

# Halbjahresbericht 2019



# Zalando auf einen Blick

## Kennzahlen

	01.04.– 30.06.2019	01.04.– 30.06.2018	01.01.– 30.06.2019	01.01.– 30.06.2018
<b>Leistungsindikatoren Konzern</b>				
Site-Visits (in Mio.)	986,4	734,3	1.910,3	1.447,8
Anteil der Site-Visits über mobile Endgeräte (in %)	83,5	78,4	83,0	77,5
Aktive Kunden (in Mio.)	28,3	24,6	28,3	24,6
Anzahl Bestellungen (in Mio.)	36,1	29,0	67,6	54,4
Durchschnittliche Bestellungen pro aktivem Kunden (LTM*)	4,6	4,2	4,6	4,2
Durchschnittliche Warenkorbgröße** (LTM, in EUR)	56,9	58,4	56,9	58,4
<b>Ertragslage Konzern</b>				
Bruttowarenvolumen (GMV) (in Mio. EUR)	2.036,0	1.646,3	3.788,8	3.073,2
Umsatzerlöse (in Mio. EUR)	1.597,3	1.330,0	2.975,5	2.526,0
EBIT (in Mio. EUR)	92,0	87,3	73,6	72,1
EBIT (in % der Umsatzerlöse)	5,8	6,6	2,5	2,9
Bereinigtes EBIT (in Mio. EUR)	101,7	94,0	108,1	94,4
Bereinigtes EBIT (in % der Umsatzerlöse)	6,4	7,1	3,6	3,7
EBITDA (in Mio. EUR)	143,3	106,9	167,7	109,6
EBITDA (in % der Umsatzerlöse)	9,0	8,0	5,6	4,3
Bereinigtes EBITDA (in Mio. EUR)	153,1	113,6	202,3	131,9
Bereinigtes EBITDA (in % der Umsatzerlöse)	9,6	8,5	6,8	5,2
<b>Vermögens- und Finanzlage Konzern</b>				
Nettoumlaufvermögen (Net Working Capital) (in Mio. EUR)	-78,6	-84,3***	-78,6	-84,3***
Eigenkapitalquote (in % der Bilanzsumme)	41,5	47,9***	41,5	47,9***
Operativer Cashflow (in Mio. EUR)	143,2	80,7	84,6	4,7
Investiver Cashflow (in Mio. EUR)	-56,8	-67,0	-81,1	-93,3
Frei verfügbarer Cashflow (in Mio. EUR)	86,5	13,7	8,1	-108,5
Capex (in Mio. EUR)	-55,1	-67,0	-97,4	-108,8
Liquide Mittel (in Mio. EUR)	954,4	874,7	954,4	874,7
<b>Sonstige Kennzahlen</b>				
Mitarbeiter (zum Bilanzstichtag)	13.965	15.619***	13.965	15.619***
Unverwässertes Ergebnis je Aktie (in EUR)	0,18	0,21	0,11	0,15
Verwässertes Ergebnis je Aktie (in EUR)	0,18	0,20	0,11	0,14

pp = Prozentpunkte

Weitere Erläuterungen zu den Leistungskennzahlen finden sich im Glossar.

Für den Halbjahresbericht gilt: Bei Prozentangaben und Zahlen können Rundungsdifferenzen auftreten.

\*) LTM = last twelve months, berechnet auf Grundlage der letzten 12 Monate vor dem Stichtag

\*\*) Die Berechnung und Definition der durchschnittlichen Warenkorbgröße wurden 2019 geändert. Sie ergibt sich nun aus dem GMV geteilt durch die Anzahl an Bestellungen. Im Vorjahreszeitraum wurde sie durch Division des von Kunden getätigten Bruttowarenvolumens durch die Anzahl an Bestellungen berechnet. In obiger Tabelle wurden die neue Definition und das neue Berechnungsverfahren sowohl für den aktuellen Zeitraum als auch für den Vorjahreszeitraum angewendet. Gemäß der Definition des Vorjahres beträgt die durchschnittliche Warenkorbgröße im zweiten Quartal 2019 58,6 EUR (Q2 2018: 60,4 EUR) und im ersten Halbjahr 2019 58,4 EUR (1. Halbjahr 2018: 60,3 EUR).

\*\*\*) Zum 31.12.2018

# Inhalt

## Konzern-Zwischenlagebericht

1.1	4	Grundlagen des Konzerns
1.2	4	Wirtschaftsbericht
1.3	21	Nachtragsbericht
1.4	21	Risiko- und Chancenbericht
1.5	22	Prognosebericht

## Konzern-Zwischenabschluss

2.1	25	Konzern-Gesamtergebnisrechnung
2.2	27	Konzernbilanz
2.3	29	Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung
2.4	31	Konzern-Kapitalflussrechnung
2.5	34	Verkürzter Konzernanhang
2.6	45	Erklärung der gesetzlichen Vertreter
2.7	45	Bescheinigung nach prüferischer Durchsicht

## Service

3.1	48	Glossar
3.2	50	Finanzkalender 2019
3.3	50	Impressum

# Konzern- Zwischen- lagebericht



## 1.1 Grundlagen des Konzerns

Die im Geschäftsbericht 2018 getroffenen Aussagen zum Geschäftsmodell, zur Konzernstruktur, zur Strategie und den Zielen des Konzerns, zum Managementsystem, zur Forschung und Entwicklung sowie zum Thema Nachhaltigkeit im Zalando-Konzern sind zum Zeitpunkt der Aufstellung dieses Zwischenberichts nach wie vor zutreffend.

## 1.2 Wirtschaftsbericht

### 1.2.1 Gesamtwirtschaftliche und branchenbezogene Rahmenbedingungen

Der Internet-Einzelhandel wird sich voraussichtlich weiterhin rasanter entwickeln als der gesamte europäische Einzelhandelssektor. 2018 wuchs der Internet-Einzelhandel um 12,8 % und damit deutlich schneller als der gesamte Einzelhandelssektor (Wachstum von 2,8 %).<sup>1</sup> Auch die Modebranche profitiert von diesem Übergang zum Online-Shopping. Der europäische Online-Modemarkt wuchs 2018 um 11,9 % auf ein Gesamthandelsvolumen von 66,7 Mrd. EUR, während der gesamte Mode-Einzelhandel um 2,6 % auf 428,2 Mrd. EUR zunahm.<sup>2</sup>

In Deutschland wächst der Online-Modemarkt schneller als der Gesamtmodemarkt, was die Entwicklung in anderen europäischen Ländern widerspiegelt. Laut Textilwirtschaft entwickelte sich der deutsche Modehandel im ersten Halbjahr 2019 mit einem Umsatzrückgang von 1 % gegenüber dem Vorjahreszeitraum weiterhin rückläufig. Ungünstige Wetterbedingungen wurden als Hauptgrund für das schwache Abschneiden des deutschen Modehandels in der ersten Jahreshälfte 2019 genannt.<sup>3</sup>

Dennoch setzt der Online-Handel seine Wachstumsdynamik fort. Nach Angaben des Bundesverbands E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V. (Bevh) verzeichnete Deutschland im ersten Halbjahr 2019 gegenüber dem Vorjahreszeitraum einen zweistelligen Anstieg des Online-Handelsumsatzes auf 11,3 %. Die Online-Modeverkäufe erhöhten sich in diesem Zeitraum um 13,8 %.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> Euromonitor, Europa ohne Russland

<sup>2</sup> Euromonitor, Europa ohne Russland

<sup>3</sup> Textilwirtschaft, 2019

<sup>4</sup> Bevh, 2019

Die aktuelle positive wirtschaftliche Entwicklung des Online-Modemarkts wird sich fortsetzen, und wir sind der Auffassung, dass unser Geschäftsmodell eine gute Ausgangsposition bietet.

- Technologische Entwicklungen spielen eine wichtige Rolle bei der Gestaltung des Online-Kanals als bevorzugter Shopping-Kanal der Kunden. Es wird erwartet, dass die Marktdurchdringung des Online-Modehandels in Europa zulasten des traditionellen stationären Handels weiter zunehmen wird. Die Marktdurchdringung des Online-Modehandels wird von 15,6 % im Geschäftsjahr 2018 bis 2023 voraussichtlich auf 21,8 % steigen. In Deutschland, Zalandos Heimatmarkt, wird die Durchdringung voraussichtlich von 19,9 % auf 24,9 % zunehmen.<sup>5</sup>
- Die gestiegene Durchdringung des Markts mit mobilen Geräten und das erweiterte Angebot an Anwendungen haben wesentlich zu dem starken Wachstum im Online-Einzelhandel, einschließlich des Online-Modehandels, beigetragen. Mobiles Shopping befindet sich auf dem Vormarsch. Prognosen für Mobile Commerce zeigen, dass sich dieser Trend voraussichtlich fortsetzen wird, und rechnen in den kommenden fünf Jahren mit einer durchschnittlichen jährlichen Wachstumsrate von ca. 15,2 %.<sup>6</sup>

### 1.2.2 Konzernertragslage

Die verkürzte Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung für das zweite Quartal 2019 zeigt ein weiterhin starkes GMV- und Umsatzwachstum. Zalando erreichte eine solide Rentabilität, wobei weiterhin Investitionen in das Kundenerlebnis, das Leistungsangebot für Markenpartner, in Technologie und die operative Infrastruktur getätigt wurden.

#### Verkürzte Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

IN MIO. EUR	01.01. – 30.06.2019	In % vom Umsatz	01.01. – 30.06.2018	In % vom Umsatz	Ver- änderung
Umsatzerlöse	2.975,5	100,0%	2.526,0	100,0%	0,0pp
Umsatzkosten	-1.695,7	-57,0%	-1.443,6	-57,1%	0,2pp
<b>Bruttoergebnis vom Umsatz</b>	<b>1.279,8</b>	<b>43,0%</b>	<b>1.082,4</b>	<b>42,9%</b>	<b>0,2pp</b>
Vertriebskosten	-1.060,1	-35,6%	-892,1	-35,3%	-0,3pp
Verwaltungskosten	-148,1	-5,0%	-125,4	-5,0%	0,0pp
Sonstige betriebliche Erträge	9,0	0,3%	9,4	0,4%	-0,1pp
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-7,1	-0,2%	-2,2	-0,1%	-0,2pp
<b>Betriebliches Ergebnis (EBIT)</b>	<b>73,6</b>	<b>2,5%</b>	<b>72,1</b>	<b>2,9%</b>	<b>-0,4pp</b>

<sup>5</sup> Euromonitor, Europa ohne Russland

<sup>6</sup> Euromonitor, Europa ohne Russland

## Sonstige Konzern-Finanzdaten zum 1. Halbjahr

IN MIO. EUR	01.01. – 30.06.2019	01.01. – 30.06.2018	Ver- änderung
EBIT-Marge (in % der Umsatzerlöse)	2,5%	2,9%	-0,4pp
Bereinigtes EBIT	108,1	94,4	13,8
Bereinigtes EBIT (in % der Umsatzerlöse)	3,6%	3,7%	-0,1pp
EBITDA	167,7	109,6	58,1
Bereinigtes EBITDA	202,3	131,9	70,4

## Verkürzte Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung Q2 2019

IN MIO. EUR	01.04. – 30.06.2019	In % vom Umsatz	01.04. – 30.06.2018	In % vom Umsatz	Ver- änderung
Umsatzerlöse	1.597,3	100,0%	1.330,0	100,0%	0,0pp
Umsatzkosten	-866,9	-54,3%	-721,7	-54,3%	0,0pp
<b>Bruttoergebnis vom Umsatz</b>	<b>730,4</b>	<b>45,7%</b>	<b>608,4</b>	<b>45,7%</b>	<b>0,0pp</b>
Vertriebskosten	-567,2	-35,5%	-462,4	-34,8%	-0,7pp
Verwaltungskosten	-70,3	-4,4%	-64,4	-4,8%	0,4pp
Sonstige betriebliche Erträge	3,8	0,2%	6,7	0,5%	-0,3pp
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-4,6	-0,3%	-1,0	-0,1%	-0,2pp
<b>Betriebliches Ergebnis (EBIT)</b>	<b>92,0</b>	<b>5,8%</b>	<b>87,3</b>	<b>6,6%</b>	<b>-0,8pp</b>

## Sonstige Konzern-Finanzdaten Q2 2019

IN MIO. EUR	01.04. – 30.06.2019	01.04. – 30.06.2018	Ver- änderung
EBIT-Marge (in % der Umsatzerlöse)	5,8%	6,6%	-0,8pp
Bereinigtes EBIT	101,7	94,0	7,8
Bereinigtes EBIT (in % der Umsatzerlöse)	6,4%	7,1%	-0,7pp
EBITDA	143,3	106,9	36,4
Bereinigtes EBITDA	153,1	113,6	39,5

## Leistungsindikatoren

LEISTUNGS- INDIKATOREN	01.04. – 30.06.2019	01.04. – 30.06.2018	Ver- änderung	01.01. – 30.06.2019	01.01. – 30.06.2018	Ver- änderung
Site-Visits (in Mio.)	986,4	734,3	34,3%	1.910,3	1.447,8	31,9%
Anteil der Site-Visits über mobile Endgeräte (in %)	83,5	78,4	5,2pp	83,0	77,5	5,5pp
Aktive Kunden (in Mio.)	28,3	24,6	15,2%	28,3	24,6	15,2%
Anzahl Bestellungen (in Mio.)	36,1	29,0	24,7%	67,6	54,4	24,2%
Durchschnittliche Bestellungen pro aktivem Kunden (LTM*)	4,6	4,2	9,2%	4,6	4,2	9,2%
Durchschnittliche Warenkorbgröße** (LTM, in EUR)	56,9	58,4	-2,6%	56,9	58,4	-2,6%
Bruttowarenvolumen (GMV) (in Mio. EUR)	2.036,0	1.646,3	23,7%	3.788,8	3.073,2	23,3%
Umsatzerlöse (in Mio. EUR)	1.597,3	1.330,0	20,1%	2.975,5	2.526,0	17,8%
EBIT (in Mio. EUR)	92,0	87,3	5,4%	73,6	72,1	2,1%
EBIT-Marge (in % der Umsatzerlöse)	5,8	6,6	-0,8pp	2,5	2,9	-0,4pp
Bereinigtes EBIT (in Mio. EUR)	101,7	94,0	8,3%	108,1	94,4	14,6%
Bereinigtes EBIT (in % der Umsatzerlöse)	6,4	7,1	-0,7pp	3,6	3,7	-0,1pp
EBITDA (in Mio. EUR)	143,3	106,9	34,1%	167,7	109,6	53,0%
Bereinigtes EBITDA (in Mio. EUR)	153,1	113,6	34,8%	202,3	131,9	53,3%
Nettoumlaufvermögen (in Mio. EUR)	-78,6	-84,3***	5,7	-78,6	-84,3***	5,7
Operativer Cashflow (in Mio. EUR)	143,2	80,7	77,5%	84,6	4,7	>100,0%
Capex (in Mio. EUR)	-55,1	-67,0	-17,7%	-97,4	-108,8	-10,4%
Frei verfügbarer Cashflow (in Mio. EUR)	86,5	13,7	>100,0%	8,1	-108,5	<-100,0%

pp = Prozentpunkte

Weitere Erläuterungen zu den Leistungskennzahlen finden sich im Glossar.

