

## ZALANDO: STARKER KUNDENZUWACHS TREIBT UMSATZ IM DRITTEN QUARTAL

---

- **3. Quartal 2017: Umsatz steigt um 28,7% auf 1.074,7 Millionen Euro, bereinigtes EBIT bei 0,4 Millionen Euro (0,0% Marge)**
  - **Zahl aktiver Kunden steigt im Vergleich zum Vorquartal um eine Million auf 22,2 Millionen**
  - **Fokus für 2017 weiter auf Wachstum, bereinigte EBIT-Marge im vierten Quartal leicht unter starkem Vorjahresniveau erwartet**
- 

BERLIN, 07. NOVEMBER 2017 // Zalando hat den Umsatz im dritten Quartal 2017 um 28,7% auf 1.074,7 Millionen Euro (Q3 2016: 834,8 Millionen Euro) stark gesteigert. Im gleichen Zeitraum erzielte Europas führende Online-Plattform für Mode ein bereinigtes EBIT in Höhe von 0,4 Millionen Euro, was einer Marge von 0,0% entspricht (Q3 2016: 19,5 Millionen Euro, 2,3% Marge).

Zalando hat das Wachstum in der DACH-Region wieder beschleunigt und im dritten Quartal den Umsatz um 22,3% auf 497,7 Millionen Euro erhöht (Q3 2016: 407,1 Millionen Euro, 9,7% Wachstum). Das Geschäft in der Region Übriges Europa wächst weiter schnell, die Umsätze legten um 30,9% auf 489,7 Millionen Euro zu (Q3 2016: 374,0 Millionen Euro). Die Zahl aktiver Kunden stieg im Vergleich zum Vorquartal um eine Million auf 22,2 Millionen, der stärkste absolute Zuwachs seit dem zweiten Quartal 2015. Mit durchschnittlich 3,8 Bestellungen kauften Zalando-Kunden in den letzten zwölf Monaten häufiger ein als je zuvor.

Co-CEO Rubin Ritter sagte: „Das starke Umsatzwachstum im dritten Quartal unterstreicht unsere Wachstumsambitionen und zeigt, dass sich unsere Investitionen bereits auszahlen. Für das vierte Quartal wie auch die kommenden Jahre legen wir den Fokus weiter auf Wachstum. Wir verfolgen das Ziel, unser Geschäft bis 2020 zu verdoppeln und werden weiter investieren, um dieses Ziel zu erreichen.“

Angesichts des starken Fokus auf Wachstum strebt Zalando für das Gesamtjahr weiterhin ein Umsatzwachstum in der oberen Hälfte der 20-25% Spanne an - trotz eines schwächer als erwarteten Oktobers. Infolgedessen erwartet Zalando für das vierte Quartal eine bereinigte EBIT-Marge leicht unter dem Niveau des starken Vorjahres und für das Gesamtjahr eine bereinigte EBIT-Marge von leicht unter 5%.

Zalando wird auch im vierten Quartal und darüber hinaus investieren. Im dritten Quartal hat das Unternehmen insbesondere weiter in den Ausbau der eigenen Logistik- und Technologieinfrastruktur investiert, um zukünftige Kapazitäten für den wachsenden Kundenstamm sicherzustellen und neue Dienstleistungen für Markenpartner anbieten zu können. Das Logistikzentrum in Lahr ist nun mit ersten automatisierten Prozessen in Betrieb und wird die Kapazitäten weiter ausbauen.

Die ersten Kundenpakete wurden im Testbetrieb aus den Logistikzentren in Gryfino bei Stettin und Brunna bei Stockholm verschickt. An beiden Standorten wird der Betrieb in den kommenden Monaten ebenfalls ausgebaut. Das im August angekündigte zweite Logistikzentrum in Polen wird in Gluchow bei Lodz entstehen, die Bauarbeiten beginnen im November 2017.

Zalando steigerte im Neunmonatszeitraum den Umsatz um 23,9% auf 3.155,3 Millionen Euro (Neunmonatszeitraum 2016: 2.547,4 Millionen Euro) und erzielte ein bereinigtes EBIT in Höhe von 102,5 Millionen Euro, was einer Marge von 3,2% entspricht (Neunmonatszeitraum 2016: 120,7 Millionen Euro, 4,7% Marge).

In den ersten neun Monaten 2017 belief sich der Investitionsaufwand für Zalando ohne Unternehmenszukäufe auf 175,6 Millionen Euro, wobei überwiegend in die eigene Logistikinfrastruktur, sowie in selbst entwickelte Software investiert wurde. Zalando peilt für das Gesamtjahr unverändert Investitionsausgaben ohne Unternehmenszukäufe in Höhe von rund 250 Millionen Euro an.

