EUR um 26,3 Mio. EUR auf 123,0 Mio. EUR, womit sie in Prozent vom Umsatz mit 8,1 % unverändert blieben. Die absoluten Marketingausgaben stiegen, da wir weiterhin Einsparungen bei den Fulfillmentkosten in die Akquise von Neukunden investiert haben.

Das Verwaltungskostenverhältnis verbesserte sich aufgrund geringerer Personalkosten im Verhältnis zum Umsatz um 1,1 Prozentpunkte auf 4,8 % gegenüber dem Vorjahreszeitraum.

Die ersten neun Monate 2019 entwickelten sich wie folgt: Die EBIT-Marge in Prozent vom Umsatz ist um 1,0 Prozentpunkte von 0,4 % in den ersten neun Monaten 2018 auf 1,5 % im Vergleichszeitraum 2019 gestiegen. Dieser Anstieg resultierte aus einer leichten Steigerung der Bruttogewinnmarge, einem etwas niedrigeren Vertriebskostenverhältnis und einem etwas geringeren Verwaltungskostenverhältnis. Die Bruttogewinnmarge stieg aufgrund besserer Einkaufsbedingungen und geringerer Wertberichtigungen auf Waren aufgrund mangelhafter Retouren um 0,6 Prozentpunkte auf 42,4 %. Als Prozentsatz vom Umsatz fielen die Vertriebskosten um 0,2 Prozentpunkte von 36,3 % in den ersten neun Monaten 2018 auf 36,0 % im Vergleichszeitraum 2019. Diese Entwicklung wird hauptsächlich angetrieben durch eine Senkung des Fulfillmentkostenverhältnisses, was durch ein höheres Marketingkostenverhältnis teilweise kompensiert wurde. Das Marketingkostenverhältnis stieg um 0,4 Prozentpunkte auf 7,8 % in den ersten neun Monaten 2019, was in erster Linie das Ergebnis bewusster, langfristig ausgelegter Investitionen in personalisiertes Marketing ist, um Kunden anzuziehen und die Kundenentwicklung voranzutreiben. Die Fulfillmentkosten in Prozent vom Umsatz sanken um 0,7 Prozentpunkte von 28,9 % in den ersten neun Monaten 2018 auf 28,2 % in den ersten neuen Monaten 2019 aufgrund einer höheren Effizienz der Logistikzentren. Gleichzeitig setzt Zalando die Ausweitung seines europaweiten Logistiknetzwerks fort und investiert weiterhin in das Leistungsversprechen an Kunden und Marken.

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 Einmal-effekten.

Im dritten Quartal 2019 hat Zalando ein bereinigtes EBIT von 6,3 Mio. EUR (Vorjahr: -38,9 Mio. EUR) erwirtschaftet, was einer bereinigten EBIT-Marge von 0,4 % (Vorjahr: -3,2 %) entspricht. Die Entwicklung des bereinigten EBIT und der bereinigten EBIT-Marge resultiert aus den zuvor genannten Treibern des unbereinigten EBIT. In den ersten neun Monaten 2019 erhöhten sich die Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütungen gegenüber dem Vergleichszeitraum 2018, was hauptsächlich aus der Zuteilung von Optionen unter den neuen Programmen des Vorstands LTI 2018 and LTI 2019 resultiert.

Das EBIT umfasst die folgenden Aufwendungen aus anteilsbasierter Vergütung mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente. Weiterführende Informationen finden sich im Anhang zum Jahresabschluss 2018 (Punkt 3.5.7 (20.)).

Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütung nach Funktionsbereichen

IN MIO. EUR	01.07. – 30.09.2019	01.07. – 30.09.2018	Ver- änderung	01.01. – 30.09.2019	01.01. – 30.09.2018	Ver- änderung
Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütung mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente	13,2	16,8	-3,6	34,7	28,2	6,5
Umsatzkosten	0,9	1,0	-0,2	2,4	2,6	-0,3
Vertriebskosten	2,3	3,6	-1,3	6,1	7,3	-1,2
davon Marketingkosten	0,6	0,9	-0,3	1,5	1,5	0,0
davon Fulfillmentkosten	1,7	2,7	-0,9	4,6	5,7	-1,1
Verwaltungskosten	10,0	12,2	-2,2	26,2	18,3	7,9

