

GESCHÄFTSJAHR 2015: ZALANDO WÄCHST WEITER STARK

- **Prognose 2016: Umsatzwachstum am oberen Ende des Zielkorridors von 20-25 Prozent erwartet, bereinigte EBIT-Marge von 3,0-4,5 Prozent**
 - **Ergebnis 2015: 2.958 Millionen Euro Umsatz, bereinigtes EBIT von 107,5 Millionen Euro (3,6 Prozent Marge)**
 - **Fokus auf Kunden und Wachstumschancen lassen Umsatz um 33,6 Prozent wachsen**
-

BERLIN, 1. MÄRZ 2016 // Zalando erwartet nach einem erfolgreichem Geschäftsjahr 2015 mit starkem Wachstum und solider Marge für das laufende Jahr ein Umsatzwachstum am oberen Ende des mittelfristigen Wachstumskorridors von 20-25 Prozent. Dafür investiert Europas führende Online-Plattform für Mode weiter in die Optimierung des Kundenerlebnisses. Um auch mittelfristig jährlich um 20-25 Prozent wachsen zu können, baut Zalando seine Plattform weiter aus. Das Unternehmen erwartet für das Jahr 2016 einen Investitionsaufwand (ohne Unternehmenszukäufe) in Höhe von rund 200 Millionen Euro und strebt zum Jahresende 2016 ein in etwa ausgeglichenes Nettoumlaufvermögen an. Trotz der fortgesetzten Investitionen erwartet Zalando für das laufende Geschäftsjahr eine bereinigte EBIT-Marge von 3,0-4,5 Prozent.

„Nie waren wir stärker, und nie zuvor haben sich uns so viele großartige Chancen geboten“, sagte Rubin Ritter, Mitglied des Vorstands. „Wir wollen zukünftig noch mehr Kunden von Zalando und unseren Services begeistern und unseren Marktanteil weiter ausbauen. Wir haben bewusst die Entscheidung getroffen, unseren Wachstumskurs bei solider Profitabilität fortzusetzen. Das ist der beste Weg, um langfristig Wert zu schaffen.“

Der Konzernumsatz stieg 2015 durch den Fokus auf Kunden und Wachstumschancen um 33,6 Prozent und lag damit deutlich über dem mittelfristigen Wachstumsziel von 20-25 Prozent. Zalando hat eine Reihe neuer Angebote eingeführt, zum Beispiel einfachere und schnellere Lieferungen und Rücksendungen in den 15 europäischen Märkten, um die Zufriedenheit seiner Kunden weiter zu steigern. Das Sortiment wurde erweitert und die Beziehungen mit Zalandos Markenpartnern vertieft.

Unterstützt durch den starken Fokus auf die Entwicklung von mobilen Angeboten, stiegen die Besuche von mobilen Endgeräten im Jahresvergleich stark von 48 Prozent auf 60 Prozent an. So haben sich unter anderem die Downloads der App auf 16 Millionen in 2015 mehr als verdoppelt, von rund 7 Millionen in 2014.

Die Zahl aktiver Kunden wuchs um 22 Prozent auf rund 18 Millionen zum Jahresende, während die durchschnittliche Anzahl an Bestellungen pro aktivem Kunden ein Allzeithoch erreichte. Gemeinsame Kampagnen mit internationalen Markenpartnern erhöhten gleichzeitig Zalandos Markenwert.

Im abgelaufenen Geschäftsjahr hat Zalando weitere Fortschritte bei der Umsetzung seiner Plattformstrategie erzielt. Das Unternehmen baut seine Infrastruktur zunehmend aus, um alle Akteure im Online- und mobilen Modehandel miteinander zu vernetzen: Kunden, Marken, Werbetreibende, Blogger und Hersteller. In diesem Zuge hat Zalando neue Plattforminitiativen gestartet - zum Beispiel Zalon, eine Shoppingberatung durch freiberuflichen Stylisten, und Zalando Media Solutions, dem Zalando-Serviceangebot an Marken für digitale Werbung. Der Kauf von Metrigo und nugg.ad, sowie die Beteiligung an Anatwine, haben darüber hinaus die Entwicklung zur Plattform maßgeblich vorangetrieben.