Für den Halbjahresbericht gilt: Bei Prozentangaben und Zahlen können Rundungsdifferenzen auftreten.

\*) LTM = last twelve months, berechnet auf Grundlage der letzten 12 Monate vor dem Stichtag

\*\*) Die Berechnung und Definition der durchschnittlichen Warenkorbgröße wurden 2019 geändert. Sie ergibt sich nun aus dem GMV geteilt durch die Anzahl an Bestellungen. Im Vorjahreszeitraum wurde sie durch Division des von Kunden getätigten Bruttowarenvolumens durch die Anzahl an Bestellungen berechnet. In obiger Tabelle wurden die neue Definition und das neue Berechnungsverfahren sowohl für den aktuellen Zeitraum als auch für den Vorjahreszeitraum angewendet. Gemäß der Definition des Vorjahres beträgt die durchschnittliche Warenkorbgröße im zweiten Quartal 2019 58,6 EUR (Q2 2018: 60,4 EUR) und im ersten Halbjahr 2019 58,4 EUR (1. Halbjahr 2018: 60,3 EUR).

\*\*\*) Zum 31.12.2018

Die wichtigsten Leistungskennzahlen von Zalando sind Umsatzerlöse, EBIT, bereinigtes EBIT, Capex, Anzahl der aktiven Kunden sowie die Anzahl der durchschnittlichen Bestellungen pro aktivem Kunden. Aufgrund seiner zunehmenden Bedeutung für die Steuerung des Geschäfts zählt seit 2019 auch das GMV zu den wichtigsten Leistungsindikatoren.



## GMV- und Umsatzentwicklung

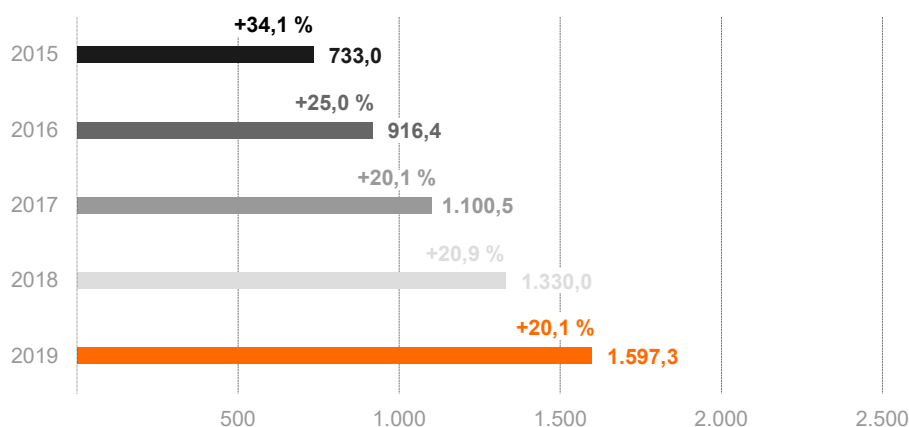
Im zweiten Quartal 2019 erhöhte sich das GMV im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 389,7 Mio. EUR auf 2.036,0 Mio. EUR. Dies entspricht im Jahresvergleich einem GMV-Wachstum von 23,7 %. Die Steigerung des GMV ist auf den größeren Kundenstamm sowie einen Anstieg der durchschnittlichen Bestellungen pro aktivem Kunden zurückzuführen. Der Konzern hatte zum 30. Juni 2019 28,3 Millionen aktive Kunden im Vergleich zu 24,6 Millionen aktiven Kunden zum 30. Juni 2018, was einer Steigerung um 15,2 % entspricht. Der gewachsene Kundenstamm hat eine größere Anzahl an Bestellungen getätigt als im Vorjahreszeitraum. Unter anderem ausgelöst durch die zunehmende Nutzung mobiler Geräte stieg die durchschnittliche Anzahl der Bestellungen pro aktivem Kunden um 9,2 %. Das starke Wachstum unseres Partnerprogramms und damit unser attraktiveres Sortiment führten zu einem höheren Anteil des Partnerprogramms am GMV und trugen außerdem zum Anstieg des GMV bei.

Der Umsatz stieg im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 267,3 Mio. EUR von 1.330,0 Mio. EUR auf 1.597,3 Mio. EUR. Dies entspricht im Jahresvergleich einem Umsatzwachstum von 20,1 %.

Das GMV-Wachstum war stärker als das Umsatzwachstum. Dies ist auf das starke Wachstum des Partnerprogramms zurückzuführen, das sich vollständig in der Kennzahl GMV widerspiegelt, während der Umsatz nur den Provisionsatz und Servicegebühren von Partnern beinhaltet.

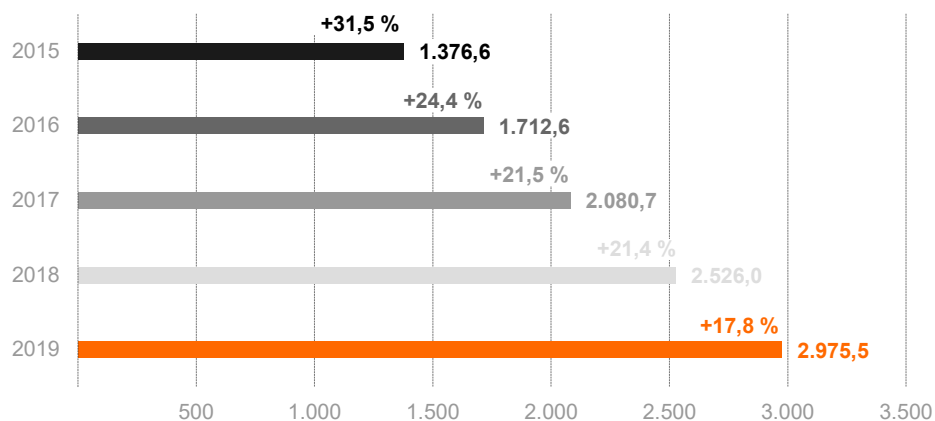
### Umsatzerlöse im 2. Quartal 2015 – 2019

IN MIO. EUR



## Umsatzerlöse im 1. Halbjahr 2015 – 2019

IN MIO. EUR



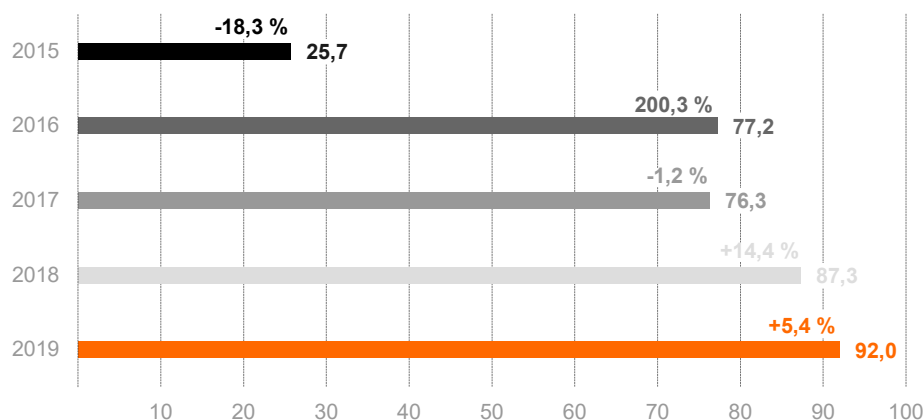
Aufgrund der oben genannten Faktoren stiegen die Umsatzerlöse in den ersten sechs Monaten 2019 gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 17,8 % auf 2.975,5 Mio. EUR (Vorjahr: 2.526,0 Mio. EUR) und das GMV um 23,3 % auf 3.788,8 Mio. EUR (Vorjahr: 3.073,2 Mio. EUR).

### EBIT-Entwicklung

Im zweiten Quartal 2019 hat der Konzern ein EBIT von 92,0 Mio. EUR (Vorjahr: 87,3 Mio. EUR) erwirtschaftet. Der Rückgang der EBIT-Marge um 0,8 Prozentpunkte auf 5,8 % (Vorjahr: 6,6 %) ist in erster Linie auf die Vertriebskosten zurückzuführen. Die Vertriebskosten setzen sich zusammen aus Fulfillment- und Marketingkosten. Das gestiegene Marketingkostenverhältnis (Zunahme um 1,7 Prozentpunkte) wurde durch ein verbessertes, um 1,0 Prozentpunkte zurückgegangenes Fulfillmentkostenverhältnis teilweise kompensiert.

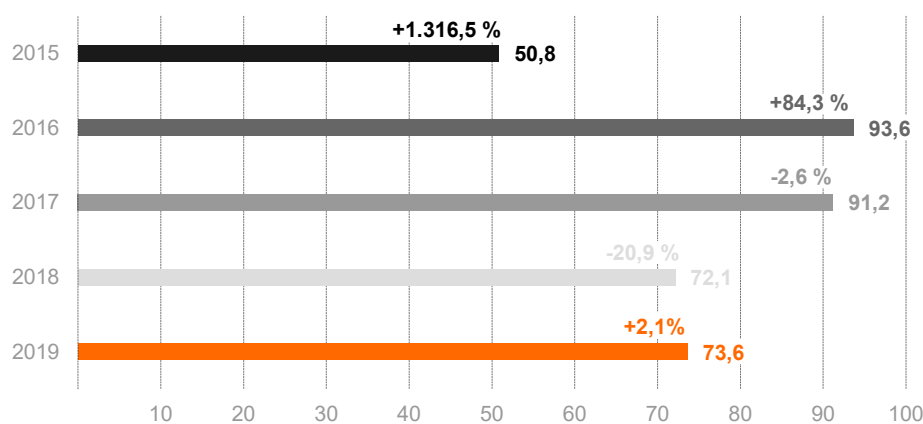
## EBIT im 2. Quartal 2015 – 2019

IN MIO. EUR



## EBIT im 1. Halbjahr 2015 – 2019

IN MIO. EUR



Die Umsatzkosten erhöhten sich im zweiten Quartal 2019 um 20,1 % von 721,7 Mio. EUR auf 866,9 Mio. EUR, womit die Bruttogewinnmarge unverändert bei 45,7 % lag (Vorjahr: 45,7 %).

Die Vertriebskosten stiegen um 22,7 % von 462,4 Mio. EUR auf 567,2 Mio. EUR. Dies entspricht im Verhältnis zum Umsatz einem Anstieg um 0,7 Prozentpunkte von 34,8 % auf 35,5 %. Die Vertriebskosten setzen sich zusammen aus Fulfillment- und Marketingkosten.

Die Fulfillmentkosten im Verhältnis zum Umsatz gingen im zweiten Quartal 2019 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 1,0 Prozentpunkte zurück. Der Rückgang des Fulfillmentkostenverhältnisses ist in erster Linie auf niedrigere Logistikkosten zurückzuführen, die im zweiten Quartal 2019 sowohl aus einem vorteilhaften Sortimentmix als auch einer insgesamt höheren Lagereffizienz resultieren.

Das Marketingkostenverhältnis erhöhte sich gegenüber der Vorjahresperiode um 1,7 Prozentpunkte auf 8,2 %, in erster Linie aufgrund gestiegener Ausgaben für personalisierte Werbung und Brand-Marketing. Insgesamt hat Zalando im zweiten Quartal 2019 die Einsparungen bei den Fulfillmentkosten für Marketingausgaben genutzt und damit die Investitionen in die Akquisition von Neukunden gestärkt.

Die Verwaltungskosten stiegen im zweiten Quartal 2019 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 6,0 Mio. EUR von 64,4 Mio. EUR auf 70,3 Mio. EUR, was einem Rückgang um 0,4 Prozentpunkte im Verhältnis zum Umsatz entspricht. Der Rückgang des Verwaltungskostenverhältnisses resultiert aus einem geringeren Anstieg der Personalkosten im Verhältnis zum Umsatzanstieg.

Die ersten sechs Monate 2019 entwickelten sich wie folgt: Die EBIT-Marge in Prozent vom Umsatz ist um 0,4 Prozentpunkte von 2,9 % in der ersten Jahreshälfte 2018 auf 2,5 % im Vergleichszeitraum 2019 gesunken. Die Bruttogewinnmarge erhöhte sich leicht um 0,2 Prozentpunkte auf 43,0 %. Die Vertriebskosten in Prozent vom Umsatz stiegen um 0,3 Prozentpunkte von 35,3 % in den ersten sechs Monaten 2018 auf 35,6 % in den ersten sechs Monaten 2019. Diese Entwicklung ist insbesondere auf die Marketing- und Fulfillmentkosten zurückzuführen. Das Marketingkostenverhältnis erhöhte sich im ersten Halbjahr 2019 um 0,6 Prozentpunkte auf 7,6 %, insbesondere aufgrund höherer Ausgaben für personalisierte Werbung und Brand-Marketing, während die Fulfillmentkosten in Prozent vom Umsatz sowohl aufgrund eines vorteilhaften Sortimentmixes als auch einer insgesamt höheren Lagereffizienz abnahmen (-0,3 Prozentpunkte). Gleichzeitig setzt Zalando die Ausweitung seines europaweiten Logistiknetzwerks fort und investiert weiterhin in das Leistungsversprechen an Kunden und Marken.