In den ersten neun Monaten 2019 enthält das EBIT Restrukturierungskosten in Höhe von 13,1 Mio. EUR, die in Verbindung mit der Neustrukturierung des Private-Label-Geschäfts im ersten Quartal 2019 angefallen sind (davon 10,3 Mio. EUR in den Umsatzkosten, 2,4 Mio. EUR in den Verwaltungskosten und 0,4 Mio. EUR in den Marketingkosten). Diese Kosten wurden bei der Berechnung des bereinigten EBIT ebenfalls herausgerechnet. In den ersten neun Monaten 2018 enthielt das EBIT Restrukturierungskosten in Höhe von 10,9 Mio. EUR, die insbesondere im Zuge der Neustrukturierung der Marketingabteilung im ersten Quartal 2018 angefallen sind.

1.2 Ertragslage Segmente

Die verkürzte Segmentergebnisrechnung für das dritte Quartal 2019 zeigt eine deutliche Umsatzsteigerung in den Segmenten Fashion Store und Offprice und einen deutlichen Umsatzrückgang in allen sonstigen Segmenten. Während das EBIT im Segment Fashion Store im Vergleich zum Vorjahreszeitraum stieg, ging es im Offprice-Segment und in allen sonstigen Segmenten zurück.

Segmententwicklung für das Quartal

Konzern-Segmentergebnisrechnung Q3 2019

IN MIO. EUR	Fashion Store	Offprice	Alle sonstigen Segmente	Summe	Überleitung	Summe Konzern
Umsatzerlöse	1.397,8	160,4	42,2	1.600,5	-79,4	1.521,1
davon zwischen den Segmenten	68,6	0,0	10,8	79,4	-79,4	0,0
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	-1,7	1,9	-7,1	-7,0	0,1	-6,9
Bereinigtes EBIT	9,5	3,2	-6,4	6,2	0,1	6,3

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

Die Finanzinformationen für das Segment Fashion Store, einschließlich der Transaktionen zwischen den Segmenten, gliedern sich wie folgt in die Regionen DACH und Übriges Europa:

Fashion Store nach Regionen Q3 2019

IN MIO. EUR	DACH	Übriges Europa	Fashion Store
Umsatzerlöse	666,7	731,1	1.397,8
davon zwischen den Segmenten	33,9	34,7	68,6
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	34,5	-36,2	-1,7
Bereinigtes EBIT	40,1	-30,7	9,5

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

Gegenüber der Vorjahresperiode sind die Umsatzerlöse im dritten Quartal 2019 im Segment Fashion Store um 26,9 % und im Segment Offprice um 42,2 % gestiegen; in allen sonstigen Segmenten sind sie um 62,1 % gesunken. Das Segment Fashion Store bleibt in absoluten Werten das umsatzstärkste Segment, während das Segment Offprice prozentual die höchste Umsatzsteigerung verzeichnete. Das Umsatzwachstum im Segment Fashion Store wird getrieben durch den Anstieg an Bestellungen über alle Regionen hinweg. Das Umsatzwachstum im Segment Offprice ist in erster Linie der guten Performance und dem guten Wachstum der Zalando Lounge zuzuschreiben, insbesondere in Deutschland und den jüngeren Märkten Polen und Spanien. Der Umsatzrückgang in allen sonstigen Segmenten ist auf die Neustrukturierung des Private-Label-Geschäfts im ersten Quartal 2019 zurückzuführen. Das Private-Label-Geschäft wurde neu strukturiert und ab dem zweiten Quartal 2019 unter einem neuen Setup in das Segment Fashion Store integriert. Der Großteil des Umsatzes in allen anderen Segmenten wurde durch ZMS (Zalando Marketing Services) und Zalor erzielt. Die Umsatzerlöse von ZMS stiegen im Vergleich zum Vorjahreszeitraum im dritten Quartal 2019 erheblich an.

