

ZALANDO WÄCHST STÄRKER ALS DER MARKT UND VERBESSERT DIE PROFITABILITÄT

- **Umsatz im dritten Quartal bei 835 Millionen Euro (+17,1%), bereinigte EBIT-Marge 2,3%**
 - **Neunmonatsumsatz bei 2.547 Millionen Euro (+21,9%), bereinigte EBIT-Marge 4,7%**
 - **Umsatzprognose bestätigt; Gewinnprognose für 2016 auf 5,0-6,0% bereinigte EBIT-Marge angehoben**
-

BERLIN, 10. NOVEMBER 2016 // Zalando hat die ersten neun Monate des Geschäftsjahres 2016 mit starkem Wachstum und hoher Profitabilität erfolgreich abgeschlossen und die Gewinnprognose für das Gesamtjahr auf eine bereinigte EBIT-Marge von 5,0-6,0% erhöht. Europas führende Online-Plattform für Mode entwickelte sich auch im dritten Quartal trotz schwieriger Marktbedingungen und einem vergleichsweise starken Vorjahresquartal deutlich besser als der Gesamtmarkt und gewann Marktanteile hinzu.

Zalando verbesserte alle wichtigen operativen Kostenpositionen, darunter Umsatz-, Fulfillment- und Marketingkosten, und steigerte so die Profitabilität. Gleichzeitig investierte das Unternehmen weiterhin in die Marke Zalando sowie in sein mobiles Angebot, Sortiment und Service, vor allem um das Kundenerlebnis weiter zu verbessern. In Verbindung mit einem effizienten Nettoumlaufvermögen und einem Investitionsvolumen in Höhe von 116 Millionen Euro führte dies zu einem positiven frei verfügbaren Cash Flow in Höhe von 66 Millionen Euro im Neunmonatszeitraum 2016.

„Zwei Jahre nach unserem Börsengang geht Zalando weiter mit großen Schritten voran. Wir haben die perfekte Basis für weiteres Wachstum geschaffen und blicken optimistisch auf 2017“, sagt Rubin Ritter, Co-CEO von Zalando.

Zalando verbesserte auch im dritten Quartal 2016 sein mobiles Angebot: Die Android App gewann beispielsweise kürzlich den renommierten Editor's Choice Award von Google Play. Der Anteil der Zugriffe auf den Shop von mobilen Geräten aus stieg auf 67%, während der Anteil der Bestellungen über mobile Geräte auf über 50% wuchs. Die ausverkaufte Bread&Butter Trendshow, die mehr als 20.000 Besucher anzog, zeigt den Erfolg von Zalandos Investitionen in Markenbekanntheit und -reichweite. Das Unternehmen verzeichnete währenddessen auf Medienkanälen und Social Media-Plattformen mehr als 800 Millionen Impressions. Gigi Hadid präsentierte die von ihr und Tommy Hilfiger entworfene Kollektion „Tommy X Gigi“. Außerdem wurde Marnis exklusive Schuhkollektion vorgestellt, die aktuell bei Zalando erhältlich ist. Zalando nahm noch weitere bekannte Marken in sein Sortiment auf, sodass die Anzahl der Artikel auf inzwischen rund 200.000 stieg.

Auch das eigene Logistiknetzwerk entwickelt die Modeplattform stetig weiter, um den Kunden den bestmöglichen Service bieten zu können. Nach erfolgreichem Start des italienischen Satelliten-Logistikzentrums, das mittlerweile 70% der Bestellungen aus Italien abwickelt, wird Zalando im ersten Quartal 2017 einen weiteren Satelliten in der Nähe von Paris eröffnen. Darüber hinaus baut das Unternehmen ein neues, großangelegtes Logistikzentrum in der Nähe von Stettin, Polen, das sich über eine Fläche von 130.000m² erstreckt und voraussichtlich im Herbst 2017 manuell in Betrieb genommen werden wird.

Zalando beschäftigte zum 30. September 2016 rund 11.200 Mitarbeiter und somit deutlich mehr als noch Ende 2015 mit rund 10.000 Mitarbeitern. Grund dafür sind insbesondere die steigenden Mitarbeiterzahlen in den Bereichen Technologie und Operations. Allein Zalandos Technologie-Team, das seinen Hauptsitz in Berlin hat und an weiteren sechs Standorten tätig ist, wuchs auf rund 1.600 Mitarbeiter.