### **Bereinigtes EBIT**

Zur Beurteilung der operativen Leistung des Geschäfts betrachtet das Zalando-Management auch das bereinigte EBIT und die bereinigte EBIT-Marge vor Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütungen mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente, Restrukturierungskosten und nicht operativen Einmaleffekten.

Im zweiten Quartal 2019 hat Zalando ein bereinigtes EBIT von 101,7 Mio. EUR (Vorjahr: 94,0 Mio. EUR) erwirtschaftet, was einer bereinigten EBIT-Marge von 6,4 % (Vorjahr: 7,1 %) entspricht. Die Entwicklung des bereinigten EBIT und der bereinigten EBIT-Marge ist auf die zuvor genannten für das unbereinigte EBIT relevanten Faktoren sowie auf aufgrund der Gewährung von Optionen im Rahmen der neuen Vorstandsprogramme LTI 2018 und LTI 2019 gestiegene Aufwendungen aus anteilsbasierter Vergütung mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente zurückzuführen.

Das EBIT umfasst die folgenden Aufwendungen aus anteilsbasierter Vergütung mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente. Weiterführende Informationen finden sich im Anhang zum Jahresabschluss 2018 (Punkt 3.5.7 (20.)) sowie unter Punkt 2.5.3 (6.) dieses Berichts.

## Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütungen nach Funktionsbereichen

IN MIO. EUR	01.04. – 30.06.2019	01.04. – 30.06.2018	Ver- änderung	01.01. – 30.06.2019	01.01. – 30.06.2018	Ver- änderung
<b>Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütungen mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente</b>	<b>9,7</b>	<b>6,7</b>	<b>3,1</b>	<b>21,5</b>	<b>11,4</b>	<b>10,1</b>
Umsatzkosten	0,7	0,9	-0,3	1,5	1,6	-0,1
Vertriebskosten	1,8	2,4	-0,6	3,8	3,7	0,1
davon Marketingkosten	0,4	0,4	0,1	0,9	0,6	0,3
davon Fulfillmentkosten	1,4	2,0	-0,6	2,9	3,1	-0,2
Verwaltungskosten	7,3	3,4	3,9	16,2	6,1	10,1

In den ersten sechs Monaten 2019 enthält das EBIT Restrukturierungskosten in Höhe von 13,1 Mio. EUR, die in Verbindung mit der Neustrukturierung des Private-Label-Geschäfts im ersten Quartal 2019 angefallen sind (davon 10,3 Mio. EUR in den Umsatzkosten, 2,4 Mio. EUR in den Verwaltungskosten und 0,4 Mio. EUR in den Marketingkosten). Diese Kosten wurden bei der Berechnung des bereinigten EBIT ebenfalls herausgerechnet. Im ersten Halbjahr 2018 enthielt das EBIT Restrukturierungskosten in Höhe von 10,9 Mio. EUR, die insbesondere im Zuge der Neustrukturierung der Marketingabteilung angefallen sind.

### 1.2.3 Ertragslage Segmente

Die verkürzte Segmentergebnisrechnung für das zweite Quartal 2019 zeigt eine deutliche Umsatzsteigerung in den Segmenten Fashion Store und Offprice und einen deutlichen Umsatzrückgang in allen sonstigen Segmenten. Während das EBIT im Segment Fashion Store im Vergleich zum Vorjahreszeitraum stieg, ging es im Offprice-Segment und in allen sonstigen Segmenten zurück.

#### Segmententwicklung für das Quartal

##### Konzern-Segmentergebnisrechnung Q2 2019

IN MIO. EUR	Fashion Store	Offprice	Alle sonstigen Segmente	Summe	Überleitung	Summe Konzern
Umsatzerlöse	1.478,1	155,7	45,2	1.679,0	-81,7	1.597,3
davon zwischen den Segmenten	67,7	0,0	14,0	81,7	-81,7	0,0
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	95,3	5,9	-9,4	91,9	0,1	92,0
Bereinigtes EBIT	103,6	6,9	-8,9	101,6	0,1	101,7

##### Konzern-Segmentergebnisrechnung Q2 2018

IN MIO. EUR	Fashion Store	Offprice	Alle sonstigen Segmente	Summe	Überleitung	Summe Konzern
Umsatzerlöse	1.233,4	114,6	100,8	1.448,7	-118,7	1.330,0
davon zwischen den Segmenten	40,4	0,0	78,3	118,7	-118,7	0,0
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	86,6	7,1	-8,1	85,6	1,7	87,3
Bereinigtes EBIT	92,2	7,5	-7,5	92,2	1,7	94,0

Die Finanzinformationen für das Segment Fashion Store, einschließlich der Transaktionen zwischen den Segmenten, gliedern sich wie folgt in die Regionen DACH und Übriges Europa:

##### Fashion Store nach Regionen Q2 2019

IN MIO. EUR	DACH	Übriges Europa	Fashion Store
Umsatzerlöse	732,0	746,1	1.478,1
davon zwischen den Segmenten	34,5	33,2	67,7
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	63,4	32,0	95,3
Bereinigtes EBIT	67,5	36,1	103,6

## Fashion Store nach Regionen Q2 2018

IN MIO. EUR	DACH	Übriges Europa	Fashion Store
Umsatzerlöse	625,8	607,6	1.233,4
davon zwischen den Segmenten	21,3	19,1	40,4
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	57,0	29,5	86,6
Bereinigtes EBIT	60,0	32,2	92,2

Gegenüber der Vorjahresperiode sind die Umsatzerlöse im zweiten Quartal 2019 im Segment Fashion Store um 19,8 % und im Offprice-Segment um 35,9 % gestiegen, in allen sonstigen Segmenten sind sie um 55,2 % gesunken. Das Fashion Store-Segment bleibt in absoluten Werten das umsatzstärkste Segment, das Offprice-Segment verzeichnete prozentual die höchste Umsatzsteigerung. Das Umsatzwachstum im Fashion Store ist in erster Linie auf eine starke Zunahme aktiver Kunden sowie der durchschnittlichen Bestellungen pro aktivem Kunden zurückzuführen. Das Umsatzwachstum im Offprice-Segment resultiert hauptsächlich aus der positiven Entwicklung der Zalando Lounge in Deutschland und dem Wachstum in deren jüngeren Märkten Polen und Spanien. Der Umsatzrückgang in allen sonstigen Segmenten ergibt sich aus der Neustrukturierung des Private-Label-Geschäfts im ersten Quartal 2019, das im zweiten Quartal 2019 unter einer neuen Ausrichtung in das Segment Fashion Store integriert wurde.

Das Segment Fashion Store wies im zweiten Quartal 2019 eine gute Rentabilität auf und erwirtschaftete eine EBIT-Marge von 6,5 %, ein leichter Rückgang von 0,6 Prozentpunkten im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Das Offprice-Segment verbuchte ein EBIT von 5,9 Mio. EUR, wobei die EBIT-Marge, in erster Linie bedingt durch höhere Fulfillment- und Verwaltungskosten, von hohen 6,2 % im Vorjahreszeitraum auf 3,8 % im zweiten Quartal 2019 zurückging. Alle sonstigen Segmente verzeichneten insgesamt einen Rückgang um 12,8 Prozentpunkte, was im zweiten Quartal 2019 aufgrund der Verlagerung des neu ausgerichteten Private-Label-Geschäfts in das Fashion Store-Segment, zu einer EBIT-Marge von -20,9 % führte. Dem standen Einsparungen in den Emerging Businesses gegenüber. Die im ersten Quartal 2019 angefallenen Restrukturierungskosten in Verbindung mit der Neustrukturierung des Private-Label-Geschäfts in Höhe von 13,1 Mio. EUR wurden in allen sonstigen Segmenten erfasst.

## Segmententwicklung für das erste Halbjahr

### Konzern-Segmentergebnisrechnung 1. Halbjahr 2019

IN MIO. EUR	Fashion Store	Offprice	Alle sonstigen Segmente	Summe	Überleitung	Summe Konzern
Umsatzerlöse	2.746,6	292,5	147,8	3.186,9	-211,4	2.975,5
davon zwischen den Segmenten	124,2	0,0	87,2	211,4	-211,4	0,0
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	94,4	8,6	-30,0	73,1	0,6	73,6
Bereinigtes EBIT	112,0	10,7	-15,1	107,6	0,6	108,1

### Konzern-Segmentergebnisrechnung 1. Halbjahr 2018

IN MIO. EUR	Fashion Store	Offprice	Alle sonstigen Segmente	Summe	Überleitung	Summe Konzern
Umsatzerlöse	2.327,3	235,0	200,6	2.762,9	-236,8	2.526,0
davon zwischen den Segmenten	80,8	0,0	156,0	236,8	-236,8	0,0
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	72,5	15,2	-17,6	70,0	2,1	72,1
Bereinigtes EBIT	92,0	16,0	-15,8	92,3	2,1	94,4

### Fashion Store nach Regionen 1. Halbjahr 2019

IN MIO. EUR	DACH	Übriges Europa	Fashion Store
Umsatzerlöse	1.353,7	1.392,9	2.746,6
davon zwischen den Segmenten	62,8	61,4	124,2
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	85,0	9,4	94,4
Bereinigtes EBIT	93,8	18,2	112,0

### Fashion Store nach Regionen 1. Halbjahr 2018

IN MIO. EUR	DACH	Übriges Europa	Fashion Store
Umsatzerlöse	1.177,8	1.149,5	2.327,3
davon zwischen den Segmenten	42,2	38,6	80,8
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	67,1	5,3	72,5
Bereinigtes EBIT	76,7	15,4	92,0



Im Segment Fashion Store erhöhte sich der Umsatz in den ersten sechs Monaten 2019 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 18,0 %. Damit bleibt das Fashion Store-Segment in absoluten Werten das umsatzstärkste Segment. Das Offprice-Segment erzielte ein Umsatzwachstum von 24,5 %, in allen sonstigen Segmenten ging das Umsatzwachstum aus den zuvor genannten Gründen um 26,3 % zurück.

Die EBIT-Marge im Segment Fashion Store erhöhte sich leicht von 3,1 % im ersten Halbjahr 2018 um 0,3 Prozentpunkte auf 3,4 % im ersten Halbjahr 2019. Hauptgrund für diese Verbesserung war eine höhere Bruttogewinnmarge, die durch ein höheres Marketingkostenverhältnis teilweise kompensiert wurde. Das Offprice-Segment verzeichnete eine EBIT-Marge von 3,0 %. Der Rückgang von den hohen 6,5 % im Vorjahreszeitraum ist in erster Linie auf höhere Fulfillmentkosten aufgrund der Erschließung neuer Märkte und des Ausbaus neuer Logistikzentren zurückzuführen. Hauptsächlich bedingt durch die Verlagerung des neuausgerichteten Private-Label-Geschäfts in das Fashion Store-Segment und teilweise kompensiert durch die Einsparungen in den Emerging Businesses fiel die EBIT-Marge in allen sonstigen Segmenten in den ersten sechs Monaten 2019 im Vergleich zu den ersten sechs Monaten 2018 um 11,5 Prozentpunkte auf -20,3 %.

### Bereinigtes EBIT

Das EBIT umfasst die folgenden Aufwendungen aus anteilsbasierter Vergütung mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente:

#### Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütungen nach Segmenten

IN MIO. EUR	01.04. – 30.06.2019	01.04. – 30.06.2018	Ver- änderung	01.01. – 30.06.2019	01.01. – 30.06.2018	Ver- änderung
<b>Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütung mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente</b>	<b>9,7</b>	<b>6,7</b>	<b>3,1</b>	<b>21,5</b>	<b>11,4</b>	<b>10,1</b>
Fashion Store	8,3	5,7	2,6	17,6	9,6	8,0
Offprice	1,0	0,4	0,5	2,1	0,7	1,4
Alle sonstigen Segmente	0,5	0,6	-0,1	1,8	1,1	0,7

Ferner enthält das EBIT die oben genannten, im ersten Quartal 2019 in allen sonstigen Segmenten in Verbindung mit der Neustrukturierung des Private-Label-Geschäfts angefallenen Restrukturierungskosten in Höhe von 13,1 Mio. EUR. Im Vorjahreszeitraum umfasste das EBIT Restrukturierungskosten in Höhe von 10,0 Mio. EUR im Segment Fashion Store, 0,1 Mio. EUR im Segment Offprice und 0,8 Mio. EUR in allen sonstigen Segmenten.

Das Fashion Store-Segment erzielte im zweiten Quartal 2019 eine bereinigte EBIT-Marge von 7,0 %, was einem Rückgang um 0,5 Prozentpunkte im Vergleich zum Vorjahreszeitraum entspricht. Das Offprice-Segment erwirtschaftete eine bereinigte EBIT-Marge von 4,4 %, ein Rückgang um 2,1 Prozentpunkte gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Alle sonstigen Segmente verzeichneten im zweiten Quartal 2019 einen Rückgang um 12,3 Prozentpunkte auf eine bereinigte EBIT-Marge von -19,7 %. Die Entwicklung des bereinigten EBIT und der bereinigten EBIT-Marge resultierte beinahe ausschließlich aus den oben genannten für das unbereinigte EBIT relevanten Faktoren.

### 1.2.4 Finanzlage

Die Liquiditätssituation und die finanzielle Entwicklung des Zalando-Konzerns werden anhand der nachfolgenden verkürzten Kapitalflussrechnung aufgezeigt.