Das Segment Fashion Store erwirtschaftete eine EBIT-Marge von -0,1 % im dritten Quartal 2019, was einem Anstieg von 4,9 Prozentpunkten im Vergleich zum Vorjahreszeitraum entspricht. Diese Steigerung resultiert hauptsächlich aus einer verbesserten Bruttogewinnmarge infolge besserer Einkaufsbedingungen, einem früheren Start in die Herbst- und Wintersaison, geringerer Wertberichtigungen auf Waren für mangelhafte Retouren und einem niedrigeren Fulfillmentkostenverhältnis. Sie wurde teilweise kompensiert durch ein höheres Marketingkostenverhältnis aufgrund bewusster, langfristig ausgelegter Investitionen in personalisiertes Marketing, um Kunden anzuziehen und die Kundenentwicklung voranzutreiben. Das Segment Offprice generierte ein EBIT von 1,9 Mio. EUR, wobei die EBIT-Marge, in erster Linie bedingt durch höhere Fulfillmentkosten aufgrund des Einstiegs in neue Märkte und des Ausbaus eines neuen Logistikzentrums, von 6,2 % im Vorjahreszeitraum auf 1,2 % im dritten Quartal 2019 zurückging. Alle sonstigen Segmente verzeichneten einen Rückgang um 11,0 Prozentpunkte, was im dritten Quartal 2019 aufgrund der Verlagerung des neu ausgerichteten Private-Label-Geschäfts in das Segment Fashion Store zu einer EBIT-Marge von -16,9 % führte. Dem stand die laufende Verbesserung der Marge unserer Emerging Businesses gegenüber.

Segmententwicklung für die ersten neun Monate

Konzern-Segmentergebnisrechnung für die ersten neun Monate 2019

IN MIO. EUR	Fashion Store	Offprice	Alle sonstigen Segmente	Summe	Überleitung	Summe Konzern
Umsatzerlöse	4.144,4	452,9	190,1	4.787,4	-290,8	4.496,6
davon zwischen den Segmenten	192,8	0,0	98,0	290,8	-290,8	0,0
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	92,7	10,5	-37,1	66,1	0,6	66,7
Bereinigtes EBIT	121,4	14,0	-21,6	113,8	0,6	114,5

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

Die Finanzinformationen für das Segment Fashion Store, einschließlich der Transaktionen zwischen den Segmenten, gliedern sich wie folgt in die Regionen DACH und Übriges Europa:

Fashion Store nach Regionen für die ersten neun Monate 2019

IN MIO. EUR	DACH	Übriges Europa	Fashion Store
Umsatzerlöse	2.020,4	2.124,0	4.144,4
davon zwischen den Segmenten	96,7	96,1	192,8
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	119,5	-26,9	92,7
Bereinigtes EBIT	134,0	-12,5	121,4

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

Im Segment Fashion Store erhöhte sich der Umsatz in den ersten neun Monaten 2019 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 20,9 %. Damit bleibt das Segment Fashion Store in absoluten Werten das umsatzstärkste Segment. Das Segment Offprice erzielte ein Umsatzwachstum von 30,2 %, in allen sonstigen Segmenten reduzierte sich das Umsatzwachstum aus den zuvor genannten Gründen um 39,1 %.

Die EBIT-Marge im Segment Fashion Store stieg um 1,7 Prozentpunkte von 0,5 % in den ersten neun Monaten 2018 auf 2,2 % im Vergleichszeitraum 2019. Hauptgründe für diese Verbesserung waren eine höhere Bruttogewinnmarge und ein geringeres Fulfillmentkostenverhältnis, das durch ein höheres Marketingkostenverhältnis teilweise kompensiert wurde. Die Haupttreiber hinter dieser Entwicklung waren eine höhere Lagereffizienz, gute Einkaufsbedingungen und geringerer Wertberichtigungen auf Waren für mangelhafte Retouren. Das Segment Offprice verzeichnete eine EBIT-Marge von 2,3 %. Der Rückgang von 6,4 % im Vorjahreszeitraum ist in erster Linie auf höhere Fulfillmentkosten aufgrund der Erschließung neuer Märkte und des Ausbaus neuer Logistikzentren zurückzuführen. Hauptsächlich bedingt durch die Verlagerung des neu ausgerichteten Private-Label-Geschäfts in das Segment Fashion Store und teilweise kompensiert durch die Einsparungen in den Emerging Businesses fiel die EBIT-Marge in allen sonstigen Segmenten in den ersten neun Monaten 2019 im Vergleich zu den ersten neun Monaten 2018 um 11,8 Prozentpunkte auf -19,5 %. Die im ersten Quartal 2019 angefallenen Restrukturierungskosten in Höhe von 13,1 Mio. EUR in Verbindung mit der Neustrukturierung des Private-Label-Geschäfts wurden in allen sonstigen Segmenten erfasst.

