

## ZALANDO SETZT PROFITABLES WACHSTUM FORT

---

- **Ergebnis 1. Quartal: 796 Millionen Euro Umsatz, 2,5% bereinigte EBIT-Marge**
  - **Erstes Quartal geprägt von starkem Wachstum und strategischen Investitionen**
  - **Übernahme von Tradebyte, einem Anbieter von E-Commerce-Spezialsoftware**
- 

BERLIN, 12. MAI 2016 // Zalando SE, Europas führende Online-Plattform für Mode, ist gut ins Jahr 2016 gestartet und hat damit seinen profitablen und starken Wachstumskurs fortgesetzt. Das erste Quartal war geprägt von strategischen Investitionen in die weitere Verbesserung des Kundenerlebnisses und in die zwei wichtigsten Bausteine für die Zalando-Plattform, Operations und Technologie. Mit der Übernahme von Tradebyte, einem Anbieter von E-Commerce-Spezialsoftware, wird Zalando das erfolgreiche Partnerprogramm weiter ausbauen.

Rubin Ritter, Mitglied des Vorstands, sagte: „Wir treiben derzeit eine Vielzahl von Entwicklungen voran, die auf unsere langfristige Plattformstrategie und unseren Wachstumsplan einzahlen. Gleichzeitig wächst unser Kerngeschäft sehr stark und wir gewinnen weiterhin Marktanteile hinzu.“

Durch den anhaltenden Fokus auf den Kunden und den Ausbau des Logistiknetzwerks hat die Kundenzufriedenheit im ersten Quartal ein neues Allzeithoch erreicht. Das erste internationale Satelliten-Logistikzentrum in Stradella, Italien, hat die Lieferzeiten für italienische Bestellungen um bis zu 1,5 Tage reduziert. Auch der Bau des neuen Logistikzentrums in Lahr liegt im Zeitplan, der Standort wird im Herbst in Betrieb genommen.

Als Teil der Plattformstrategie baut Zalando sein Partnerprogramm weiter aus, das zusätzliche Warenbestände ausgewählter Marken aus ganz Europa in die Zalando-Shops integriert. Zum Ende des ersten Quartals waren mehr als 150 Partner an dem Programm beteiligt, darunter Marken wie Adidas und Superdry. Um die Warenbestände der Partner noch besser digitalisieren und erfolgreich an verschiedene Handelskanäle anschließen zu können, hat Zalando im Mai 2016 die Tradebyte Software GmbH erworben. Tradebyte ist einer der führenden europäischen Anbieter von Integrationslösungen für Einzelhändler und Marken, insbesondere im Fashion- und Lifestyle-Sektor.

Die Zahl der aktiven Kunden wuchs auf 18,4 Millionen. Dies und die zunehmende Kundenzufriedenheit führten zu einem Umsatzanstieg am oberen Ende des Wachstumskorridors in Höhe von 23,7% auf 796 Millionen Euro, obwohl Ostern dieses Jahr in das erste Quartal fiel. Zalando erwirtschaftete ein bereinigtes EBIT von 20 Millionen Euro, was einer Marge von 2,5% entspricht.

Zalando bestätigt seine Prognose für das Gesamtjahr und erwartet ein Umsatzwachstum am oberen Ende des Zielkorridors von 20-25% sowie eine bereinigte EBIT-Marge von 3,0-4,5%. Das Unternehmen strebt bis zum Jahresende ein in etwa ausgeglichenes Nettoumlaufvermögen an und ein Investitionsvolumen in Höhe von rund 200 Millionen Euro, ohne M&A-Aktivitäten.

Der Zalando Quartalsbericht für das erste Quartal ist [online](#) verfügbar; Details sind auch in der [Earnings Presentation](#) zu finden. Zalando wird am 11. August 2016 die Geschäftszahlen für das zweite Quartal 2016 vorlegen. Zuvor veröffentlicht Zalando vorläufige Geschäftszahlen; der genaue Termin dafür wird auf der [Investor Relations Website von Zalando](#) vorab angekündigt.

## Zalando Gruppe – Umsatz und bereinigtes EBIT (Millionen Euro)

	Q1 2016	Q1 2015	FY 2015
<b>Umsatz Konzern</b>	<b>796,1</b>	<b>643,6</b>	<b>2.958,2</b>
<b>% Wachstum</b>	<b>23,7%</b>	<b>28,5%</b>	<b>33,6%</b>
DACH <sup>1</sup>	405,8	347,1	1.580,1
% Wachstum	16,9%	22,3%	28,0%
Übriges Europa <sup>2</sup>	334,5	265,0	1.211,6
% Wachstum	26,3%	37,1%	40,5%
Sonstige <sup>3</sup>	55,8	31,5	166,5
% Wachstum	76,9%	33,9%	41,8%
<b>Bereinigtes EBIT Konzern<sup>4</sup></b>	<b>20,2</b>	<b>29,1</b>	<b>107,5</b>
<b>Bereinigte EBIT-Marge Konzern</b>	<b>2,5%</b>	<b>4,5%</b>	<b>3,6%</b>
DACH <sup>1 4</sup>	39,3	32,4	101,9
% Marge	9,7%	9,3%	6,4%
Übriges Europa <sup>2 4</sup>	(17,0)	(4,7)	(3,3)
% Marge	(5,1%)	(1,8%)	(0,3%)
Sonstige <sup>3 4</sup>	(2,1)	1,4	8,9
% Marge	(3,7%)	4,5%	5,3%

<sup>1.</sup> Das DACH Segment umfasst Deutschland, Österreich und die Schweiz.