#### Verkürzte Kapitalflussrechnung

IN MIO EUR	01.04. – 30.06.2019	01.04. – 30.06.2018	01.01. – 30.06.2019	01.01. – 30.06.2018
<b>Mittelveränderung aus laufender Geschäftstätigkeit</b>	<b>143,2</b>	<b>80,7</b>	<b>84,6</b>	<b>4,7</b>
<b>Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit</b>	<b>-56,8</b>	<b>-67,0</b>	<b>-81,1</b>	<b>-93,3</b>
<b>Mittelzufluss aus der Finanzierungstätigkeit</b>	<b>-3,5</b>	<b>-64,7</b>	<b>-46,1</b>	<b>-98,3</b>
Zahlungswirksame Veränderungen des Finanzmittelfonds	82,9	-51,0	-42,6	-186,9
Wechselkursbedingte und sonstige Veränderung des Finanzmittelbestands	1,6	-1,9	2,0	-3,1
Finanzmittelfonds am Anfang der Periode	869,8	927,7	995,0	1.064,7
<b>Finanzmittelfonds am 30.06.</b>	<b>954,4</b>	<b>874,7</b>	<b>954,4</b>	<b>874,7</b>

Zalando hat im zweiten Quartal 2019 einen positiven Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit von 143,2 Mio. EUR (Vorjahreszeitraum: 80,7 Mio. EUR) erwirtschaftet. Der Anstieg um 62,6 Mio. EUR im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ist im Wesentlichen auf die Entwicklung des Umlaufvermögens zurückzuführen, das im zweiten Quartal 2019 zurückgegangen ist, im Vorjahreszeitraum aber zugenommen hatte. Dieser Anstieg wurde durch die gegenläufige Entwicklung der Umsatzsteuersalden teilweise kompensiert. Ferner enthält der Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit die Auswirkung der Umgliederung von Leasingzahlungen. Gemäß dem neuen Rechnungslegungsstandard zu Leasingverhältnissen (IFRS 16) werden Auszahlungen im Rahmen von Leasingverträgen im Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit erfasst, wenn es sich um Tilgungszahlungen in Verbindung mit Leasingverbindlichkeiten handelt (Q2 2019: 12,8 Mio. EUR), und im Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit, wenn es sich um Zinszahlungen in Verbindung mit Leasingverbindlichkeiten handelt (Q2 2019: 2,9 Mio. EUR). In früheren Perioden wurden Leasingzahlungen vollständig in den Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit einbezogen.

Der Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit wird insbesondere vom Capex beeinflusst, d. h. von den Investitionen in das Sachanlagevermögen und immaterielle Vermögenswerte, ohne Zahlungen für Akquisitionen, der sich auf 55,1 Mio. EUR (Vorjahreszeitraum: 67,0 Mio. EUR) belief. Der Capex umfasste in erster Linie Investitionen in die Logistikinfrastruktur in Höhe von 36,2 Mio. EUR, die insbesondere die Logistikzentren in Verona (Nogarole Rocca), Lodz (Gluchow) und Olsztynek betreffen, sowie Investitionen in die intern entwickelte Software in Höhe von 14,6 Mio. EUR.

Infolgedessen erhöhte sich der frei verfügbare Cashflow im zweiten Quartal 2019 um 72,8 Mio. EUR von 13,7 Mio. EUR im Vorjahreszeitraum auf 86,5 Mio. EUR.

Der Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit umfasst Einzahlungen aus Kapitalerhöhungen in Höhe von 9,9 Mio. EUR (Vorjahreszeitraum: 2,9 Mio. EUR). Des Weiteren sind darin Mittelabflüsse für Tilgungszahlungen in Verbindung mit Leasingverbindlichkeiten (12,8 Mio. EUR) enthalten.

Im Vorjahreszeitraum wurden sämtliche Leasingzahlungen im Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit erfasst (siehe oben). Im zweiten Quartal 2019 fand kein Rückerwerb eigener Aktien statt, wohingegen im zweiten Quartal 2018 eigene Aktien im Wert von 66,9 Mio. EUR zurückerworben wurden.

Die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente stiegen im zweiten Quartal um 84,5 Mio. EUR, sodass Zalando zum 30. Juni 2019 über Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente in Höhe von 954,4 Mio. EUR verfügt.

### 1.2.5 Vermögenslage

Die Vermögenslage des Konzerns wird in folgender verkürzter Bilanz dargestellt.

#### Aktiva

IN MIO. EUR	30.06.2019		31.12.2018		Veränderung	
Langfristige Vermögenswerte	1.289,6	34,1%	760,2	23,5%	529,4	69,6%
Kurzfristige Vermögenswerte	2.497,5	65,9%	2.473,5	76,5%	24,0	1,0%
<b>Gesamtvermögen</b>	<b>3.787,2</b>	<b>100,0%</b>	<b>3.233,7</b>	<b>100,0%</b>	<b>553,4</b>	<b>17,1%</b>

#### Passiva

IN MIO. EUR	30.06.2019		31.12.2018		Veränderung	
Eigenkapital	1.570,3	41,5%	1.549,1	47,9%	21,2	1,4%
Langfristige Verbindlichkeiten	498,6	13,2%	70,9	2,2%	427,7	603,0%
Kurzfristige Verbindlichkeiten	1.718,3	45,4%	1.613,7	49,9%	104,6	6,5%
<b>Gesamtkapital</b>	<b>3.787,2</b>	<b>100,0%</b>	<b>3.233,7</b>	<b>100,0%</b>	<b>553,4</b>	<b>17,1%</b>

Das Gesamtvermögen hat sich im Vergleich zum 31. Dezember 2018 um 553,4 Mio. EUR erhöht. Langfristige Vermögenswerte, Nettoumlaufvermögen, Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente sowie Eigenkapital sind die wesentlichsten Bilanzpositionen. Die Bilanzierung von Leasingverhältnissen wurde 2019 gemäß dem neuen Rechnungslegungsstandard für Leasingverhältnisse (IFRS 16) geändert. Dies wirkte sich erheblich auf die Bilanz aus und führte zum Ende des zweiten Quartals 2019 zur Erfassung eines Nutzungsrechts in Höhe von 477,5 Mio. EUR und einer Gesamtleasingverbindlichkeit (kurzfristig und langfristig) in Höhe von 494,6 Mio. EUR. Weiterführende Informationen finden sich im verkürzten Konzernanhang (Punkt 2.5.1). Leasinggegenstände betreffen in erster Linie Leasingverträge für Logistikzentren und Bürogebäude.

Im ersten Halbjahr 2019 wurden insgesamt Zugänge in das Sachanlagevermögen in Höhe von 50,3 Mio. EUR (Vorjahr: 100,2 Mio. EUR) in erster Linie in Verbindung mit den Logistikzentren in Verona (Nogarole Rocca), Olsztynek und Lodz (Gluchow) verzeichnet.

Das Vorratsvermögen umfasst im Wesentlichen Waren für das Handelsgeschäft von Zalando. Der Anstieg der Vorräte um 43,4 Mio. EUR auf 862,9 Mio. EUR spiegelt das allgemein höhere Geschäftsvolumen wider und wurde durch den starken Verkauf von Waren aus der Frühjahr-/Sommerkollektion 2019 teilweise kompensiert.

Das Eigenkapital erhöhte sich in der ersten Jahreshälfte 2019 von 1.549,1 Mio. EUR auf 1.570,3 Mio. EUR. Die Erhöhung um 21,2 Mio. EUR resultiert hauptsächlich aus dem positiven Periodenergebnis sowie den erhaltenen Zahlungen des Ausübungspreises für Mitarbeiteraktienoptionen, teilweise kompensiert durch

den Rückerwerb eigener Aktien. Die Eigenkapitalquote reduzierte sich im Berichtszeitraum infolge des insbesondere durch die Erstanwendung von IFRS 16 höheren Gesamtvermögens von 47,9 % zum Jahresanfang auf 41,5 % zum 30. Juni 2019.

Zum 30. Juni 2019 bestehen Leasingverbindlichkeiten mit einem Buchwert in Höhe von 494,6 Mio. EUR, wovon 433,0 Mio. EUR auf langfristige und 61,6 Mio. EUR auf kurzfristige Leasingverbindlichkeiten entfallen. Sie spiegeln die abgezinsten finanziellen Verpflichtungen wider, die sich gemäß IFRS 16 aus Leasingverträgen ergeben.

Die kurzfristigen Schulden haben sich im Berichtszeitraum um 104,6 Mio. EUR erhöht. Dieser Anstieg ist neben dem Effekt des erstmaligen Ansatzes kurzfristiger Leasingverbindlichkeiten insbesondere auf die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen zurückzuführen, die hauptsächlich aufgrund des Saisonwechsels um 44,4 Mio. EUR gestiegen sind. Zum 30. Juni 2019 hatten bestimmte Lieferanten ihre Forderungen gegen Zalando in einem Umfang von 368,8 Mio. EUR im Rahmen von Reverse-Factoring-Verträgen an verschiedene Factoring-Anbieter übertragen (31. Dezember 2018: 374,6 Mio. EUR). Der Ausweis in der Bilanz erfolgte unter den Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und ähnlichen Schulden.

Das Nettoumlaufvermögen, das sich aus den Vorräten sowie den Forderungen aus Lieferungen und Leistungen abzüglich der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und ähnlichen Schulden zusammensetzt, erhöhte sich leicht von -84,3 Mio. EUR zum 31. Dezember 2018 auf -78,6 Mio. EUR zum 30. Juni 2019 und befindet sich damit insgesamt auf dem Niveau des Vergleichszeitraums.

### **Gesamtaussage**

Der Vorstand beurteilt die Geschäftsentwicklung in den ersten beiden Quartalen 2019 als positiv. Der Zalando-Konzern konnte das GMV und die Umsätze entsprechend den Erwartungen des Managements steigern und Marktanteile hinzugewinnen. Die EBIT-Marge hat sich aufgrund der Investitionen in das Leistungsangebot an die Kunden wie erwartet leicht verringert. Insgesamt kann Zalando auf eine erfolgreiche erste Jahreshälfte 2019 zurückblicken.

#### **1.2.6 Mitarbeiter**

Die Anzahl der Mitarbeiter ging zum 30. Juni 2019 deutlich um 1.654 auf 13.965 Mitarbeiter gegenüber 15.619 Mitarbeitern zum 31. Dezember 2018 zurück, was in erster Linie durch den Personlrückgang im Bereich Operations bedingt ist, insbesondere durch die Auslagerung des Lagerstandortes Brieselang.

### 1.3 Nachtragsbericht

Vorgänge von besonderer Bedeutung, die nach dem Abschlussstichtag eingetreten sind und wesentlichen Einfluss auf die Darstellung der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns haben könnten, haben sich nicht ergeben.

### 1.4 Risiko- und Chancenbericht

Risiken, die den Fortbestand von Zalando gefährden können, sind nicht ersichtlich. Im Vergleich zu dem im Geschäftsbericht 2018 enthaltenen Risiko- und Chancenbericht haben sich die folgenden wesentlichen Änderungen innerhalb des Top-Risikobereichs und des Signifikanten-Risikobereichs ergeben.

Gegenüber der Beurteilung im Geschäftsbericht 2018 wird das Top-Risiko „Begrenzte Kapazitäten bei Logistikdienstleistern“ nicht mehr als Top-Risiko für Zalando betrachtet, da die weitere Diversifizierung von Dienstleistern für die letzte Meile, ein Anstieg der Anzahl an Versandtaschen sowie verbesserte Logistikprognosen zu einer gemäß Beurteilung geringeren Auswirkung im einjährigen Bewertungszeitraum führten.

## 1.5 Prognosebericht

### 1.5.1 Künftige gesamtwirtschaftliche und branchenbezogene Situation

Die Europäische Kommission rechnet in ihrer Prognose für dieses Jahr mit einem BIP-Wachstum von 1,4 % in der EU und von 1,2 % in der Eurozone. Da sich die Schwäche des weltweiten Handels und Wachstums voraussichtlich fortsetzen wird, wird sich das Wirtschaftswachstum in Europa vollständig auf innereuropäische Aktivitäten stützen. Die Zunahme der Beschäftigung, steigende Löhne, eine geringe Inflation, günstige Finanzierungsbedingungen sowie unterstützende finanzpolitische Maßnahmen in einigen Mitgliedstaaten zählen zu den wichtigsten Treibern für eine weiterhin hohe europäische Nachfrage. Es wird erwartet, dass, unterstützt durch weltweit verbesserte finanzielle Bedingungen und politische Anreize in einigen Schwellenländern, nachteilige Faktoren in Europa voraussichtlich abklingen und die Wirtschaftsaktivitäten außerhalb der EU 2020 wiederbelebt werden. In Deutschland wurde die Zwischenprognose für das BIP-Wachstum für 2019 von 1,1 % auf 0,5 % nach unten korrigiert. Unter der Annahme einer allmählichen Erholung des Außenhandels im späteren Jahresverlauf und einer kräftigen Zunahme des privaten Konsums, unterstützt durch eine finanzpolitische Expansion und steigende Einkommen, wird sich das BIP 2020 voraussichtlich bei 1,5 % festigen.

Der europäische Einzelhandel soll 2019 erwartungsgemäß ein Wachstum von 1,6 % erreichen, während dem europäischen Online-Handel ein anhaltendes Wachstum von 10,4 % im Jahresvergleich prognostiziert wird. Für den Einzelhandel in Deutschland zeichnet sich mit einer Wachstumsrate von rund 2,2 % im Jahr 2019 ein etwas besseres Bild ab. Für den Online-Handel wird hingegen ein Wachstum von 8,8 % erwartet. Ähnlich wird auf europäischer Ebene eine Stagnation der Modeverkäufe prognostiziert (+1,2 % gegenüber dem Vorjahr), in Deutschland werden die Modeverkäufe voraussichtlich um 0,3 % zunehmen. Im Gegensatz dazu werden sich die Online-Modeverkäufe in Europa 2019 voraussichtlich um ca. 9,8 % erhöhen, für Deutschland wird von einem Marktwachstum von 5,1 % gegenüber dem Vorjahr ausgegangen.

Mit der Weiterentwicklung von E-Commerce-Modellen und der zunehmenden Offenheit der Konsumenten gegenüber dem Onlineshopping erwartet Zalando, dass der Online-Anteil im Modehandel auch 2019 weiter stark ansteigen wird. Zalando sieht sich mit seiner hohen Markenbekanntheit in Europa, seinem großen Kundenstamm, guten Lieferantenbeziehungen und der bereits aufgebauten Infrastruktur sowie seinen Kapazitäten im Hinblick auf Mode und Mobiltechnologie gut positioniert, um von diesen günstigen Marktgegebenheiten für den Online-Handel zu profitieren.

### 1.5.2 Prognose

Die Prognose hat sich gegenüber der im Geschäftsbericht 2018 enthaltenen Prognose für 2019 verändert.

Nach einem starken ersten Halbjahr 2019 hebt Zalando den Gewinnausblick für das Gesamtjahr an und erwartet ein bereinigtes EBIT in der oberen Hälfte der Spanne zwischen 175-225 Mio. Euro (zuvor: zwischen 175-225 Mio. Euro) (EBIT in der oberen Hälfte der Spanne zwischen 115-165 Mio. Euro). Das Unternehmen erwartet weiterhin ein GMV-Wachstum von 20-25% und nun ein Umsatzwachstum rund um das untere Ende (zuvor: am unteren Ende) dieser Spanne.