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. – 30.09.2019	01.07. – 30.09.2018	Ver- änderung	01.01. – 30.09.2019	01.01. – 30.09.2018	Ver- änderung
Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütung mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente	13,2	16,8	-3,6	34,7	28,2	6,5
Fashion Store	11,2	13,8	-2,6	28,8	23,4	5,3
Offprice	1,3	1,1	0,2	3,4	1,8	1,6
Alle sonstigen Segmente	0,7	1,9	-1,2	2,5	2,9	-0,5

Ferner enthält das EBIT die oben genannten, im Zusammenhang mit der Neustrukturierung des Private-Label-Geschäfts im ersten Quartal 2019 in allen sonstigen Segmenten angefallenen Restrukturierungskosten in Höhe von 13,1 Mio. EUR. Im Vorjahreszeitraum umfasste das EBIT zudem Restrukturierungskosten in Höhe von 10,0 Mio. EUR im Segment Fashion Store, 0,1 Mio. EUR im Segment Offprice und 0,8 Mio. EUR in allen sonstigen Segmenten.

Das Segment Fashion Store erzielte im dritten Quartal 2019 eine bereinigte EBIT-Marge von 0,7 %, was einer Steigerung um 4,4 Prozentpunkte im Vergleich zum Vorjahreszeitraum entspricht. Das Segment Offprice erwirtschaftete eine bereinigte EBIT-Marge von 2,0 %, ein Rückgang um 5,1 Prozentpunkte gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Alle sonstigen Segmente verzeichneten im dritten Quartal 2019 einen Rückgang um 11,1 Prozentpunkte auf eine bereinigte EBIT-Marge von -15,3 %. Die Entwicklung des bereinigten EBIT und der bereinigten EBIT-Marge resultierte beinahe ausschließlich aus den zuvor genannten, für das unbereinigte EBIT relevanten Faktoren.

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. – 30.09.2019	01.07. – 30.09.2018	01.01. – 30.09.2019	01.01. – 30.09.2018
Mittelzufluss/-abfluss aus laufender Geschäftstätigkeit	-0,7	-25,9	84,0	-21,1
Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit	-88,0	-4,8	-169,2	-98,0
Mittelzufluss/-abfluss aus der Finanzierungstätigkeit	4,1	31,1	-42,0	-67,2
Zahlungswirksame Veränderungen des Finanzmittelbestands	-84,6	0,4	-127,2	-186,4
Wechselkursbedingte und sonstige Veränderung des Finanzmittelbestands	-2,8	1,8	-0,8	-1,3
Finanzmittelbestand am Anfang der Periode	954,4	874,7	995,0	1.064,7
Finanzmittelbestand am 30.09.	867,0	877,0	867,0	877,0

Zalando hat im dritten Quartal 2019 einen negativen Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit von -0,7 Mio. EUR (Vorjahr: -25,9 Mio. EUR) erwirtschaftet. Die Steigerung von 25,2 Mio. EUR beim Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit wurde in erster Linie durch ein höheres Ergebnis vor Abschreibungen angetrieben, was teilweise durch einen höheren Mittelabfluss im Hinblick auf das Nettoumlaufvermögen kompensiert wurde, überwiegend verbunden mit dem Vorziehen der Anlieferungen der Herbst- / Winterkollektion, um uns auf den Abverkauf im vierten Quartal 2019 zu konzentrieren. Der Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit enthält die Auswirkung der Umgliederung von Leasingzahlungen. Gemäß dem neuen Rechnungslegungsstandard zu Leasingverhältnissen (IFRS 16) werden Auszahlungen im Rahmen von Leasingverträgen im Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit erfasst, wenn es sich um Tilgungszahlungen in Verbindung mit Leasingverbindlichkeiten handelt (Q3 2019: 15,3 Mio. EUR), und im Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit, wenn es sich um Zinszahlungen in Verbindung mit

