

## ZALANDO SETZT WACHSTUMSKURS FORT

---

- **Umsatzprognose: 20-25 % Wachstum in 2018, entspricht rund 1 Milliarde Euro Zuwachs in der Mitte der Spanne**
  - **Gewinnprognose 2018: bereinigtes EBIT zwischen 220-270 Millionen Euro**
  - **Start der Beauty-Kategorie Ende März**
  - **Zalando plant rund 2.000 neue Stellen, den Großteil davon in Berlin**
  - **Zalando wächst im Geschäftsjahr 2017 zum vierten Mal in Folge profitabel**
- 

BERLIN, 1. MÄRZ 2018 // Zalando SE will im laufenden Geschäftsjahr 2018 erneut schneller wachsen als der europäische Online-Modemarkt und den Umsatz um 20-25 % steigern. In der Mitte der Spanne entspricht dies einem Umsatzzuwachs von rund 1 Milliarde Euro. Europas führende Online-Plattform für Mode strebt ein bereinigtes EBIT in Höhe von 220-270 Millionen Euro (bzw. eine Marge von rund 4-5 %) an.

Grundlage für neues Wachstum schafft Zalando mit Investitionen in vier Bereiche, die das Kundenangebot weiter verbessern: Sortiment, digitales Erlebnis, Kundennutzen und neue Geschäftsfelder.

Zalando wird das Sortiment um neue Marken wie Swarovski oder Massimo Dutti erweitern und Ende März die neue Beauty-Kategorie lancieren. Im weiteren Jahresverlauf plant das Unternehmen die Expansion in zwei weitere Länder, die an bestehende Märkte angrenzen. In Bezug auf das digitale Erlebnis setzt Zalando auf eine zunehmende Personalisierung des Einkaufserlebnisses, mit dem Ziel jedem Kunden einen individualisierten Zalando-Shop zu bieten.

Mit dem weiteren Ausbau und zunehmender Automatisierung der Zalando-Logistikzentren schafft Zalando Kapazität für zukünftiges Umsatzwachstum und erhöht gleichzeitig den Nutzen für Kunden. Der Bau der Logistikzentren in Lodz (Gluchow) und Verona (Nogarole Rocca) schreitet voran. Die Standorte Stettin (Gryfino) und Stockholm (Brunna) fahren ihre Kapazitäten weiter hoch und in Lahr steht die weitere Automatisierung bevor.

Um das weitere Wachstum zu bewerkstelligen, investiert Zalando weiter in Personal und plant für 2018 rund 2.000 zusätzliche Stellen, den Großteil davon in Berlin. Im Geschäftsjahr 2017 hat Zalando die Zahl der Mitarbeiter bereits von rund 12.000 auf 15.000 erhöht.

Zalando Co-CEO Rubin Ritter sagt: „2017 haben wir unseren Marktanteil in allen unseren Ländern ausgebaut. Im laufenden Jahr peilen wir zum vierten Mal in Folge ein Umsatzwachstum von 20-25 % an. Das unterstreicht unsere Überzeugung, dass Wachstum die richtige Strategie zur langfristigen Wertmaximierung ist.“

Zalando verzeichnete im Geschäftsjahr 2017 einen Umsatzzuwachs um 23,4 % auf 4.489,0 Millionen Euro und damit in der oberen Hälfte der angepeilten Spanne von 20-25 %. Das Umsatzwachstum in der DACH-Region beschleunigte sich mit 18,3 % auf 2.145,6 Millionen

Euro. In der Region Übriges Europa stieg der Umsatz um 25,7 % auf 1.973,6 Millionen Euro an. Im Segment Sonstiges nahmen die Umsätze sogar um 45,0 % auf 369,9 Millionen Euro zu.