Zalando plant weiterhin mit Investitionen in Höhe von rund 300 Mio. Euro für das Geschäftsjahr 2019.

### 1.5.3 Gesamtaussage des Vorstands der ZALANDO SE

Zusammengefasst zeigt die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage, dass sich der Konzern zum Zeitpunkt der Erstellung des Berichts für die erste Hälfte des Geschäftsjahres 2019 weiterhin in einer positiven wirtschaftlichen Lage befand.

Berlin, 30. Juli 2019

Der Vorstand

Robert Gentz

David Schneider

Rubin Ritter

James Freeman II

David Schröder



# Konzern- Zwischen- abschluss



## 2.1 Konzern-Gesamtergebnisrechnung

### Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung\*

IN MIO. EUR	Anhang	01.04. – 30.06.2019	01.04. – 30.06.2018	01.01. – 30.06.2019	01.01. – 30.06.2018
Umsatzerlöse	(1.)	1.597,3	1.330,0	2.975,5	2.526,0
Umsatzkosten	(2.)	-866,9	-721,7	-1.695,7	-1.443,6
<b>Bruttoergebnis vom Umsatz</b>		<b>730,4</b>	<b>608,4</b>	<b>1.279,8</b>	<b>1.082,4</b>
Vertriebskosten		-567,2	-462,4	-1.060,1	-892,1
Verwaltungskosten		-70,3	-64,4	-148,1	-125,4
Sonstige betriebliche Erträge		3,8	6,7	9,0	9,4
Sonstige betriebliche Aufwendungen		-4,6	-1,0	-7,1	-2,2
<b>Betriebliches Ergebnis (EBIT)</b>		<b>92,0</b>	<b>87,3</b>	<b>73,6</b>	<b>72,1</b>
Zinsertrag		3,0	1,0	5,4	2,3
Zinsaufwand		-6,8	-3,3	-13,0	-6,8
Ergebnis aus nach der Equity-Methode bilanzierten Finanzanlagen		-2,7	0,0	-3,4	0,0
Übriges Finanzergebnis		0,9	1,7	2,4	0,4
<b>Finanzergebnis</b>		<b>-5,7</b>	<b>-0,6</b>	<b>-8,5</b>	<b>-4,0</b>
<b>Ergebnis vor Steuern (EBT)</b>		<b>86,3</b>	<b>86,7</b>	<b>65,1</b>	<b>68,1</b>
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	(3.)	-40,8	-34,9	-37,2	-31,4
<b>Periodenergebnis</b>		<b>45,5</b>	<b>51,8</b>	<b>27,9</b>	<b>36,7</b>
Davon den Anteilseignern der ZALANDO SE zuzurechnendes Periodenergebnis		45,5	51,9	27,9	36,9
Davon den nicht beherrschenden Anteilen zuzurechnendes Periodenergebnis		0,0	-0,1	0,0	-0,2
Periodenergebnis in Prozent vom Umsatz		2,8%	3,9%	0,9%	1,5%
Unverwässertes Ergebnis je Aktie (in EUR)	(4.)	0,18	0,21	0,11	0,15
Verwässertes Ergebnis je Aktie (in EUR)	(4.)	0,18	0,20	0,11	0,14

\* Die Zahlen für 2019 beinhalten Effekte aus der erstmaligen Anwendung von IFRS 16 (siehe Punkt 2.5.1 für weitere Informationen).

## 2.1 KONZERN-GESAMTERGEBNISRECHNUNG

## Konzern-Gesamtergebnisrechnung

IN MIO. EUR	01.04. – 30.06.2019	01.04. – 30.06.2018	01.01. – 30.06.2019	01.01. – 30.06.2018
<b>Periodenergebnis</b>	<b>45,5</b>	<b>51,8</b>	<b>27,9</b>	<b>36,7</b>
<b>Posten, die in Folgeperioden in das Periodenergebnis umgegliedert werden</b>				
Effektiver Teil der Gewinne / Verluste aus Cashflow Hedges nach Steuern	5,5	-0,9	-7,7	0,6
Währungsumrechnungsdifferenzen ausländischer Jahresabschlüsse	2,1	-2,3	1,6	-3,1
<b>Sonstiges Ergebnis</b>	<b>7,7</b>	<b>-3,2</b>	<b>-6,0</b>	<b>-2,5</b>
<b>Gesamtergebnis</b>	<b>53,2</b>	<b>48,6</b>	<b>21,8</b>	<b>34,3</b>
Davon den Anteilseignern der ZALANDO SE zuzurechnendes Gesamtergebnis	53,2	48,7	21,9	34,4
Davon den nicht beherrschenden Anteilen zuzurechnendes Gesamtergebnis	0,0	-0,1	0,0	-0,2

## 2.2 Konzernbilanz

### Konzernbilanz – Aktiva\*

IN MIO. EUR	Anhang	30.06.2019	31.12.2018
<b>Langfristige Vermögenswerte</b>			
Immaterielle Vermögenswerte		181,5	189,1
Sachanlagen		599,3	546,4
Finanzielle Vermögenswerte		13,8	13,7
Vermögenswerte aus Nutzungsrechten		477,5	n.a.
Latente Steueransprüche		2,9	2,3
Nicht finanzielle Vermögenswerte		13,0	3,8
Nach der Equity-Methode bilanzierte Finanzanlagen		1,6	5,0
		<b>1.289,6</b>	<b>760,2</b>
<b>Kurzfristige Vermögenswerte</b>			
Vorräte		862,9	819,5
Geleistete Anzahlungen		0,2	13,2
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen		401,8	395,1
Sonstige finanzielle Vermögenswerte		41,7	59,3
Sonstige nicht finanzielle Vermögenswerte		236,4	191,4
Liquide Mittel		954,4	995,0
		<b>2.497,5</b>	<b>2.473,5</b>
<b>Bilanzsumme</b>		<b>3.787,2</b>	<b>3.233,7</b>

\*) Die Zahlen für 2019 beinhalten Effekte aus der erstmaligen Anwendung von IFRS 16 (siehe Punkt 2.5.1 für weitere Informationen).

## 2.2 KONZERNBILANZ

## Konzernbilanz – Passiva\*

IN MIO. EUR	Anhang	30.06.2019	31.12.2018
<b>Eigenkapital</b>			
Gezeichnetes Kapital		247,5	247,9
Kapitalrücklage		1.155,3	1.155,6
Sonstige Rücklagen		-11,0	-4,9
Gewinnrücklagen		178,6	150,7
<b>Auf die Anteilseigner der ZALANDO SE entfallendes Eigenkapital</b>		<b>1.570,4</b>	<b>1.549,2</b>
Anteil von nicht beherrschenden Gesellschaftern		-0,2	-0,1
	(5.)	<b>1.570,3</b>	<b>1.549,1</b>
<b>Langfristige Schulden</b>			
Rückstellungen		34,3	34,0
Leasingverbindlichkeiten		433,0	n.a.
Finanzverbindlichkeiten		4,1	5,6
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten		7,3	2,4
Sonstige nicht finanzielle Verbindlichkeiten		1,2	5,5
Latente Steuerschulden		18,7	23,5
		<b>498,6</b>	<b>70,9</b>
<b>Kurzfristige Schulden</b>			
Rückstellungen		0,2	0,1
Leasingverbindlichkeiten		61,6	n.a.
Finanzverbindlichkeiten		3,1	2,8
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und ähnliche Schulden	(7.)	1.343,4	1.298,9
Erhaltene Anzahlungen	(7.)	36,7	36,1
Verbindlichkeiten aus Ertragsteuern		12,8	27,7
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten		119,8	104,6
Sonstige nicht finanzielle Verbindlichkeiten		140,7	143,5
		<b>1.718,3</b>	<b>1.613,7</b>
<b>Bilanzsumme</b>		<b>3.787,2</b>	<b>3.233,7</b>

\*) Die Zahlen für 2019 beinhalten Effekte aus der erstmaligen Anwendung von IFRS 16 (siehe Punkt 2.5.1 für weitere Informationen).

## 2.3 Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung

### Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung 2019

IN MIO. EUR	Anhang	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklage
<b>Stand 01.01.2019</b>		<b>247,9</b>	<b>1.155,6</b>
Periodenergebnis		0,0	0,0
Sonstiges Ergebnis		0,0	0,0
<b>Gesamtergebnis</b>		<b>0,0</b>	<b>0,0</b>
Kapitalerhöhung	(5.)	1,0	15,5
Rückerwerb von eigenen Aktien	(5.)	-1,4	-37,3
Anteilsbasierte Vergütungen		0,0	21,5
Änderung durch Erlangung von Beherrschung		0,0	0,0
<b>Stand 30.06.2019</b>		<b>247,5</b>	<b>1.155,3</b>

### Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung 2018

IN MIO. EUR	Anhang	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklage
<b>Stand 01.01.2018</b>		<b>247,2</b>	<b>1.181,6</b>
Periodenergebnis		0,0	0,0
Sonstiges Ergebnis		0,0	0,0
<b>Gesamtergebnis</b>		<b>0,0</b>	<b>0,0</b>
Kapitalerhöhung	(5.)	1,1	5,1
Rückerwerb von eigenen Aktien	(5.)	-2,2	-97,8
Anteilsbasierte Vergütungen		0,0	11,4
Änderung durch Erlangung von Beherrschung		0,0	0,0
<b>Stand 30.06.2018</b>		<b>246,0</b>	<b>1.100,2</b>

## 2.3 KONZERN-EIGENKAPITALVERÄNDERUNGSRECHNUNG

Sonstige Rücklagen						Summe
Cashflow Hedges	Währungs- umrechnung	Gewinnrücklagen	Anteilseigner der ZALANDO SE	Nicht beherrschende Anteile		
-5,0	0,1	150,7	1.549,2	-0,2	1.549,1	
0,0	0,0	27,9	27,9	0,0	27,9	
-7,7	1,6	0,0	-6,0	0,0	-6,0	
-7,7	1,6	27,9	21,9	0,0	21,8	
0,0	0,0	0,0	16,6	0,0	16,6	
0,0	0,0	0,0	-38,8	0,0	-38,8	
0,0	0,0	0,0	21,5	0,0	21,5	
0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
-12,7	1,8	178,6	1.570,4	-0,2	1.570,3	

Sonstige Rücklagen						Summe
Cashflow Hedges	Währungs- umrechnung	Gewinnrücklagen	Anteilseigner der ZALANDO SE	Nicht beherrschende Anteile		
7,6	1,2	100,7	1.538,2	-0,1	1.538,1	
0,0	0,0	36,9	36,9	-0,2	36,7	
0,6	-3,1	0,0	-2,4	0,0	-2,4	
0,6	-3,1	36,9	34,4	-0,2	34,3	
0,0	0,0	0,0	6,2	0,0	6,2	
0,0	0,0	0,0	-100,1	0,0	-100,1	
0,0	0,0	0,0	11,4	0,0	11,4	
0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1	
8,2	-1,9	137,6	1.490,1	-0,2	1.489,9	

## 2.4 Konzern-Kapitalflussrechnung

### Konzern-Kapitalflussrechnung\*

IN MIO. EUR	Anhang	01.04. – 30.06.2019	01.04. – 30.06.2018	01.01. – 30.06.2019	01.01. – 30.06.2018
1.	Periodenergebnis	45,5	51,8	27,9	36,7
2. +	Zahlungsunwirksamer Aufwand aus anteilsbasierten Vergütungen	9,7	6,7	21,5	11,4
3. +	Abschreibungen auf Sachanlagen, Vermögenswerte aus Nutzungsrechten und immaterielle Vermögenswerte	51,3	19,6	94,1	37,5
4. +	Steuern vom Einkommen und Ertrag	(3.) 40,8	34,9	37,2	31,4
5. -	Gezahlte Steuern vom Einkommen und Ertrag, abzüglich Erstattungen	-40,5	-10,3	-53,8	-20,7
6. +/-	Zunahme / Abnahme der Rückstellungen	0,2	0,0	0,4	0,1
7. +/-	Sonstige zahlungsunwirksame Erträge / Aufwendungen	6,2	-0,4	6,5	0,6
8. +/-	Abnahme / Zunahme der Vorräte	122,5	77,8	-43,4	-34,4
9. +/-	Abnahme / Zunahme der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	-25,3	-16,1	-6,8	-32,1
10. +/-	Zunahme / Abnahme der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und ähnlichen Schulden	(7.) -41,8	-117,8	33,1	-25,5
11. +/-	Zunahme / Abnahme der sonstigen Aktiva / Passiva	-25,4	34,6	-32,1	-0,2
<b>12. =</b>	<b>Mittelzufluss aus laufender Geschäftstätigkeit</b>	<b>(8.) 143,2</b>	<b>80,7</b>	<b>84,6</b>	<b>4,7</b>
13. +	Erlöse aus dem Abgang langfristiger Vermögenswerte	0,0	0,0	22,5	0,0
14. -	Auszahlungen für Investitionen in das Sachanlagevermögen	-38,3	-55,9	-66,9	-85,1
15. -	Auszahlungen für Investitionen in immaterielle Vermögenswerte	-16,8	-11,1	-30,5	-23,6
16. -	Auszahlungen für den Erwerb von Anteilen an assoziierten Unternehmen sowie den Erwerb von Unternehmen und Anzahlungen für entsprechende Erwerbe	-1,7	0,0	-1,7	-4,5
17. +/-	Einzahlungen aus / Auszahlungen für Investitionen in Termingelder	0,0	0,0	-5,0	20,0
18. +/-	Änderung von Zahlungsmitteln, die einer Verfügungsbeschränkung unterliegen	0,0	0,0	0,4	0,0
<b>19. =</b>	<b>Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit</b>	<b>(8.) -56,8</b>	<b>-67,0</b>	<b>-81,1</b>	<b>-93,3</b>

\*) Die Zahlen für 2019 beinhalten Effekte aus der erstmaligen Anwendung von IFRS 16 (siehe Punkt 2.5.1 für weitere Informationen).



