

ZALANDO SETZT FÜR GESCHÄFTSJAHR 2017 AUF STARKES WACHSTUM

- **Umsatz steigt im ersten Halbjahr um 21,5% auf 2.080,7 Millionen Euro, bereinigtes EBIT auf Vorjahresniveau bei 102,1 Millionen Euro, 4,9% Marge**
 - **Umsatz steigt im zweiten Quartal um 20,1% auf 1.100,5 Millionen Euro, bereinigtes EBIT auf Vorjahresniveau bei 81,8 Millionen Euro, 7,4% Marge**
 - **Jahresprognose 2017: Umsatzwachstum in der oberen Hälfte der 20-25% Spanne, bereinigte EBIT-Marge in der unteren Hälfte der 5-6% Spanne**
 - **Ausbau des europäischen Logistiknetzwerkes mit weiteren Standorten in Polen und Italien**
-

BERLIN, 10. AUGUST 2017 // Zalando hat im ersten Halbjahr 2017 seinen Umsatz stark um 21,5% auf 2.080,7 Millionen Euro gesteigert (HJ 2016: 1.712,6 Millionen) und ein bereinigtes EBIT auf Vorjahresniveau in Höhe von 102,1 Millionen Euro erzielt, was einer Marge von 4,9% entspricht (HJ 2016: 101,2 Millionen Euro, 5,9% Marge). Für das Gesamtjahr strebt Zalando ein Umsatzwachstum in der oberen Hälfte der 20-25% Spanne und eine bereinigte EBIT-Marge in der unteren Hälfte der 5-6% Spanne an.

Im Rahmen seiner anhaltenden Wachstumsinvestitionen plant Zalando den weiteren Ausbau seines europäischen Logistiknetzwerkes mit zwei großen Logistikzentren in Polen und Italien. Zalando verfügt bereits über ähnlich große Standorte in Erfurt, Mönchengladbach und Lahr sowie in Gryfino bei Stettin (Polen), der im dritten Quartal 2017 in Betrieb genommen wird. Ergänzt werden die Hauptstandorte durch einen kleineren Logistikstandort in Brieselang bei Berlin, sowie lokale Logistikzentren in Stradella bei Mailand, Moissy-Cramayel bei Paris und zum Jahresende auch in Brunna bei Stockholm.

„Wir sind davon überzeugt, dass Wachstum die richtige Strategie für uns ist, den Unternehmenswert von Zalando zu steigern. Unsere Jahresprognose unterstreicht unseren Fokus auf Wachstum bei gleichzeitig solider Profitabilität“, sagte Co-CEO Rubin Ritter. „Es ist Teil unserer DNA, laufend Investitionsmöglichkeiten zu identifizieren, neue Ideen auszuprobieren und diese schnell auszubauen. Das reicht von der Erweiterung unseres Sortiments bis hin zu unserem kürzlich gestarteten Vorteilsprogramm Zalando Zet.“

Zalando hat im vergangenen Quartal seine Plattformstrategie konsequent weiter umgesetzt: Zalando Fulfillment Solutions wurde mit Bestseller als erstes großes Partnerunternehmen gestartet. Zalando bietet hierüber Modemarken Zugang zur eigenen Logistikinfrastruktur. Darüber hinaus wurden die Übernahmen von Anatwine und KICKZ erfolgreich abgeschlossen. Anatwine entwickelt Softwarelösungen, mit denen Modemarken ihre Warenbestände auf Online-Marktplätzen integrieren können.

Mit dem Kauf von KICKZ, dem führenden Multichannel-Retailer für Basketball, hat Zalando das eigene Sport- und Lifestyle-Segment insbesondere im Basketballbereich gestärkt. Das Zalando-Sortiment wurde zusätzlich durch die neuen Teilnehmer im Partner Programm Nike, Lacoste, Pepe Jeans und Esprit erweitert.

Im zweiten Quartal 2017 wuchs der Umsatz um 20,1% auf 1.100,5 Millionen Euro. Wesentliche Treiber hierfür waren die steigende Zahl aktiver Kunden und der Anstieg der durchschnittlichen Bestellungen auf 3,7 pro Jahr – ein neuer Höchststand und ein Zeichen für verstärkte Kundenbindung. Die Zahl der aktiven Kunden stieg im Vergleich zum Vorquartal um 800.000 auf 21,2 Millionen an. Dies entspricht dem stärksten Zuwachs in einem Quartal seit dem vierten Quartal 2015.

Zalando erzielte im zweiten Quartal 2017 ein bereinigtes EBIT auf Vorjahresniveau in Höhe von 81,8 Millionen Euro, was einer Marge von 7,4% entspricht (Q2 2016: 80,9 Millionen Euro, 8,8% Marge). Eine leicht niedrigere Bruttomarge und erhöhte Fulfillmentkosten konnten durch verbesserte Marketingkosten nicht vollständig kompensiert werden. Die höheren Fulfillmentkosten sind im Wesentlichen auf den Anstieg der Logistikkosten zurückzuführen, darunter Investitionen in schnellere Lieferungen und Retouren sowie der weitere Ausbau von Kapazitäten und Automatisierung an verschiedenen Logistikstandorten.