Die Umsatzentwicklung geht überwiegend auf einen größeren Kundenstamm und eine höhere Anzahl an Bestellungen zurück. Die Zahl aktiver Kunden stieg im Vergleich zum Vorjahr um 3,2 Millionen von 19,9 Millionen (2016) auf 23,1 Millionen (2017) stark an. Der gewachsene Kundenstamm bestellte zudem häufiger. Die durchschnittliche Anzahl der Bestellungen pro aktivem Kunden stieg von 3,5 (2016) auf 3,9 (2017) und erreichte damit ein neues Allzeithoch.

Zalando erzielte im Geschäftsjahr 2017 ein bereinigtes EBIT von 215,1 Millionen Euro, welches einer Marge von 4,8 % entspricht. Mit einem Jahresüberschuss von 101,6 Millionen Euro bleibt Zalando nachhaltig profitabel. Der Rückgang des Marketingkostenverhältnisses konnte den relativen Anstieg der Fulfillmentkosten – bedingt durch anhaltende Investitionen in Kapazitätsaufbau und Kundenerlebnis – nicht vollständig kompensieren. 2017 investierte Zalando unter anderem in den weiteren Auf- und Ausbau der Logistikzentren in Süddeutschland, Frankreich, Italien, Schweden und Polen, sowie in taggleiche Lieferungen, neue Retouren-Optionen und Zalando Fulfillment Solutions. Im Rahmen dieses Programms übernimmt Zalando für Marken im Partnerprogramm Logistikleistungen.

Im Geschäftsjahr 2017 beliefen sich die Investitionen für Zalando ohne Unternehmenszukäufe auf 243,9 Millionen Euro, wobei überwiegend in die eigene Logistikinfrastruktur, einschließlich Automatisierung und in die eigene Entwicklung von Software investiert wurde. Für das laufende Geschäftsjahr erwartet Zalando Investitionen in Höhe von rund 350 Millionen Euro ohne Unternehmenszukäufe, mit einem ähnlichen Fokus wie in 2017.

Zalando's digitaler Geschäftsbericht 2018 „[Dein Zalando X](#)“ ist ab sofort online verfügbar. Kurz vor dem zehnten Geburtstag des Unternehmens steht dieses Jahr das Thema Personalisierung im Fokus. Erstellen sie ihren individuellen Bericht, personalisieren sie ihr Leseerlebnis und treffen sie ihren persönlichen Chatbot ZAC.

Die Präsentation für Analysten und Investoren ist auf der Zalando [Investor Relations](#) Website verfügbar. Zalando wird die Geschäftszahlen für das erste Quartal am 8. Mai 2018 vorlegen.

## ZALANDO GRUPPE – KENNZAHLEN (IN MILLIONEN EURO)

	Q4 2017	Q4 2016	GJ 2017	GJ 2016
<b>Umsatz Konzern</b>	<b>1.333,7</b>	<b>1.091,6</b>	<b>4.489,0</b>	<b>3.639,0</b>
<b>% Wachstum</b>	<b>22,2 %</b>	<b>25,7 %</b>	<b>23,4 %</b>	<b>23,0 %</b>
DACH <sup>1</sup>	630,0	529,4	2.145,6	1.813,8
<b>% Wachstum</b>	<b>19,0 %</b>	<b>17,5 %</b>	<b>18,3 %</b>	<b>14,8 %</b>
Übriges Europa <sup>2</sup>	585,8	478,4	1.973,6	1.570,2
<b>% Wachstum</b>	<b>22,5 %</b>	<b>32,7 %</b>	<b>25,7 %</b>	<b>29,6 %</b>
Sonstige <sup>3</sup>	117,9	83,8	369,9	255,1
<b>% Wachstum</b>	<b>40,7 %</b>	<b>46,2 %</b>	<b>45,0 %</b>	<b>53,2 %</b>
<b>Bereinigtes EBIT Konzern<sup>4</sup></b>	<b>112,6</b>	<b>95,6</b>	<b>215,1</b>	<b>216,3</b>
<b>Bereinigte EBIT-Marge Konzern</b>	<b>8,4 %</b>	<b>8,8 %</b>	<b>4,8 %</b>	<b>5,9 %</b>
DACH <sup>1 4</sup>	80,7	80,0	188,5	226,3
<b>% Marge</b>	<b>12,8 %</b>	<b>15,1 %</b>	<b>8,8 %</b>	<b>12,5 %</b>
Übriges Europa <sup>2 4</sup>	39,6	15,7	21,6	(3,3)
<b>% Marge</b>	<b>6,8 %</b>	<b>3,3 %</b>	<b>1,1 %</b>	<b>(0,2 %)</b>
Sonstige <sup>3 4</sup>	(7,6)	(0,1)	5,0	(6,7)
<b>% Marge</b>	<b>(6,5 %)</b>	<b>(0,1 %)</b>	<b>1,3 %</b>	<b>(2,6 %)</b>
<b>Nettoumlaufvermögen</b>	<b>(62,4)</b>	<b>(127,6)</b>	<b>(62,4)</b>	<b>(127,6)</b>
<b>Investitionsaufwand</b>	<b>68,2</b>	<b>65,9</b>	<b>243,9</b>	<b>181,7</b>
<b>Nettogewinn</b>	<b>60,1</b>	<b>60,0</b>	<b>101,6</b>	<b>120,5</b>