## 2.4 KONZERN-KAPITALFLUSSRECHNUNG

## Konzern-Kapitalflussrechnung\*

IN MIO. EUR	Anhang	01.04. – 30.06.2019	01.04. – 30.06.2018	01.01. – 30.06.2019	01.01. – 30.06.2018
20. +	Einzahlungen aus Kapitalerhöhungen der Anteilseigner abzüglich Transaktionskosten	9,9	2,9	16,6	2,9
21. -	Rückerwerb von eigenen Aktien	0,0	-66,9	-38,8	-100,1
22. -	Auszahlungen für die Tilgung von Krediten	-0,7	-0,7	-1,1	-1,1
23. -	Auszahlungen für die Tilgung der Leasingverbindlichkeiten	-12,8	n.a.	-22,8	n.a.
<b>24. =</b>	<b>Mittelabfluss aus der Finanzierungstätigkeit</b>	<b>(8.)</b>	<b>-64,7</b>	<b>-46,1</b>	<b>-98,3</b>
25. =	Zahlungswirksame Veränderungen des Finanzmittelbestands	82,9	-51,0	-42,6	-186,9
26. +/-	Wechselkursbedingte Veränderung des Finanzmittelbestands	1,6	-1,9	2,0	-3,1
27. +	Verfügbarer Finanzmittelbestand zu Beginn der Periode	869,8	927,7	995,0	1.064,7
<b>28. =</b>	<b>Verfügbarer Finanzmittelbestand am 30.06.</b>	<b>954,4</b>	<b>874,7</b>	<b>954,4</b>	<b>874,7</b>

\*) Die Zahlen für 2019 beinhalten Effekte aus der erstmaligen Anwendung von IFRS 16 (siehe Punkt 2.5.1 für weitere Informationen).

Die im Mittelzufluss und Mittelabfluss aus laufender Geschäftstätigkeit enthaltenen gezahlten bzw. erhaltenen Zinsen stellen sich im ablaufenden Geschäftsjahr wie folgt dar:

## Zahlungswirksame Zinsen\*

IN MIO. EUR	01.04. – 30.06.2019	01.04. – 30.06.2018	01.01. – 30.06.2019	01.01. – 30.06.2018
Gezahlte Zinsen	-4,7	-3,5	-10,3	-6,9
Erhaltene Zinsen	1,2	0,4	1,8	0,7
<b>Summe</b>	<b>-3,5</b>	<b>-3,1</b>	<b>-8,5</b>	<b>-6,1</b>

\*) Die Zahlen für 2019 beinhalten Effekte aus der erstmaligen Anwendung von IFRS 16 (siehe Punkt 2.5.1 für weitere Informationen).

Der frei verfügbare Cashflow lässt sich folgendermaßen aus dem Mittelzufluss und Mittelabfluss aus der laufenden Geschäftstätigkeit ermitteln:

#### Frei verfügbarer Cashflow

IN MIO. EUR	01.04. – 30.06.2019	01.04. – 30.06.2018	01.01. – 30.06.2019	01.01. – 30.06.2018
Mittelzufluss aus laufender Geschäftstätigkeit	143,2	80,7	84,6	4,7
Erlöse aus dem Abgang langfristiger Vermögenswerte	0,0	0,0	22,5	0,0
Auszahlungen für Investitionen in das Sachanlagevermögen	-38,3	-55,9	-66,9	-85,1
Auszahlungen für Investitionen in immaterielle Vermögenswerte	-16,8	-11,1	-30,5	-23,6
Auszahlungen für den Erwerb von Anteilen an assoziierten Unternehmen sowie den Erwerb von Unternehmen und Anzahlungen für entsprechende Erwerbe	-1,7	0,0	-1,7	-4,5
<b>Frei verfügbarer Cashflow</b>	<b>86,5</b>	<b>13,7</b>	<b>8,1</b>	<b>-108,5</b>

## 2.5 Verkürzter Konzernanhang

### 2.5.1 Allgemeine Angaben

Die ZALANDO SE ist eine börsennotierte europäische Aktiengesellschaft mit Sitz in Berlin, Deutschland. Die ZALANDO SE, Berlin, ist die Muttergesellschaft des Zalando-Konzerns (nachfolgend auch „Zalando“ oder „Konzern“ genannt).

Der verkürzte und ungeprüfte Konzern-Zwischenabschluss der ZALANDO SE zum 30. Juni 2019 stimmt mit den International Financial Reporting Standards (IFRS), wie sie in der EU anzuwenden sind, überein. Dieser verkürzte Konzern-Zwischenabschluss wurde unter Berücksichtigung von IAS 34 „Zwischenberichterstattung“ in Verbindung mit IAS 1 „Darstellung des Abschlusses“ erstellt. Außerdem wurden die Regelungen des Wertpapierhandelsgesetzes (WpHG) beachtet. Der verkürzte Konzern-Zwischenabschluss enthält nicht alle für einen Konzernabschluss zum Geschäftsjahresende erforderlichen Informationen und Angaben und ist daher in Verbindung mit dem Konzernabschluss zum 31. Dezember 2018 zu lesen.

#### Grundsätze der Bilanzierung und Bewertung

Die im Konzernabschluss zum 31. Dezember 2018 angewandten Rechnungslegungsgrundsätze sowie Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden werden mit Ausnahme des Standards IFRS 16 „Leasingverhältnisse“ unverändert übernommen.

Abgesehen von IFRS 16 ergaben sich aus der erstmaligen Anwendung anderer neuer Rechnungslegungsverlautbarungen im Geschäftsjahr 2019, wie es auch im Geschäftsbericht 2018 erläutert worden ist, keine wesentlichen Einflüsse auf den verkürzten Konzern-Zwischenabschluss.

Der verkürzte Konzern-Zwischenabschluss wird in Euro aufgestellt.

Aufgrund von Rundungen ist es möglich, dass eine Addition von einzelnen Zahlen zur angegebenen Summe nicht genau möglich ist und dargestellte Prozentangaben nicht genau die Zahlen widerspiegeln, auf die sie sich beziehen.

#### Änderungen durch IFRS 16

IFRS 16 „Leasingverhältnisse“ legt die Grundsätze für den Ansatz, die Bewertung, den Ausweis und die Anhangangaben bezüglich Leasingverhältnissen fest und ersetzt die früheren Standards und Interpretationen IAS 17, IFRIC 4, SIC-15 und SIC-27.

Für den Leasingnehmer sieht IFRS 16 im Gegensatz zu IAS 17 ein einziges Bilanzierungsmodell vor, das sich hauptsächlich auf die Bilanz auswirkt. Das neue Modell führt beim Leasingnehmer dazu, dass Vermögenswerte und Verbindlichkeiten aus sämtlichen Leasingvereinbarungen in der Bilanz zu erfassen sind, ausgenommen Leasingverhältnisse mit einer Laufzeit von maximal zwölf Monaten sowie Leasingverhältnisse, die geringwertige Vermögenswerte zum Gegenstand haben (Wahlrecht). Zalando hat sich dafür entschieden, diese Ausnahmeregelungen in Anspruch zu nehmen.

Dies führte auch zu Änderungen der Darstellung in der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung (unter IAS 17 wurden Leasingaufwendungen nach ihrer Funktion dargestellt; unter IFRS 16 werden Leasingaufwendungen ersetzt durch Abschreibungen auf Nutzungsrechte am Leasinggegenstand –

dargestellt nach ihrer Funktion – und Zinsaufwendungen für Leasingverbindlichkeiten – dargestellt zusammen mit den sonstigen Zinsaufwendungen) und der Konzern-Kapitalflussrechnung (der Großteil der Leasingzahlungen wird nicht mehr im Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit sondern im Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit erfasst).

Zalando hat in dem am 1. Januar 2019 beginnenden Geschäftsjahr erstmals IFRS 16 angewendet. Diese Änderung der Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden erfolgt in Übereinstimmung mit den Übergangsvorschriften in IFRS 16.C. Zalando hat die modifiziert rückwirkende Methode angewendet (d. h. Nutzungsrechte am Leasinggegenstand und Leasingverbindlichkeiten zum Zeitpunkt der erstmaligen Anwendung, dem 1. Januar 2019, erfasst), ohne die dargestellten Vergleichszahlen anzupassen. Zudem hat sich Zalando dafür entschieden, das Nutzungsrecht am Leasinggegenstand mit einem Betrag anzusetzen, der der Leasingverbindlichkeit, bereinigt um die Höhe der angefallenen Leasingzahlungen, entspricht. Dementsprechend hatte die Anwendung von IFRS 16 zum 1. Januar 2019 keine Auswirkungen auf die Gewinnrücklagen.

Zalando hat sich dafür entschieden, Leasingverhältnisse, die zum Zeitpunkt der erstmaligen Anwendung eine verbleibende Laufzeit von bis zu zwölf Monaten haben, während des Übergangs als kurzfristige Leasingverhältnisse zu bilanzieren. Zudem nimmt Zalando die Ausnahmeregelung in Anspruch, nach der für keine in vorangegangenen Perioden bereits nach IAS 17 und IFRIC 4 bewerteten Verträge neu beurteilt werden muss, ob sie zum Zeitpunkt der erstmaligen Anwendung ein Leasingverhältnis darstellen oder eines enthalten. Ferner nimmt Zalando eine Trennung zwischen Nichtleasingkomponenten und Leasingkomponenten vor. Eine Ausnahme sind Leasingverhältnisse, die andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung betreffen, bei denen Leasingkomponenten und die dazugehörigen Nichtleasingkomponenten als eine Leasingkomponente bilanziert werden.

Zum Zeitpunkt der erstmaligen Anwendung (1. Januar 2019) erfasste Zalando Leasingverbindlichkeiten in Höhe von 469,4 Mio. EUR. Die entsprechenden Nutzungsrechte am Leasinggegenstand wurden mit einem Betrag von 462,2 Mio. EUR angesetzt und umfassen Leasingverbindlichkeiten (469,4 Mio. EUR), denen angefallene Leasingzahlungen (7,2 Mio. EUR) gegenüberstehen, die zuvor in den sonstigen Schulden (kurzfristig und langfristig) erfasst wurden. Im ersten Halbjahr 2019 erfasste Zalando Zugänge zu den Nutzungsrechten am Leasinggegenstand und den Leasingverbindlichkeiten in Höhe von 49,2 Mio. EUR, Abschreibungen auf Nutzungsrechte am Leasinggegenstand in Höhe von 33,1 Mio. EUR und Zinsaufwendungen für Leasingverbindlichkeiten in Höhe von 5,6 Mio. EUR.

Der zum 1. Januar 2019 angewandte gewichtete durchschnittliche Grenzfremdkapitalzinssatz lag bei 2,3 %. Die Anwendung dieses Abzinsungssatzes auf gemäß IAS 17 ausgewiesene Operating-Leasingverpflichtungen in unserem Geschäftsbericht 2018 (533,8 Mio. EUR) hätte zu einem Nettobarwert von 474,9 Mio. EUR geführt. Die Differenz zur Höhe der zum 1. Januar 2019 ausgewiesenen Leasingverbindlichkeiten (469,4 Mio. EUR) ist hauptsächlich auf die Leasingverhältnisse mit einer verbleibenden Laufzeit von bis zu zwölf Monaten zurückzuführen, die nicht erfasst wurden.

Für den Leasinggeber unterscheidet IFRS 16 für Bilanzierungszwecke weiterhin zwischen Finanzierungsleasing und Operating-Leasing. Somit ergaben sich daraus keine Änderungen der Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden. Des Weiteren agiert Zalando derzeit ausschließlich als Leasingnehmer, nicht als Leasinggeber.

## Konsolidierungskreis

Die Anzahl der im Konsolidierungskreis einbezogenen Tochtergesellschaften hat sich zum 30. Juni 2019 von 44 (31. Dezember 2018) auf 46 erhöht.

### 2.5.2 Ausgewählte Erläuterungen zur Konzern-Gesamtergebnisrechnung

#### (1.) Umsatzerlöse

##### Umsatzerlöse

IN MIO. EUR	01.04. – 30.06.2019	01.04. – 30.06.2018	01.01. – 30.06.2019	01.01. – 30.06.2018
Erträge aus dem Verkauf von Handelswaren	1.531,8	1.287,7	2.854,5	2.449,6
Erträge aus übrigen Dienstleistungen	65,5	42,4	121,0	76,5
<b>Summe</b>	<b>1.597,3</b>	<b>1.330,0</b>	<b>2.975,5</b>	<b>2.526,0</b>

Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum konnte Zalando seinen Umsatz im zweiten Quartal 2019 um 267,3 Mio. EUR von 1.330,0 Mio. EUR auf 1.597,3 Mio. EUR steigern. Dies entspricht im Jahresvergleich einem Umsatzwachstum von 20,1 %.

Die Umsatzsteigerung ist auf den größeren Kundenstamm sowie einen Anstieg der durchschnittlichen Bestellungen pro aktivem Kunden zurückzuführen. Der Konzern hatte zum 30. Juni 2019 28,3 Millionen aktive Kunden im Vergleich zu 24,6 Millionen aktiven Kunden zum 30. Juni 2018, eine Steigerung um 15,2 %. Der gewachsene Kundenstamm hat eine größere Anzahl an Bestellungen getätigt als im Vorjahreszeitraum. Unter anderem ausgelöst durch die zunehmende Nutzung mobiler Geräte stieg die durchschnittliche Anzahl der Bestellungen pro aktivem Kunden um 9,2 %.

Aufgrund der oben genannten Faktoren stiegen die Umsatzerlöse in den ersten sechs Monaten 2019 gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 17,8 % auf 2.975,5 Mio. EUR (Vorjahr: 2.526,0 Mio. EUR).

#### (2.) Umsatzkosten

##### Umsatzkosten

IN MIO. EUR	01.04. – 30.06.2019	01.04. – 30.06.2018	01.01. – 30.06.2019	01.01. – 30.06.2018
Sachkosten	837,3	692,7	1.623,0	1.383,6
Personalkosten	29,7	29,0	72,7	60,0
<b>Summe</b>	<b>866,9</b>	<b>721,7</b>	<b>1.695,7</b>	<b>1.443,6</b>

Die Umsatzkosten umfassen im Wesentlichen Materialaufwand, Personalkosten, Abschreibungen auf Vorräte, Fremdleistungen sowie Kosten der Infrastruktur. Im zweiten Quartal 2019 stiegen die Umsatzkosten um 145,3 Mio. EUR von 721,7 Mio. EUR auf 866,9 Mio. EUR. Die Umsatzkosten in Prozent vom Umsatz lagen mit 54,3 % auf Vorjahresniveau (Vorjahr: 54,3 %).