Die [Quartalsmitteilung](#) und die [Präsentation für Analysten und Investoren](#) ist auf der Zalando Investor Relations Website verfügbar. Zalando wird die Geschäftszahlen für das vierte Quartal und das Geschäftsjahr 2017 am 1. März 2018 vorlegen. Zuvor veröffentlicht das Unternehmen vorläufige Geschäftszahlen, der genaue Termin hierfür wird vorab bekannt gegeben.

## Zalando Gruppe – Kennzahlen (in Millionen Euro)

	Q3 2017	Q3 2016	9M 2017	9M 2016	GJ 2016
<b>Umsatz Konzern</b>	<b>1.074,7</b>	<b>834,8</b>	<b>3.155,3</b>	<b>2.547,4</b>	<b>3.639,0</b>
<b>% Wachstum</b>	<b>28,7%</b>	<b>17,1%</b>	<b>23,9%</b>	<b>21,9%</b>	<b>23,0%</b>
DACH <sup>1</sup>	497,7	407,1	1.515,6	1.284,4	1.813,8
<i>% Wachstum</i>	22,3%	9,7%	18,0%	13,7%	14,8%
Übriges Europa <sup>2</sup>	489,7	374,0	1.387,8	1.091,8	1.570,2
<i>% Wachstum</i>	30,9%	24,3%	27,1%	28,3%	29,6%
Sonstige <sup>3</sup>	87,2	53,7	251,9	171,3	255,1
<i>% Wachstum</i>	62,5%	30,8%	47,1%	56,9%	53,2%
<b>Bereinigtes EBIT Konzern<sup>4</sup></b>	<b>0,4</b>	<b>19,5</b>	<b>102,5</b>	<b>120,7</b>	<b>216,3</b>
<b>Bereinigte EBIT-Marge Konzern</b>	<b>0,0%</b>	<b>2,3%</b>	<b>3,2%</b>	<b>4,7%</b>	<b>5,9%</b>
DACH <sup>1 4</sup>	15,7	41,4	107,8	146,3	226,3
<i>% Marge</i>	3,2%	10,2%	7,1%	11,4%	12,5%
Übriges Europa <sup>2 4</sup>	(16,2)	(17,9)	(17,9)	(19,0)	(3,3)
<i>% Marge</i>	3,3%	(4,8%)	1,3%	(1,7%)	(0,2%)
Sonstige <sup>3 4</sup>	0,9	(4,0)	12,6	(6,6)	(6,7)
<i>% Marge</i>	1,1%	(7,4%)	5,0%	(3,9%)	(2,6%)
<b>Nettoumlaufvermögen</b>	<b>(115,3)</b>	<b>(157,9)</b>	<b>(115,3)</b>	<b>(157,9)</b>	<b>(127,6)</b>
<b>Investitionsaufwand</b>	<b>45,7</b>	<b>47,7</b>	<b>175,6</b>	<b>115,9</b>	<b>181,7</b>
<b>Nettogewinn</b>	<b>(11,1)</b>	<b>5,0</b>	<b>41,5</b>	<b>60,5</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.

## Zalando Gruppe – Weitere Kennzahlen

	Q3 2017	Q3 2016	9M 2017	9M 2016	GJ 2016
Site-Visits (in Mio.) <sup>5</sup>	615,6	468,6	1.828,4	1.428,4	1.991,6
Mobile Site-Visits (% von Site-Visits) <sup>6</sup>	71,8%	67,0%	70,1%	64,6%	65,6%
Aktive Kunden (in Mio.) <sup>7</sup>	22,2	19,2	22,2	19,2	19,9
Anzahl Bestellungen (in Mio.) <sup>8</sup>	22,5	16,4	64,7	49,6	69,2
Durchschn. Bestellungen / aktivem Kunden	3,8	3,4	3,8	3,4	3,5
Durchschn. Warenkorbgröße (EUR) <sup>9</sup>	62,0	62,8	63,2	65,1	66,6
Mitarbeiter	14.217	11.239	14.217	11.239	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 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.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 mehr als 200 Millionen Besuche, von denen im dritten Quartal 2017 72% von mobilen Endgeräten kamen. Die Zahl aktiver Kunden stieg im gleichen Zeitraum auf 22,2 Millionen.

### KONTAKT ZALANDO

René Gribnitz / VP Communications

[rene.gribnitz@zalando.de](mailto:rene.gribnitz@zalando.de)

Alexander Styles / Finanzkommunikation

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

+49 30 20968 2022