Leasingverbindlichkeiten handelt (Q3 2019: 3,3 Mio. EUR). In früheren Perioden wurden Leasingzahlungen vollständig in den Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit einbezogen. Der Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit wird insbesondere vom Capex beeinflusst, d. h. von den Investitionen in das Sachanlagevermögen und immaterielle Vermögenswerte, ohne Zahlungen für Akquisitionen, und belief sich auf 88,0 Mio. EUR (Vorjahreszeitraum: 60,6 Mio. EUR). Der Capex beinhaltete überwiegend höhere Investitionen von 55,3 Mio. EUR in die Logistikinfrastruktur, vorwiegend im Zusammenhang mit den Logistikzentren in Verona (Nogarole Rooca), Italien, und in Rotterdam (Bleiswijk), Niederlande, sowie Investitionen in Höhe von 12,8 Mio. EUR in intern entwickelte Software. Ferner gingen im Vorjahreszeitraum Zahlungen in Höhe von 57,0 Mio. EUR aufgrund des einmaligen Verkaufs unseres Logistikzentrums in Stettin (Gryfino), Polen, ein, das nach dem Verkauf an Zalando zurück vermietet wurde.

In der Folge ging der frei verfügbare Cashflow um 58,5 Mio. EUR von -30,3 Mio. EUR im Vorjahreszeitraum auf -88,7 Mio. EUR im dritten Quartal 2019 zurück.

Die Mittelveränderung aus Finanzierungstätigkeit enthält Einzahlungen aus Kapitalerhöhungen in Höhe von 20,4 Mio. EUR im dritten Quartal 2019 in Verbindung mit der Ausübung von Mitarbeiteraktioptionen (Vorjahreszeitraum: 32,2 Mio. EUR). Des Weiteren sind darin Mittelabflüsse für Tilgungszahlungen in Verbindung mit Leasingverbindlichkeiten (15,3 Mio. EUR) enthalten. Im Vorjahreszeitraum wurden sämtliche Leasingzahlungen im Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit erfasst (siehe oben).

Insgesamt gingen die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente im dritten Quartal 2019 um 87,4 Mio. EUR zurück, sodass Zalando zum 30. September 2019 über Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente in Höhe von 867,0 Mio. EUR verfügt.

1.4 Vermögenslage

Die Vermögenslage des Konzerns wird in folgender verkürzter Bilanz dargestellt.

Aktiva

IN MIO. EUR	30.09.2019		31.12.2018		Veränderung	
Langfristige Vermögenswerte	1.378,7	32,7%	760,2	23,5%	618,4	81,3%
Kurzfristige Vermögenswerte	2.837,4	67,3%	2.473,5	76,5%	363,8	14,7%
Gesamtvermögen	4.216,0	100,0%	3.233,7	100,0%	982,3	30,4%

Passiva

IN MIO. EUR	30.09.2019		31.12.2018		Veränderung	
Eigenkapital	1.589,1	37,7%	1.549,1	47,9%	40,0	2,6%
Langfristige Verbindlichkeiten	540,7	12,8%	70,9	2,2%	469,8	662,3%
Kurzfristige Verbindlichkeiten	2.086,2	49,5%	1.613,7	49,9%	472,5	29,3%
Gesamtkapital	4.216,0	100,0%	3.233,7	100,0%	982,3	30,4%

Das Gesamtvermögen hat sich im Vergleich zum 31. Dezember 2018 um 982,3 Mio. EUR erhöht.

Die Bilanzierung von Leasingverhältnissen wurde 2019 gemäß dem neuen Rechnungslegungsstandard für Leasingverhältnisse (IFRS 16) geändert. Dies wirkte sich erheblich auf die Bilanz aus und führte zum Ende des dritten Quartals 2019 zur Erfassung eines Nutzungsrechts (langfristig) in Höhe von 521,0 Mio. EUR und Gesamtleasingverbindlichkeiten (kurzfristig und langfristig) in Höhe von 542,4 Mio. EUR. Weiterführende Informationen finden sich im Anhang zum Jahresabschluss 2018 (Punkt 3.5.3). Nutzungsrechte am Leasinggegenstand betreffen in erster Linie Leasingverträge für Logistikzentren und Bürogebäude.