Der Materialaufwand im Konzern betrug insgesamt 778,0 Mio. EUR (Vorjahr: 639,1 Mio. EUR).

Zalando erzielte im zweiten Quartal 2019 ein Bruttoergebnis vom Umsatz in Höhe von 730,4 Mio. EUR (Vorjahr: 608,4 Mio. EUR).

Die Umsatzkosten stiegen – analog zur Entwicklung der Umsatzerlöse – im ersten Halbjahr von 1.443,6 Mio. EUR auf 1.695,7 Mio. EUR.

### (3.) Steuern vom Einkommen und Ertrag

Steuern vom Einkommen und vom Ertrag

IN MIO. EUR	01.04. – 30.06.2019	01.04. – 30.06.2018	01.01. – 30.06.2019	01.01. – 30.06.2018
Latente Steuern	2,6	7,2	-2,0	3,4
Laufende Steuern	38,2	27,7	39,2	28,0
<b>Summe</b>	<b>40,8</b>	<b>34,9</b>	<b>37,2</b>	<b>31,4</b>

Der laufende Steueraufwand im zweiten Quartal und im ersten Halbjahr 2019 erhöhte sich in erster Linie aufgrund des höheren zu versteuernden Einkommens.

### (4.) Ergebnis je Aktie

Das unverwässerte Ergebnis je Aktie errechnet sich, indem das auf die Anteilseigner der ZALANDO SE entfallende Periodenergebnis durch die unverwässerte gewichtete durchschnittliche Anzahl der Aktien dividiert wird.

Ergebnis je Aktie (EPS) unverwässert

	01.04. – 30.06.2019	01.04. – 30.06.2018	01.01. – 30.06.2019	01.01. – 30.06.2018
Anteilseignern der ZALANDO SE zuzurechnendes Periodenergebnis (in Mio. EUR)	45,5	51,9	27,9	36,9
Unverwässerte gewichtete durchschnittliche Aktienanzahl (in Mio. Stück)	247,0	246,5	247,0	247,2
<b>Gesamt</b>	<b>0,18</b>	<b>0,21</b>	<b>0,11</b>	<b>0,15</b>

Das unverwässerte Ergebnis je Aktie hat sich entsprechend dem auf die Anteilseigner der ZALANDO SE entfallenden Periodenergebnis entwickelt, das im ersten Halbjahr 2019 gegenüber dem Vorjahreszeitraum zurückging.

Das verwässerte Ergebnis je Aktie errechnet sich, indem das auf die Anteilseigner der ZALANDO SE entfallende Periodenergebnis durch die verwässerte gewichtete durchschnittliche Anzahl der Aktien dividiert wird.

## Ergebnis je Aktie (EPS) verwässert

	01.04. – 30.06.2019	01.04. – 30.06.2018	01.01. – 30.06.2019	01.01. – 30.06.2018
Anteilseignern der ZALANDO SE zuzurechnendes Periodenergebnis (in Mio. EUR)	45,5	51,9	27,9	36,9
Verwässerte gewichtete durchschnittliche Aktienanzahl (in Mio. Stück)	253,8	258,4	255,0	259,4
<b>Gesamt</b>	<b>0,18</b>	<b>0,20</b>	<b>0,11</b>	<b>0,14</b>

Der verwässernde Effekt ist ausschließlich auf anteilsbasierte Vergütungszusagen mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente gegenüber Mitarbeitern zurückzuführen. Bei der Berechnung des verwässerten Ergebnisses je Aktie wurden sämtliche Mitarbeiteroptionen berücksichtigt. Nicht in die Berechnung eingeflossen sind jedoch solche anteilsbasierten Vergütungen mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente, die eine zum Abschlussstichtag noch nicht erreichte Leistungsbedingung enthalten. Die im Geschäftsjahr 2018 unter dem LTI 2018, dem LTI 2019 und dem EIP gewährten Optionen sowie ein Teil der unter dem VSOP 2018 gewährten Optionen (Vorjahr: im Geschäftsjahr 2017 unter dem VSOP 2017 und dem EIP gewährte Optionen) wurden daher bei der Berechnung des verwässerten Ergebnisses je Aktie nicht berücksichtigt. Darüber hinaus wurden Optionen, die aus dem Geld sind, aus der Berechnung ausgeschlossen.

### 2.5.3 Ausgewählte Erläuterungen zur Konzernbilanz

#### (5.) Eigenkapital

Das Eigenkapital erhöhte sich in der ersten Jahreshälfte 2019 von 1.549,1 Mio. EUR auf 1.570,3 Mio. EUR. Die Erhöhung um 21,2 Mio. EUR resultiert hauptsächlich aus dem positiven Periodenergebnis sowie den erhaltenen Zahlungen des Ausübungspreises für Mitarbeiteraktienoptionen, teilweise kompensiert durch den Rückerwerb eigener Aktien. Die Eigenkapitalquote reduzierte sich im Berichtszeitraum infolge des insbesondere durch die Erstanwendung von IFRS 16 höheren Gesamtvermögens von 47,9 % zum Jahresanfang auf 41,5 % zum 30. Juni 2019.

#### (6.) Anteilsbasierte Vergütungen

Mit Wirkung zum April 2019 wurde der Vorstand von Zalando um zwei neue Mitglieder erweitert. Jedem neuen Vorstandsmitglied wurden im Rahmen eines neuen Long-Term Incentive Plans (LTI 2019) Optionen gewährt. Der LTI 2019 ist ähnlich strukturiert wie der Long-Term Incentive Plan für die Co-CEOs Robert Gentz, David Schneider und Rubin Ritter (LTI 2018). Insgesamt wurden 784.000 Optionen gewährt.

## **(7.) Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und ähnliche Schulden und erhaltene Anzahlungen**

Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und ähnlichen Schulden haben sich um 44,4 Mio. EUR erhöht. Zum 30. Juni 2019 hatten bestimmte Lieferanten ihre Forderungen gegen Zalando in einem Umfang von 368,8 Mio. EUR im Rahmen von Reverse-Factoring-Verträgen an verschiedene Factoring-Anbieter übertragen (31. Dezember 2018: 374,6 Mio. EUR). Der Ausweis in der Bilanz erfolgte unter den Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und ähnlichen Schulden.

Die erhaltenen Anzahlungen betreffen Kundenanzahlungen auf Bestellungen.

## **(8.) Angaben zur Kapitalflussrechnung**

Zalando hat im zweiten Quartal 2019 einen positiven Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit von 143,2 Mio. EUR (Vorjahreszeitraum: 80,7 Mio. EUR) erwirtschaftet. Der Anstieg um 62,6 Mio. EUR im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ist im Wesentlichen auf die Entwicklung des Umlaufvermögens zurückzuführen, das im zweiten Quartal 2019 zurückgegangen ist, im Vorjahreszeitraum aber zugenommen hatte. Dieser Anstieg wurde durch die gegenläufige Entwicklung der Umsatzsteuersalden teilweise kompensiert. Ferner enthält der Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit die Auswirkung der Umgliederung von Leasingzahlungen. Gemäß dem neuen Rechnungslegungsstandard zu Leasingverhältnissen (IFRS 16) werden Auszahlungen im Rahmen von Leasingverträgen im Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit erfasst, wenn es sich um Tilgungszahlungen in Verbindung mit Leasingverbindlichkeiten handelt (Q2 2019: 12,8 Mio. EUR), und im Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit, wenn es sich um Zinszahlungen in Verbindung mit Leasingverbindlichkeiten handelt (Q2 2019: 2,9 Mio. EUR). In früheren Perioden wurden Leasingzahlungen vollständig in den Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit einbezogen.

Der Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit wird insbesondere vom Capex beeinflusst, d. h. von den Investitionen in das Sachanlagevermögen und immaterielle Vermögenswerte, ohne Zahlungen für Akquisitionen, der sich auf 55,1 Mio. EUR (Vorjahreszeitraum: 67,0 Mio. EUR) belief. Der Capex umfasste in erster Linie Investitionen in die Logistikinfrastruktur in Höhe von 36,2 Mio. EUR, die insbesondere die Logistikzentren in Verona (Nogarole Rocca), Lodz (Gluchow) und Olsztynek betreffen, sowie Investitionen in die intern entwickelte Software in Höhe von 14,6 Mio. EUR.

Infolgedessen erhöhte sich der frei verfügbare Cashflow im zweiten Quartal 2019 um 72,8 Mio. EUR von 13,7 Mio. EUR im Vorjahreszeitraum auf 86,5 Mio. EUR.

Der Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit umfasst Einzahlungen aus Kapitalerhöhungen in Höhe von 9,9 Mio. EUR (Vorjahreszeitraum: 2,9 Mio. EUR). Des Weiteren sind darin Mittelabflüsse für Tilgungszahlungen in Verbindung mit Leasingverbindlichkeiten (12,8 Mio. EUR) enthalten. Im Vorjahreszeitraum wurden sämtliche Leasingzahlungen im Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit erfasst (siehe oben). Im zweiten Quartal 2019 fand kein Rückerwerb eigener Aktien statt, wohingegen im zweiten Quartal 2018 eigene Aktien im Wert von 66,9 Mio. EUR zurückerworben wurden.

Die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente stiegen im zweiten Quartal um 84,5 Mio. EUR, sodass Zalando zum 30. Juni 2019 über Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente in Höhe von 954,4 Mio. EUR verfügt.



#### 2.5.4 Sonstige Angaben

##### (9.) Angaben über Beziehungen zu nahe stehenden Personen und Unternehmen

Zalando identifiziert die der ZALANDO SE nahestehenden Personen und Unternehmen in Übereinstimmung mit IAS 24.

Zalando hat im Berichtszeitraum Transaktionen im Rahmen des gewöhnlichen Geschäftsverkehrs mit nahestehenden Unternehmen getätigt. Die Geschäfte wurden wie unter fremden Dritten abgeschlossen.

Aus diesen Liefer- und Leistungsbeziehungen resultierten zum Abschlussstichtag Verbindlichkeiten in Höhe von 116,1 Mio. EUR (31. Dezember 2018: 86,7 Mio. EUR). Davon bestehen 114,0 Mio. EUR (31. Dezember 2018: 82,1 Mio. EUR) gegenüber einem Reverse-Factoring-Anbieter, mit dem zwischen Zalando und nahestehenden Unternehmen Reverse-Factoring-Verträge bestehen. Somit bestehen direkt gegenüber nahestehenden Personen und Unternehmen Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und ähnliche Schulden in Höhe von insgesamt 4,0 Mio. EUR (31. Dezember 2018: 4,5 Mio. EUR). Ferner belaufen sich die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen gegenüber nahestehenden Personen und Unternehmen auf 0,2 Mio. EUR (31. Dezember 2018: 0,3 Mio. EUR).

Im Berichtszeitraum wurden Waren von nahestehenden Unternehmen in einem Umfang von 114,8 Mio. EUR geordert. Im Vergleichszeitraum des Vorjahres betrug das Ordervolumen 93,0 Mio. EUR. Zudem wurden Waren im Wert von 1,4 Mio. EUR an nahestehende Unternehmen veräußert (Vorjahr: 2,1 Mio. EUR). Die im Berichtszeitraum verbuchten Aufwendungen aus von nahestehenden Unternehmen bezogenen Dienstleistungen betragen 0,3 Mio. EUR (Vorjahr: 2,0 Mio. EUR).

**(10.) Segmentberichterstattung**

Die verkürzte Segmentergebnisrechnung für das zweite Quartal 2019 zeigt eine deutliche Umsatzsteigerung in den Segmenten Fashion Store und Offprice und einen deutlichen Umsatzrückgang in allen sonstigen Segmenten. Während das EBIT im Segment Fashion Store im Vergleich zum Vorjahreszeitraum stieg, ging es im Offprice-Segment und in allen sonstigen Segmenten zurück.

**Segmententwicklung für das Quartal**

## Konzern-Segmentergebnisrechnung Q2 2019

IN MIO. EUR	Fashion Store	Offprice	Alle sonstigen Segmente	Summe	Überleitung	Summe Konzern
Umsatzerlöse	1.478,1	155,7	45,2	1.679,0	-81,7	1.597,3
davon zwischen den Segmenten	67,7	0,0	14,0	81,7	-81,7	0,0
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	95,3	5,9	-9,4	91,9	0,1	92,0

## Konzern-Segmentergebnisrechnung Q2 2018

IN MIO. EUR	Fashion Store	Offprice	Alle sonstigen Segmente	Summe	Überleitung	Summe Konzern
Umsatzerlöse	1.233,4	114,6	100,8	1.448,7	-118,7	1.330,0
davon zwischen den Segmenten	40,4	0,0	78,3	118,7	-118,7	0,0
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	86,6	7,1	-8,1	85,6	1,7	87,3

Die Finanzinformationen für das Segment Fashion Store, einschließlich der Transaktionen zwischen den Segmenten, gliedern sich wie folgt in die Regionen DACH und Übriges Europa:

## Fashion Store nach Regionen Q2 2019

IN MIO. EUR	DACH	Übriges Europa	Fashion Store
Umsatzerlöse	732,0	746,1	1.478,1
davon zwischen den Segmenten	34,5	33,2	67,7
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	63,4	32,0	95,3

## Fashion Store nach Regionen Q2 2018

IN MIO. EUR	DACH	Übriges Europa	Fashion Store
Umsatzerlöse	625,8	607,6	1.233,4
davon zwischen den Segmenten	21,3	19,1	40,4
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	57,0	29,5	86,6

Gegenüber der Vorjahresperiode sind die Umsatzerlöse im zweiten Quartal 2019 im Segment Fashion Store um 19,8 % und im Offprice-Segment um 35,9 % gestiegen, in allen sonstigen Segmenten sind sie um 55,2 % gesunken. Das Fashion Store-Segment bleibt in absoluten Werten das umsatzstärkste Segment, das Offprice-Segment verzeichnete prozentual die höchste Umsatzsteigerung. Das Umsatzwachstum im Fashion Store ist in erster Linie auf eine starke Zunahme aktiver Kunden sowie der durchschnittlichen Bestellungen pro aktivem Kunden zurückzuführen. Das Umsatzwachstum im Offprice-Segment resultiert hauptsächlich aus dem Wachstum der Zalando Lounge Lounge in Deutschland und dem Wachstum in deren jüngeren Märkten Polen und Spanien. Der Umsatzrückgang in allen sonstigen Segmenten ergibt sich aus der Neustrukturierung des Private-Label-Geschäfts im ersten Quartal 2019, das im zweiten Quartal 2019 unter einer neuen Ausrichtung in das Segment Fashion Store integriert wurde.