Investitionen in die Technologie- und Logistikkapazitäten von Zalando sind wesentlicher Bestandteil der Plattformstrategie. Im Technologiebereich beschäftigte Zalando zum Jahresende rund 1.000 Mitarbeiter. In Dublin und Helsinki wurden Tech Hubs eröffnet. Das europäische Logistiknetzwerk wächst durch die geplante Eröffnung eines dritten großen Logistikzentrums in Lahr, Süddeutschland, und einem ersten Satelliten-Logistikzentrum in Stradella, Italien. Aufgrund der starken Wachstumsdynamik wurde die Planung für ein weiteres großes Logistikzentrum vorgezogen.

Zalando erzielte 2015 einen Konzernumsatz von 2.958 Millionen Euro. In der Region *DACH* wuchs der Umsatz um 28 Prozent auf 1.580 Millionen Euro. In der Region *Übriges Europa* stieg der Umsatz im gleichen Zeitraum um 40,5 Prozent auf 1.212 Millionen Euro. Trotz der Investitionen in das Kundenerlebnis und Plattforminitiativen war Zalando mit einem bereinigten EBIT von 107,5 Millionen Euro oder einer bereinigten EBIT-Marge von 3,6 Prozent solide profitabel. Die bereinigte EBIT-Marge in der *DACH* Region 6,4 Prozent. Das Segment *Übriges Europa* näherte sich mit einer bereinigten EBIT-Marge von -0,3 Prozent der Gewinnzone. Zum Ende des Jahres 2015 beschäftigte Zalando rund 10.000 Mitarbeiter.

Der Zalando Geschäftsbericht ist [online](#) und [zum Download](#) verfügbar. Zalando wird am 12. Mai 2016 die Geschäftszahlen für das erste 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)

	Q4 2015	Q4 2014	FY 2015	FY 2014
Umsatz Konzern	868,5	665,6	2.958,2	2.214,0
% Wachstum	30,5%	21,1%	33,6%	25,7%
DACH ¹	450,7	363,5	1.580,1	1.234,0
% Wachstum	24,0%	12,7%	28,0%	16,8%
Übriges Europa ²	360,5	265,5	1.211,6	862,6
% Wachstum	35,8%	31,0%	40,5%	36,9%
Sonstige ³	57,3	36,5	166,5	117,4
% Wachstum	57,1%	50,2%	41,8%	55,0%
Bereinigtes EBIT Konzern⁴	71,8	65,7	107,5	82,0
Bereinigte EBIT-Marge Konzern	8,3%	9,9%	3,6%	3,7%
DACH ^{1 4}	57,9	44,8	101,9	83,0
% Marge	12,8%	12,3%	6,4%	6,7%
Übriges Europa ^{2 4}	11,8	16,2	(3,3)	(11,6)
% Marge	3,3%	6,1%	(0,3%)	(1,3%)
Sonstige ^{3 4}	2,1	4,8	8,9	10,5
% Marge	3,6%	13,0%	5,3%	9,0%

1. Das DACH Segment umfasst Deutschland, Österreich und die Schweiz.

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

3. Alle anderen Vertriebskanäle sind im Segment Sonstige gebündelt, dazu zählen überwiegend die Zalando Lounge und unsere Zalando Outlet Geschäfte in Berlin und Frankfurt.

4. Vor Aufwendungen aus anteilsbasierter Vergütung mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente.

Zalando Gruppe – Weitere Kennzahlen

	Q4 2015	Q4 2014	FY 2015	FY 2014
Site-Visits (in Mio.) ⁵	457,9	387,6	1.656,4	1.363,8
Mobile Site-Visits (% von Site-Visits) ⁶	59,9%	47,9%	57,1%	42,3%
Aktive Kunden (in Mio.) ⁷	17,9	14,7	17,9	14,7
Anzahl von Bestellungen (in Mio.) ⁸	15,4	11,6	55,3	41,4
Durchschnittliche Bestellungen pro aktivem Kunden	3,1	2,8	3,1	2,8
Durchschnittliche Warenkorbgröße (EUR) ⁹	72,1	71,7	67,8	66,6
App Downloads (m)	16	7	16	7
Mitarbeiter	9.987	7.588	9.987	7.588

- ⁵ 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.
- ⁶ 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.
- ⁷ 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).
- ⁸ 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.
- ⁹ 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 mehr als 135 Millionen Besuche, von denen im vierten Quartal 2015 rund 60 Prozent von mobilen Endgeräten kamen. Die Zahl aktiver Kunden stieg im gleichen Zeitraum auf 17,9 Millionen.

KONTAKT ZALANDO

René Gribnitz / VP Communications
rene.gribnitz@zalando.de
 +49 30 20968 2022