Zalando bestätigt sein angestrebtes Wachstum von 20-25% für die nächsten Jahre. Für 2016 erwartet die Modeplattform ein Umsatzwachstum am oberen Ende des Zielkorridors von 20-25% und erhöht seine Prognose für die bereinigte EBIT-Marge für das Gesamtjahr 2016 auf 5,0-6,0%.

Der Neunmonatsbericht von Zalando ist [online](#) verfügbar; weitere Details können der [Präsentation zu den Neunmonatsergebnissen](#) entnommen werden. Zalando wird am 01. März 2017 die Geschäftszahlen für das vierte Quartal und das Gesamtjahr 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)

	Q3 2016	Q3 2015	9M 2016	9M 2015	FY 2015
Umsatz Konzern	834,8	713,1	2.547,4	2.089,7	2.958,2
% Wachstum	17,1%	42,2%	21,9%	34,9%	33,6%
DACH ¹	407,1	371,2	1.284,4	1.129,4	1.580,1
% Wachstum	9,7%	34,4%	13,7%	29,7%	28,0%
Übriges Europa ²	374,0	300,8	1.091,8	851,1	1.211,6
% Wachstum	24,3%	52,1%	28,3%	42,5%	40,5%
Sonstige ³	53,7	41,1	171,3	109,2	166,5
% Wachstum	30,8%	50,3%	56,9%	35,0%	41,8%
Bereinigtes EBIT Konzern⁴	19,5	(23,5)	120,7	35,7	107,5
Bereinigte EBIT-Marge Konzern	2,3%	(3,3%)	4,7%	1,7%	3,6%
DACH ^{1 4}	41,4	(2,8)	146,3	44,0	101,9
Bereinigte EBIT-Marge	10,2%	(0,8%)	11,4%	3,9%	6,4%
Übriges Europa ^{2 4}	(17,9)	(21,7)	(19,0)	(15,1)	(3,3)
Bereinigte EBIT-Marge	(4,8%)	(7,2%)	(1,7%)	(1,8%)	(0,3%)
Sonstige ^{3 4}	(4,0)	1,0	(6,6)	6,8	8,9
Bereinigte EBIT-Marge	(7,4%)	2,5%	(3,9%)	6,3%	5,3%

^{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 u.a. Zalando Lounge und drei Outlet Geschäfte in Berlin, Frankfurt und Köln.

^{4.} Vor Aufwendungen aus anteilsbasierter Vergütung mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente.

Zalando Gruppe – Weitere Kennzahlen

	Q3 2016	Q3 2015	9M 2016	9M 2015	FY 2015
Site-Visits (m) ⁵	468,6	393,9	1.428,4	1.198,6	1.656,4
Mobile Site-Visits (% von Site-Visits) ⁶	67,0%	58,8%	64,6%	56,0%	57,1%
Aktive Kunden (in Mio.) ⁷	19,2	17,2	19,2	17,2	17,9
Anzahl Bestellungen (in Mio.) ⁸	16,4	13,8	49,6	39,9	55,3
Durchschnittliche Bestellungen pro aktivem Kunden	3,4	3,0	3,4	3,0	3,1
Durchschnittliche Warenkorbgröße (EUR) ⁹	62,8	63,3	65,1	66,3	67,8
App Downloads (in Mio.)	25	14	25	14	16
Mitarbeiter	11.239	9.444	11.239	9.444	9.987

- 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 Bruttowarenavolumen (inklusive des Bruttowarenavolumens 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 vier zentralen Logistikzentren in Deutschland ermöglicht die effiziente Versorgung aller Kunden in ganz Europa, unterstützt durch einen auf die lokalen Kundenbedürfnisse fokussierten Standort in Norditalien. 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 160 Millionen Besuche, von denen im dritten Quartal 2016 mehr als 65 Prozent von mobilen Endgeräten kamen. Die Zahl aktiver Kunden stieg im gleichen Zeitraum auf 19,2 Millionen.

KONTAKT ZALANDO

René Gribnitz / VP Communications

rene.gribnitz@zalando.de

+49 30 20968 2022