Das Segment Fashion Store wies im zweiten Quartal 2019 eine gute Rentabilität auf und erwirtschaftete eine EBIT-Marge von 6,5 %, ein leichter Rückgang von 0,6 Prozentpunkten im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Das Offprice-Segment verbuchte ein EBIT von 5,9 Mio. EUR, wobei die EBIT-Marge, in erster Linie bedingt durch höhere Fulfillment- und Verwaltungskosten, von hohen 6,2 % im Vorjahreszeitraum auf 3,8 % im zweiten Quartal 2019 zurückging. Alle sonstigen Segmente verzeichneten insgesamt einen Rückgang um 12,8 Prozentpunkte, was im zweiten Quartal 2019 aufgrund der Verlagerung des neuausgerichteten Private-Label-Geschäfts in das Fashion Store-Segment, zu einer EBIT-Marge von -20,9 % führte. Dem standen Einsparungen in den Emerging Businesses gegenüber. Die im ersten Quartal 2019 angefallenen Restrukturierungskosten in Verbindung mit der Neustrukturierung des Private-Label-Geschäfts in Höhe von 13,1 Mio. EUR wurden in allen sonstigen Segmenten erfasst.

## Segmententwicklung für das erste Halbjahr

## Konzern-Segmentergebnisrechnung 1. Halbjahr 2019

IN MIO. EUR	Fashion Store	Offprice	Alle sonstigen Segmente	Summe	Überleitung	Summe Konzern
Umsatzerlöse	2.746,6	292,5	147,8	3.186,9	-211,4	2.975,5
davon zwischen den Segmenten	124,2	0,0	87,2	211,4	-211,4	0,0
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	94,4	8,6	-30,0	73,1	0,6	73,6

## 2.5 VERKÜRZTER KONZERNANHANG

## Konzern-Segmentergebnisrechnung 1. Halbjahr 2018

IN MIO. EUR	Fashion Store	Offprice	Alle sonstigen Segmente	Summe	Überleitung	Summe Konzern
Umsatzerlöse	2.327,3	235,0	200,6	2.762,9	-236,8	2.526,0
davon zwischen den Segmenten	80,8	0,0	156,0	236,8	-236,8	0,0
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	72,5	15,2	-17,6	70,0	2,1	72,1

## Fashion Store nach Regionen 1. Halbjahr 2019

IN MIO. EUR	DACH	Übriges Europa	Fashion Store
Umsatzerlöse	1.353,7	1.392,9	2.746,6
davon zwischen den Segmenten	62,8	61,4	124,2
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	85,0	9,4	94,4

## Fashion Store nach Regionen 1. Halbjahr 2018

IN MIO. EUR	DACH	Übriges Europa	Fashion Store
Umsatzerlöse	1.177,8	1.149,5	2.327,3
davon zwischen den Segmenten	42,2	38,6	80,8
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	67,1	5,3	72,5

Im Segment Fashion Store erhöhte sich der Umsatz in den ersten sechs Monaten 2019 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 18,0 %. Damit bleibt das Fashion Store-Segment in absoluten Werten das umsatzstärkste Segment. Das Offprice-Segment erzielte ein Umsatzwachstum von 24,5 %, in allen sonstigen Segmenten ging das Umsatzwachstum aus den zuvor genannten Gründen um 26,3 % zurück.

Die EBIT-Marge im Segment Fashion Store erhöhte sich leicht von 3,1 % im ersten Halbjahr 2018 um 0,3 Prozentpunkte auf 3,4 % im ersten Halbjahr 2019. Hauptgrund für diese Verbesserung war eine höhere Bruttogewinnmarge, die durch ein höheres Marketingkostenverhältnis teilweise kompensiert wurde. Das Offprice-Segment verzeichnete eine EBIT-Marge von 3,0 %. Der Rückgang von den hohen 6,5 % im Vorjahreszeitraum ist in erster Linie auf höhere Fulfillmentkosten aufgrund der Erschließung neuer Märkte und des Ausbaus neuer Logistikzentren zurückzuführen. Hauptsächlich bedingt durch die Verlagerung des neuausgerichteten Private-Label-Geschäfts in das Fashion Store-Segment und teilweise kompensiert durch die Einsparungen in den Emerging Businesses fiel die EBIT-Marge in allen sonstigen Segmenten in den ersten sechs Monaten 2019 im Vergleich zu den ersten sechs Monaten 2018 um 11,5 Prozentpunkte auf -20,3 %.

### (11.) Ereignisse nach der Berichtsperiode

Vorgänge von besonderer Bedeutung, die nach dem Abschlussstichtag eingetreten sind und wesentlichen Einfluss auf die Darstellung der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns haben könnten, haben sich nicht ergeben.

Berlin, 30. Juli 2019

Der Vorstand

Robert Gentz

David Schneider

Rubin Ritter

James Freeman II

David Schröder

## 2.6 Erklärung der gesetzlichen Vertreter

Wir versichern nach bestem Wissen, dass gemäß den anzuwendenden Rechnungslegungsgrundsätzen für die Halbjahresfinanzberichterstattung der Konzern-Zwischenabschluss ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns vermittelt und im Konzern-Zwischenlagebericht der Geschäftsverlauf einschließlich des Geschäftsergebnisses und die Lage des Konzerns so dargestellt sind, dass ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild vermittelt wird, sowie die wesentlichen Chancen und Risiken der voraussichtlichen Entwicklung des Konzerns im verbleibenden Geschäftsjahr beschrieben sind.

Berlin, 30. Juli 2019

Der Vorstand

Robert Gentz

David Schneider

Rubin Ritter

James Freeman II

David Schröder

## 2.7 Bescheinigung nach prüferischer Durchsicht

An die ZALANDO SE

Wir haben den verkürzten Konzernzwischenabschluss – bestehend aus Konzern-Gesamtergebnisrechnung, Konzern-Bilanz, Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung, Konzern-Kapitalflussrechnung sowie ausgewählten erläuternden Anhangangaben – und den Konzernzwischenlagebericht der ZALANDO SE, Berlin, für den Zeitraum vom 1. Januar bis 30. Juni 2019, die Bestandteile des Halbjahresfinanzberichts nach § 115 WpHG sind, einer prüferischen Durchsicht unterzogen. Die Aufstellung des verkürzten Konzernzwischenabschlusses nach den IFRS für Zwischenberichterstattung, wie sie in der EU anzuwenden sind, und des Konzernzwischenlageberichts nach den für Konzernzwischenlageberichte anwendbaren Vorschriften des WpHG liegt in der Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, eine Bescheinigung zu dem verkürzten Konzernzwischenabschluss und dem Konzernzwischenlagebericht auf der Grundlage unserer prüferischen Durchsicht abzugeben.

Wir haben die prüferische Durchsicht des verkürzten Konzernzwischenabschlusses und des Konzernzwischenlageberichts unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze für die prüferische Durchsicht von Abschlüssen vorgenommen. Danach ist die prüferische Durchsicht so zu planen und durchzuführen, dass wir bei kritischer Würdigung mit einer gewissen Sicherheit ausschließen können, dass der verkürzte Konzernzwischenabschluss in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den IFRS für Zwischenberichterstattung, wie sie in der EU anzuwenden sind, und der Konzernzwischenlagebericht in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den für Konzernzwischenlageberichte anwendbaren Vorschriften des WpHG aufgestellt worden sind.

Eine prüferische Durchsicht beschränkt sich in erster Linie auf Befragungen von Mitarbeitern der Gesellschaft und auf analytische Beurteilungen und bietet deshalb nicht die durch eine Abschlussprüfung erreichbare Sicherheit. Da wir auftragsgemäß keine Abschlussprüfung vorgenommen haben, können wir einen Bestätigungsvermerk nicht erteilen.

Auf der Grundlage unserer prüferischen Durchsicht sind uns keine Sachverhalte bekannt geworden, die uns zu der Annahme veranlassen, dass der verkürzte Konzernzwischenabschluss in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den IFRS für Zwischenberichterstattung, wie sie in der EU anzuwenden sind, oder dass der Konzernzwischenlagebericht in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den für Konzernzwischenlageberichte anwendbaren Vorschriften des WpHG aufgestellt worden ist.

Berlin, 30. Juli 2019

Ernst & Young GmbH  
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Ludwig  
Wirtschaftsprüfer

Haas  
Wirtschaftsprüfer

Service





## 3.1 Glossar

### Aktive Kunden

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).

### Bereinigtes EBIT

Wir definieren das bereinigte EBIT als EBIT vor Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütungen mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente, vor Restrukturierungskosten und vor nicht operativen Einmaleffekten.

### Bereinigtes EBITDA

Wir definieren das bereinigte EBITDA als EBITDA vor Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütungen mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente, vor Restrukturierungskosten und vor nicht operativen Einmaleffekten.

### Durchschnittliche Warenkorbgröße

Wir definieren die durchschnittliche Warenkorbgröße als das Bruttowarenvolumen (einschließlich des Bruttowarenvolumens aus unserem Partnerprogramm) nach Stornierungen und Retouren, einschließlich Umsatzsteuer, geteilt durch die Anzahl an Bestellungen in den letzten zwölf Monaten (bezogen auf den Stichtag). Das Bruttowarenvolumen ist definiert als Gesamtausgaben unserer Kunden (einschließlich Umsatzsteuer) abzüglich Stornierungen und Retouren in den letzten zwölf Monaten.

### Durchschnittliche Bestellungen pro aktivem Kunden

Wir definieren die durchschnittlichen Bestellungen pro aktivem Kunden als die Anzahl Bestellungen der letzten zwölf Monate (bezogen auf den Stichtag) geteilt durch die Anzahl aktiver Kunden.

### Capex

Die Summe der Auszahlungen für Investitionen in das Sachanlagevermögen und in immaterielle Vermögenswerte ohne Auszahlungen für den Erwerb von Unternehmen.

### EBIT

EBIT ist definiert als das Ergebnis vor Zinsen und Steuern.

### EBITDA

EBITDA steht für EBIT vor Abschreibungen auf Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte.

### EBIT-Marge

Die EBIT-Marge ist definiert als das Verhältnis von EBIT zum Umsatz.

### Frei verfügbarer Cashflow

Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit zuzüglich Cashflow aus Investitionstätigkeit (außer Investitionen in Termingelder und Zahlungsmittel, die einer Verfügungsbeschränkung unterliegen).

### GMV

Das GMV (gross merchandise volume, zu Deutsch: Bruttowarenvolumen) ist definiert als Wert aller Waren einschließlich Umsatzsteuer, die nach Stornierungen und Retouren an Kunden verkauft wurden – dynamisch berichtet. Es enthält keine B2B-Umsätze (z. B. Partnerprogramm-Provisionen, Zalando Marketing Services oder Zalando Fulfillment Solutions) und keine anderen B2C-Umsätze (z. B. Servicegebühren wie Expressliefergebühren). Diese sind nur im Umsatz enthalten. GMV wird bezogen auf den Zeitpunkt der Kundenbestellung erfasst.

### Mobile Commerce

Als Mobile Commerce bezeichnen wir den Handel über mobile Endgeräte wie Smartphones oder Tablet-Computer.

### Anteil der Site-Visits über mobile Endgeräte (in % der Site-Visits)

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.

### Nettoumlaufvermögen (Net Working Capital)

Das Nettoumlaufvermögen berechnen wir als die Summe aus Vorräten, Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, abzüglich der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und ähnlichen Schulden.

### Anzahl Bestellungen

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. Die Anzahl aufgebener Bestellungen kann von der Anzahl ausgelieferter Bestellungen abweichen, da sich Bestellungen am Ende des betreffenden Zeitraums auf dem Transportweg befinden können oder möglicherweise storniert wurden.

### Site-Visits

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. Die Serie gilt als beendet, wenn länger als 30 Minuten kein Aufruf verzeichnet wurde.

## 3.2 Finanzkalender 2019

### Finanzkalender

Datum	Termin
Donnerstag, 31. Oktober	Veröffentlichung der Ergebnisse für das 3.Quartal 2019

## 3.3 Impressum

### Kontakt

ZALANDO SE

Valeska-Gert-Straße 5

10243 Berlin

corporate.zalando.de

presse@zalando.de.de

### Investor Relations

Patrick Kofler/Team Lead Investor Relations

investor.relations@zalando.de

#### Disclaimer

Dieser Halbjahresbericht enthält in die Zukunft gerichtete Aussagen, die auf Annahmen und Schätzungen der Unternehmensleitung der ZALANDO SE beruhen. Auch wenn die Unternehmensleitung der Ansicht ist, dass diese Annahmen und Schätzungen zutreffend sind, können die künftige tatsächliche Entwicklung und die künftigen tatsächlichen Ergebnisse von diesen Annahmen und Schätzungen aufgrund vielfältiger Faktoren erheblich abweichen. Zu diesen Faktoren können beispielsweise die Veränderung der gesamtwirtschaftlichen Lage, der gesetzlichen und regulatorischen Rahmenbedingungen in Deutschland und der EU sowie Veränderungen in der Branche gehören. Die ZALANDO SE übernimmt keine Gewährleistung und keine Haftung dafür, dass die künftige Entwicklung und die künftig erzielten tatsächlichen Ergebnisse mit den in diesem Halbjahresbericht geäußerten Annahmen und Schätzungen übereinstimmen werden. Es ist von der ZALANDO SE weder beabsichtigt noch übernimmt die ZALANDO SE eine gesonderte Verpflichtung, zukunftsbezogene Aussagen zu aktualisieren, um sie an Ereignisse oder Entwicklungen nach dem Datum dieses Berichts anzupassen. Der Halbjahresbericht liegt ebenfalls in englischer Übersetzung vor und steht in beiden Sprachen im Internet unter [corporate.zalando.com/de/investor-relations](http://corporate.zalando.com/de/investor-relations) zum Download bereit.

Bei Abweichungen hat die deutsche Fassung des Halbjahresberichts Vorrang gegenüber der englischen Übersetzung.