In den ersten neun Monaten 2019 beliefen sich die Zugänge zu immateriellen Vermögenswerten auf 51,6 Mio. EUR (Vorjahr: 41,7 Mio. EUR) und die Zugänge zum Sachanlagevermögen auf insgesamt 138,1 Mio. EUR (Vorjahr: 147,2 Mio. EUR), hauptsächlich im Zusammenhang mit den Logistikzentren in Verona (Nogarole Rocca), Italien, Rotterdam (Bleiswijk), Niederlande, Olsztynek und Lodz (Gluchow), Polen.

Das Vorratsvermögen umfasst im Wesentlichen Waren für das Handelsgeschäft von Zalando. Die Steigerung von 447,9 Mio. EUR beim Vorratsvermögen auf 1.267,4 Mio. EUR hängt überwiegend mit der Anlieferung der Herbst- / Winterkollektion zusammen.

In den ersten neun Monaten 2019 stieg das Eigenkapital von 1.549,1 Mio. EUR auf 1.589,1 Mio. EUR. Die Erhöhung um 40,0 Mio. EUR resultiert hauptsächlich aus dem positiven Periodenergebnis sowie den erhaltenen Zahlungen für Mitarbeiteraktienoptionen, teilweise kompensiert durch den Rückerwerb eigener Aktien. Die Eigenkapitalquote reduzierte sich im Berichtszeitraum infolge der höheren Verbindlichkeiten, insbesondere durch die Erstanwendung von IFRS 16 und aufgrund eines Anstiegs der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen, von 47,9 % zum Jahresanfang auf 37,7 % zum 30. September 2019.

Zum 30. September 2019 bestehen Leasingverbindlichkeiten mit einem Buchwert in Höhe von 542,4 Mio. EUR, wovon 474,2 Mio. EUR auf langfristige und 68,2 Mio. EUR auf kurzfristige Leasingverbindlichkeiten entfallen. Sie spiegeln die abgezinsten finanziellen Verpflichtungen wider, die sich gemäß IFRS 16 aus Leasingverträgen ergeben.

Die kurzfristigen Schulden haben sich im Berichtszeitraum um 472,5 Mio. EUR erhöht. Diese Erhöhung ist in erster Linie den Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen zuzuschreiben, die um 425,5 Mio. EUR von 1.298,9 Mio. EUR auf 1.724,4 Mio. EUR stiegen, hauptsächlich aufgrund erfolgter Anlieferungen der Herbst- / Winterkollektion. Zum 30. September 2019 hatten bestimmte Lieferanten ihre Forderungen gegen Zalando in einem Umfang von 378,7 Mio. EUR im Rahmen von Reverse-Factoring-Verträgen an verschiedene Factoring-Anbieter übertragen (31. Dezember 2018: 374,6 Mio. EUR). Der Ausweis in der Bilanz erfolgt unter den Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und ähnlichen Schulden.

1.5 Prognosebericht

Die im Halbjahresbericht 2019 enthaltene Prognose für das Geschäftsjahr 2019 hat sich nicht verändert.

Zalando erwartet ein Wachstum des GMV von 20 % bis 25 % und ein Umsatzwachstum rund um das untere Ende der prognostizierten Spanne von 20 % bis 25 %. Das Unternehmen erwartet ein bereinigtes EBIT in der oberen Hälfte der prognostizierten Spanne von 175 Mio. EUR bis 225 Mio. EUR.

Zalando plant weiterhin mit Investitionen in Höhe von rund 300 Mio. EUR.