Der Investitionsaufwand belief sich im ersten Halbjahr 2017 ohne Unternehmenszukäufe auf 130 Millionen Euro, wobei überwiegend in Infrastruktur und selbst entwickelte Software investiert wurde. Zalando peilt für das Gesamtjahr Investitionsausgaben ohne Unternehmenszukäufe in Höhe von rund 250 Millionen Euro an.

Der [Halbjahresbericht](#) und die [Präsentation für Analysten und Investoren](#) ist ab sofort auf der Zalando Investor Relations Website verfügbar. Zalando wird die Geschäftszahlen für das dritte Quartal 2017 am 07. November 2017 vorlegen. Zuvor veröffentlicht Zalando vorläufige Geschäftszahlen; der genaue Termin dafür wird vorab angekündigt.

Zalando Gruppe – Kennzahlen (in Millionen Euro)

	Q2 2017	Q2 2016	HJ 2017	HJ 2016	GJ 2016
Umsatz Konzern	1.100,5	916,4	2.080,7	1.712,6	3.639,0
% Wachstum	20,1%	25,0%	21,5%	24,4%	23,0%
DACH ¹	542,9	471,4	1.017,9	877,3	1.813,8
<i>% Wachstum</i>	<i>15,2%</i>	<i>14,7%</i>	<i>16,0%</i>	<i>15,7%</i>	<i>14,8%</i>
Übriges Europa ²	469,8	383,2	898,1	717,7	1.570,2
<i>% Wachstum</i>	<i>22,6%</i>	<i>34,3%</i>	<i>25,1%</i>	<i>30,4%</i>	<i>29,6%</i>
Sonstige ³	87,8	61,8	164,7	117,6	255,1
<i>% Wachstum</i>	<i>42,1%</i>	<i>68,9%</i>	<i>40,1%</i>	<i>72,6%</i>	<i>53,2%</i>
Bereinigtes EBIT Konzern⁴	81,8	80,9	102,1	101,2	216,3
Bereinigte EBIT-Marge Konzern	7,4%	8,8%	4,9%	5,9%	5,9%
DACH ^{1 4}	56,7	65,7	92,1	105,0	226,3
<i>% Marge</i>	<i>10,4%</i>	<i>13,9%</i>	<i>9,1%</i>	<i>12,0%</i>	<i>12,5%</i>
Übriges Europa ^{2 4}	17,3	15,9	(1,8)	(1,1)	(3,3)
<i>% Marge</i>	<i>3,7%</i>	<i>4,1%</i>	<i>(0,2%)</i>	<i>(0,1%)</i>	<i>(0,2%)</i>
Sonstige ^{3 4}	7,8	(0,6)	11,7	(2,7)	(6,7)
<i>% Marge</i>	<i>8,9%</i>	<i>(1,0%)</i>	<i>7,1%</i>	<i>(2,3%)</i>	<i>(2,6%)</i>
Nettoumlaufvermögen	(37,0)	(65,5)	(37,0)	(65,5)	(127,6)
Investitionsaufwand	52,2	44,5	130,0	68,2	181,8
Nettogewinn	47,4	50,9	52,6	55,5	120,5

^{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.} Das Segment Sonstige umfasst im Wesentlichen Umsätze der Zalando-Lounge, der Outlet-Stores sowie der neuen Plattforminitiativen.

^{4.} Vor Aufwendungen aus anteilsbasierter Vergütung mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente und nicht operativen Einmaleffekten.

Zalando Gruppe – Weitere Kennzahlen

	Q2 2017	Q2 2016	HJ 2017	HJ 2016	GJ 2016
Site-Visits (in Mio.) ⁵	595,2	480,2	1,212,8	959,7	1,991,6
Mobile Site-Visits (% von Site-Visits) ⁶	69,7%	64,7%	69,3%	63,5%	65,6%
Aktive Kunden (in Mio.) ⁷	21,2	18,8	21,2	18,8	19,9
Anzahl Bestellungen (in Mio.) ⁸	22,2	17,5	42,1	33,2	69,2
Durchschn. Bestellungen / aktivem Kunden	3,7	3,3	3,7	3,3	3,5
Durchschn. Warenkorbgröße (EUR) ⁹	64,5	66,2	63,8	66,4	66,6
Mitarbeiter	13.218	10.639	13.218	10.639	11.998

^{5.} 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.

^{6.} Tablets, mobile Seiten und Apps.

^{7.} Anzahl von Kunden, die in den letzten zwölf Monaten mindestens eine Bestellung aufgegeben haben (ungeachtet von Stornierungen oder Retouren).

^{8.} 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.

^{9.} Von Kunden getätigtes Bruttowarenvolumen (inklusive des Bruttowarenvolumens aus unserem Partnerprogramm) nach Stornierungen und Retouren geteilt durch die Anzahl an ausgelieferten Bestellungen.

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 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 vier zentralen Logistikzentren in Deutschland, ermöglicht die effiziente Versorgung aller Kunden in ganz Europa, unterstützt durch die auf die lokalen Kundenbedürfnisse fokussierten Standorte in Norditalien und Frankreich. 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 200 Millionen Besuche, von denen im zweiten Quartal 2017 70 Prozent von mobilen Endgeräten kamen. Die Zahl aktiver Kunden stieg im gleichen Zeitraum auf 21,2 Millionen.

KONTAKT ZALANDO

René Gribnitz / VP Communications

rene.gribnitz@zalando.de

Alexander Styles / Finanzkommunikation

alexander.styles@zalando.de

+49 30 20968 2022