<sup>2.</sup> Das Segment Übriges Europa umfasst alle anderen Länder, in denen Zalando derzeit tätig ist.

<sup>3.</sup> Das Segment Sonstige umfasst u.a. Zalando Lounge und zwei Outlet Geschäfte in Berlin und Frankfurt.

<sup>4.</sup> Vor Aufwendungen aus anteilsbasierter Vergütung mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente.

## Zalando Gruppe – Weitere Kennzahlen

	Q1 2016	Q1 2015	FY 2015
Site-Visits (in Mio.) <sup>5</sup>	479,5	392,8	1.656,4
Mobile Site-Visits (% von Site-Visits) <sup>6</sup>	62,3%	52,6%	57,1%
Aktive Kunden (in Mio.) <sup>7</sup>	18,4	15,4	17,9
Anzahl von Bestellungen (in Mio.) <sup>8</sup>	15,6	12,0	55,3
Durchschnittliche Bestellungen pro aktivem Kunden	3,2	2,8	3,1
Durchschnittliche Warenkorbgröße (EUR) <sup>9</sup>	66,5	68,0	67,8
App Downloads (m)	19	9	16
Mitarbeiter	10.268	8.309	9.987

- <sup>5</sup> Wir definieren Site-Visits als die Anzahl von Serien von Seitenaufrufen von demselben Gerät und derselben Quelle (über Websites, m.sites, t.sites oder Apps) in dem betreffenden Zeitraum.
- <sup>6</sup> Wir definieren den Anteil der Site-Visits über mobile Endgeräte (in % der Site-Visits) als die Anzahl der Seitenaufrufe über m.sites, t.sites oder Apps geteilt durch die Gesamtanzahl der Seitenaufrufe in dem betreffenden Zeitraum.
- <sup>7</sup> Wir definieren aktive Kunden als die Anzahl von Kunden, die in den letzten zwölf Monaten (bezogen auf den Stichtag) mindestens eine Bestellung aufgegeben haben (ungeachtet von Stornierungen oder Retouren).
- <sup>8</sup> Wir definieren die Anzahl Bestellungen als die Anzahl der in dem betreffenden Zeitraum von Kunden aufgegebenen Bestellungen (ungeachtet von Stornierungen oder Retouren). Eine Bestellung wird an dem Tag berücksichtigt, an dem der Kunde die Bestellung aufgibt.
- <sup>9</sup> Wir definieren die durchschnittliche Warenkorbgröße als das von Kunden getätigte Bruttowarenvolumen (inklusive des Bruttowarenvolumens aus unserem Partnerprogramm) nach Stornierungen und Retouren geteilt durch die Anzahl an ausgelieferten Bestellungen in dem betreffenden Zeitraum.

---

## HINWEIS AN REDAKTEURE

### ÜBER ZALANDO

Zalando (<https://corporate.zalando.de>) ist Europas führende Online-Plattform für Mode. Wir bieten unseren Kunden eine umfassende Auswahl an Bekleidung, Schuhen und Accessoires für Damen, Herren und Kinder bei kostenfreiem Versand und Rückversand. Das Sortiment reicht von über 1.500 weltweit bekannten Marken über lokale und Fast-Fashion Brands bis hin zu selbst designten Private Labels. Die Zalando-Shops sind lokal auf die Bedürfnisse der Kunden in 15 verschiedenen europäischen Märkten zugeschnitten: Belgien, Deutschland, Dänemark, Finnland, Frankreich, Italien, Luxemburg, Niederlande, Norwegen, Österreich, Polen, Schweden, Schweiz, Spanien und das Vereinigte Königreich. Zalandos Logistiknetzwerk mit drei zentralen Logistikzentren in Deutschland ermöglicht die effiziente Versorgung aller Kunden in ganz Europa. Wir sind überzeugt, dass der Dreiklang aus Mode, Technologie und Logistik unseren Kunden und Markenpartnern einen Mehrwert bietet.

Die internationalen Zalando-Shops verzeichnen monatlich rund 160 Millionen Besuche, von denen im ersten Quartal 2016 rund 62 Prozent von mobilen Endgeräten kamen. Die Zahl aktiver Kunden stieg im gleichen Zeitraum auf 18,4 Millionen.

### KONTAKT ZALANDO

René Gribnitz / VP Communications  
[rene.gribnitz@zalando.de](mailto:rene.gribnitz@zalando.de)  
 +49 30 20968 2022