Berlin, 30. Oktober 2019

Der Vorstand

Robert Gentz

David Schneider

Rubin Ritter

James Freeman II

David Schröder

2.1 Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

IN MIO. EURO	01.07. – 30.09.2019	01.07. – 30.09.2018	01.01. – 30.09.2019	01.01. – 30.09.2018
Umsatzerlöse	1.521,1	1.200,2	4.496,6	3.726,3
Umsatzkosten	-896,4	-726,5	-2.592,1	-2.170,1
Bruttoergebnis vom Umsatz	624,7	473,7	1.904,5	1.556,1
Vertriebskosten	-560,2	-459,7	-1.620,2	-1.351,8
Verwaltungskosten	-72,9	-70,4	-221,0	-195,8
Sonstige betriebliche Erträge	1,8	1,4	10,8	10,8
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-0,2	-0,7	-7,3	-2,9
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	-6,9	-55,7	66,7	16,5
Zinsertrag	2,4	1,4	7,9	3,7
Zinsaufwand	-7,5	-3,9	-20,4	-10,7
Ergebnis aus nach der Equity-Methode bilanzierten Finanzanlagen	-0,5	0,0	-3,9	0,0
Übriges Finanzergebnis	-6,2	0,9	-3,8	1,3
Finanzergebnis	-11,7	-1,7	-20,2	-5,7
Ergebnis vor Steuern (EBT)	-18,6	-57,3	46,5	10,8
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	5,0	15,6	-32,2	-15,7
Periodenergebnis	-13,6	-41,7	14,3	-5,0
Davon den Anteilseignern der ZALANDO SE zuzurechnendes Ergebnis	-13,6	-41,7	14,3	-4,8
Davon den nicht beherrschenden Anteilen zuzurechnendes Ergebnis	0,0	0,0	0,0	-0,1

2.2 Konzernbilanz

Konzernbilanz – Aktiva

IN MIO. EUR	30.09.2019	31.12.2018
Langfristige Vermögenswerte		
Immaterielle Vermögenswerte	186,3	189,1
Sachanlagen	638,2	546,4
Finanzielle Vermögenswerte	15,0	13,7
Vermögenswerte aus Nutzungsrechten	521,0	n.a.
Latente Steueransprüche	4,2	2,3
Nicht finanzielle Vermögenswerte	12,4	3,8
Nach der Equity-Methode bilanzierte Finanzanlagen	1,6	5,0
	1.378,7	760,2
Kurzfristige Vermögenswerte		
Vorräte	1.267,4	819,5
Geleistete Anzahlungen	0,4	13,2
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	387,2	395,1
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	73,1	59,3
Sonstige nicht finanzielle Vermögenswerte	242,3	191,4
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	867,0	995,0
	2.837,4	2.473,5
Bilanzsumme	4.216,0	3.233,7

2.2 KONZERNBILANZ

Konzernbilanz – Passiva

IN MIO. EUR	30.09.2019	31.12.2018
Eigenkapital		
Gezeichnetes Kapital	248,6	247,9
Kapitalrücklage	1.187,8	1.155,6
Sonstige Rücklagen	-12,1	-4,9
Gewinnrücklagen	165,0	150,7
Auf die Anteilseigner der ZALANDO SE entfallendes Eigenkapital	1.589,3	1.549,2
Anteil von nicht beherrschenden Gesellschaftern	-0,2	-0,1
	1.589,1	1.549,1
Langfristige Schulden		
Rückstellungen	34,1	34,0
Leasingverbindlichkeiten	474,2	n.a.
Finanzverbindlichkeiten	3,4	5,6
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	7,8	2,4
Sonstige nicht finanzielle Verbindlichkeiten	1,1	5,5
Latente Steuerschulden	20,0	23,5
	540,7	70,9
Kurzfristige Schulden		
Rückstellungen	1,1	0,1
Leasingverbindlichkeiten	68,2	n.a.
Finanzverbindlichkeiten	2,8	2,8
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und ähnliche Schulden	1.724,4	1.298,9
Erhaltene Anzahlungen	39,7	36,1
Verbindlichkeiten aus Ertragsteuern	4,0	27,7
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	104,6	104,6
Sonstige nicht finanzielle Verbindlichkeiten	141,4	143,5
	2.086,2	1.613,7
Bilanzsumme	4.216,0	3.233,7