<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 im Wesentlichen Umsätze der Zalando-Lounge, der Outlet-Stores sowie der neuen Plattforminitiativen.

<sup>4.</sup> Vor Aufwendungen aus anteilsbasierter Vergütung mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente und nicht operativen Einmaleffekten.

## ZALANDO GRUPPE – WEITERE KENNZAHLEN

	Q4 2017	Q4 2016	GJ 2017	GJ 2016
Site-Visits (in Mio.) <sup>5</sup>	735,1	563,2	2.563,5	1.991,6
Mobile Site-Visits (% von Site-Visits) <sup>6</sup>	72,1 %	68,1 %	70,7 %	65,6 %
Aktive Kunden (in Mio.) <sup>7</sup>	23,1	19,9	23,1 %	19,9
Anzahl Bestellungen (in Mio.) <sup>8</sup>	25,8	19,6	90,5	69,2
Durchschn. Bestellungen / aktivem Kunden	3,9	3,5	3,9	3,5
Durchschn. Warenkorbgröße (EUR) <sup>9</sup>	67,8	70,2	64,5	66,6
Mitarbeiter	15.091	11.998	15.091	11.998

<sup>5.</sup> Anzahl von Serien von Seitenaufrufen von demselben Gerät und derselben Quelle (über Websites, mobile Seiten, Tablet-Seiten oder Apps). Die Serie gilt als beendet, wenn länger als 30 Minuten kein Aufruf verzeichnet wurde.

<sup>6.</sup> Tablets, mobile Seiten und Apps.

<sup>7.</sup> Anzahl von Kunden, die in den letzten zwölf Monaten mindestens eine Bestellung aufgegeben haben (ungeachtet von Stornierungen oder Retouren).

<sup>8.</sup> Anzahl der 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> Von Kunden getätigtes Bruttowarenavolumen (inklusive des Bruttowarenavolumens aus unserem Partnerprogramm) nach Stornierungen und Retouren geteilt durch die Anzahl an ausgelieferten Bestellungen.

## HINWEIS AN REDAKTEURE

## ÜBER ZALANDO

Zalando (<https://corporate.zalando.com>) 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 fast 2.000 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 fünf zentralen Logistikzentren ermöglicht die effiziente Belieferung aller Kunden in ganz Europa, unterstützt durch die auf die lokalen Kundenbedürfnisse fokussierten Standorte in Norditalien, Frankreich und Schweden. 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 245 Millionen Besuche, von denen im vierten Quartal 2017 72 % von mobilen Endgeräten kamen. Die Zahl aktiver Kunden stieg im gleichen Zeitraum auf 23,1 Millionen.

## KONTAKT ZALANDO

Alexander Styles / Finanzkommunikation

[alexander.styles@zalando.de](mailto:alexander.styles@zalando.de)

+49 30 20968 2022