2.3 Konzern-Kapitalflussrechnung

Konzern-Kapitalflussrechnung

IN MIO. EUR	01.07. – 30.09.2019	01.07. – 30.09.2018	01.01. – 30.09.2019	01.01. – 30.09.2018
1. Periodenergebnis	-13,6	-41,7	14,3	-5,0
2. + Zahlungsunwirksamer Aufwand aus anteilsbasierten Vergütungen	13,2	16,8	34,7	28,2
3. Abschreibungen auf Sachanlagen, Vermögenswerte aus + Nutzungsrechten und immaterielle Vermögenswerte	46,4	21,9	140,5	59,5
4. +/- Steuern vom Einkommen und Ertrag	-5,0	-15,6	32,2	15,7
5. - Gezahlte Steuern vom Einkommen und Ertrag, abzüglich Erstattungen	-20,7	-10,9	-74,5	-31,6
6. +/- Zunahme/Abnahme der Rückstellungen	0,7	0,0	1,1	0,1
7. +/- Sonstige zahlungsunwirksame Erträge/Aufwendungen	-1,3	0,1	5,2	0,7
8. +/- Abnahme/Zunahme der Vorräte	-404,4	-212,0	-447,9	-246,4
9. +/- Abnahme/Zunahme der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	14,6	-13,0	7,8	-45,1
10. +/- Zunahme/Abnahme der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und ähnlichen Schulden	389,0	250,1	422,2	224,7
11. +/- Zunahme/Abnahme der sonstigen Aktiva/Passiva	-19,5	-21,6	-51,6	-21,9
12. = Mittelzufluss/-abfluss aus laufender Geschäftstätigkeit	-0,7	-25,9	84,0	-21,1
13. + Einzahlungen aus Verkäufen von Sachanlagevermögen	0,0	57,0	22,5	57,0
14. - Auszahlungen für Investitionen in das Sachanlagevermögen	-69,8	-47,3	-136,8	-132,5
15. - Auszahlungen für Investitionen in immaterielle Vermögenswerte	-18,2	-13,2	-48,7	-36,9
16. - Auszahlungen für den Erwerb von Anteilen an assoziierten Unternehmen sowie den Erwerb von Unternehmen und Anzahlungen für entsprechende Erwerbe	0,0	-0,8	-1,7	-5,3
17. +/- Einzahlungen aus/Auszahlungen für Investitionen in Termingelder	0,0	0,0	-5,0	20,0
18. +/- Änderung von Zahlungsmitteln, die einer Verfügungsbeschränkung unterliegen	0,0	-0,4	0,4	-0,4
19. = Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit	-88,0	-4,8	-169,2	-98,0
20. + Einzahlungen aus Kapitalerhöhungen der Anteilseigner abzgl. Transaktionskosten	20,4	32,2	37,0	35,0
21. - Rückerwerb von eigenen Aktien	0,0	-0,4	-38,8	-100,5
22. - Auszahlungen für die Tilgung von Krediten	-1,0	-0,7	-2,1	-1,8
23. - Auszahlungen für die Tilgung der Leasingverbindlichkeiten	-15,3	0,0	-38,1	0,0
24. = Mittelzufluss/-abfluss aus der Finanzierungstätigkeit	4,1	31,1	-42,0	-67,2
25. = zahlungswirksame Veränderungen des Finanzmittelbestands	-84,6	0,4	-127,2	-186,4
26. +/- Wechselkursbedingte und sonstige Veränderung des Finanzmittelbestands	-2,8	1,8	-0,8	-1,3
27. + Verfügbarer Finanzmittelbestand zu Beginn Periode	954,4	874,7	995,0	1.064,7
28. = Verfügbarer Finanzmittelbestand am 30.09.	867,0	877,0	867,0	877,0
Frei verfügbarer Cashflow	-88,7	-30,3	-80,6	-138,8

3.1 Finanzkalender 2020

Finanzkalender

Datum	Termin
Donnerstag, 27. Februar	Veröffentlichung des Geschäftsberichts 2019
Donnerstag, 7. Mai	Veröffentlichung der Ergebnisse für das 1. Quartal 2020
Mittwoch, 20. Mai	Hauptversammlung 2020
Dienstag, 11. August	Veröffentlichung der Ergebnisse für das 2. Quartal 2020
Mittwoch, 4. November	Veröffentlichung der Ergebnisse für das 3. Quartal 2020

3.2 Impressum

Kontakt

ZALANDO SE

Valeska-Gert-Straße 5

10243 Berlin

corporate.zalando.de

presse@zalando.de

Investor Relations

Patrick Kofler/Team Lead Investor Relations

investor.relations@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.

