

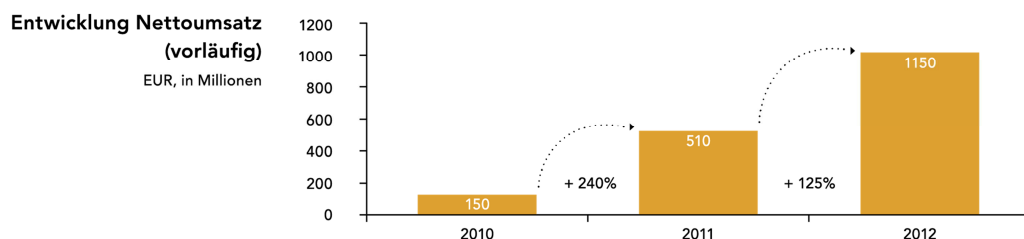
Geschäftszahlen 2012: Zalando verdoppelt Nettoumsatz auf 1,15 Milliarden EUR und erreicht Break-even in Kernregion

Berlin, den 15. Februar 2013. Zalando schließt das Geschäftsjahr 2012 erfolgreich ab. Europas führender Online Shop für Schuhe und Fashion setzte seinen rasanten Wachstumskurs im vergangenen Jahr weiter fort und konnte mit 1,15 Milliarden EUR den Nettoumsatz im Vergleich zu 2011 mehr als verdoppeln (2011: 510 Millionen EUR). Das geht aus den vorläufigen Geschäftszahlen des Unternehmens hervor. Zudem erreichte Zalando in der Kernregion DACH (Deutschland, Österreich und der Schweiz) ein ausgeglichenes Ergebnis (EBIT). Das Berliner E-Commerce Unternehmen investierte 2012 in die Erschließung neuer Märkte sowie den weiteren Ausbau des Sortiments, der eigenen Logistik und IT.

Zalando, das am schnellsten wachsende Unternehmen Europas

Zalando ist das erste europäische Unternehmen, das bereits vier Jahre nach der Gründung einen Netto-Jahresumsatz von mehr als einer Milliarde EUR erwirtschaftete. „Wir sind sehr stolz auf die hervorragenden Ergebnisse, die wir als Team erreicht haben. Diese Entwicklung bestätigt erneut unser Geschäftsmodell und das Vertrauen, das die Investoren in uns setzen. Zalando ist eine echte europäische Erfolgsgeschichte“, unterstreicht Robert Gentz, Gründer und Geschäftsführer von Zalando.

Im Vergleich zu 2011 wuchs der Umsatz des Online-Händlers um 125 Prozent. Der Anstieg resultiert vor allem aus der steigenden Nachfrage in etablierten Märkten wie Deutschland, aber auch aus dem Start in sieben neuen Ländern 2012. „Durch die Ausweitung unseres Geschäfts in mittlerweile 14 europäische Länder, haben wir den Grundstein für Zalandos Wachstum in den kommenden Jahren gelegt“, fügt Robert Gentz hinzu.



Break-even in DACH-Region und weitere Investitionen in internationale Expansion

Zalando verband 2012 starkes Umsatzwachstum mit der kontinuierlichen Entwicklung hin zu Profitabilität. In der bereits etablierten DACH-Region erwirtschaftete das Berliner E-Commerce Unternehmen deutlich mehr als die Hälfte seines gesamten Jahresumsatzes und erreichte die Gewinnschwelle (EBIT) bei gleichbleibend hohen Wachstumsraten.

Zalando investierte zudem in den Aufbau internationaler Märkte, um seine Führungsposition im europäischen Raum weiter zu stärken. Als Resultat dieser Wachstumsstrategie schloss der Online-Händler das Geschäftsjahr 2012 mit einer im Vergleich zu den Vorjahren kontinuierlich verbesserten EBIT-Marge von minus acht Prozent des Umsatzes ab (2011: minus zwölf Prozent). „Anlaufverluste nehmen wir in Kauf, sie sind Teil unserer Strategie beim Eintritt in neue Märkte. Entscheidend ist, dass sich die Margen bereits in allen Regionen aufgrund des zunehmenden Kundenstamms und wachsender Effizienz positiv entwickeln“, erläutert Zalando Geschäftsführer Rubin Ritter. „Die Tatsache, dass Zalando in der Kernregion nur vier Jahre nach Unternehmensgründung die Gewinnschwelle erreicht hat, belegt den Erfolg unseres Geschäftsmodells. Das Ergebnis bestärkt uns darin, noch schneller in den Aufbau der Marktführerschaft innerhalb der einzelnen Länder zu investieren“, so Ritter weiter.

Für das künftige Wachstum ist das E-Commerce Unternehmen finanziell gut aufgestellt. „2012 ist unsere Eigenkapitalquote auf über 50 Prozent gestiegen, von 39 Prozent im Jahr zuvor. Wir verfolgen einen starken Wachstumskurs, und haben als Ausgleich dafür immer eine sehr konservative Bilanzstruktur gewählt“, betont Geschäftsführer Rubin Ritter. Im vergangenen Jahr hat Zalando drei hochkarätige Investoren in den Gesellschafterkreis aufgenommen: DST Global, J.P. Morgan Asset Management und Quadrant Capital. Der schwedische Investor AB Kinnevik erhöhte gleichzeitig seine Beteiligung und ist somit aktuell der größte Anteilseigner des Online-Händlers. Zusätzlich einigte sich Zalando im Herbst 2012 gemeinsam mit der Commerzbank und der Sparkasse Mittelthüringen auf eine langfristige Fremdkapitalfinanzierung in Höhe von 40,7 Millionen EUR.

Erfolgreicher Markteintritt in sieben Ländern und weiterer Ausbau von Sortiment, eigener Logistik und IT

Zalando investierte 2012 nicht nur in die internationale Expansion, sondern schuf gleichzeitig neue Kompetenzfelder, um den nachhaltigen Aufbau von Unternehmensstrukturen zu sichern und die Kundenzufriedenheit weiter zu steigern. Bisher haben mehr als zehn Millionen Menschen in ganz Europa Mode bei Zalando bestellt. Das E-Commerce Unternehmen baute das Sortiment weiter aus, sodass Kunden mittlerweile zwischen mehr als 150.000 Produkten aus aktuellen Kollektionen von über 1.500 Marken wählen können.

„Wir wollen in jedem unserer europäischen Märkte der bevorzugte Online Shop für Mode und Schuhe sein. Um weiter in diesem Tempo wachsen zu können, haben wir unser Angebot kontinuierlich verbessert: Wir bieten den Kunden ein unvergleichbar internationales Sortiment aus Marken in den Kategorien Mode, Schuhe und Sport. Wir haben zudem das Angebot an selbstkreierten Marken ausgeweitet sowie weitere Händler über das Partnerprogramm eingebunden, um eine bessere Verfügbarkeit der Produkte und eine größere Auswahl zu ermöglichen“, erläutert David Schneider, Gründer und Geschäftsführer von Zalando. „Wir werden uns weiter darauf fokussieren, das beste Fashion-Angebot, einen hochmodernen Web Shop sowie eigene Logistikstrukturen aufzubauen – alles maßgeschneidert auf die Bedürfnisse unserer Kunden. Wir wollen nicht nur schnell wachsen, sondern auch kontinuierlich besser werden.“

Um die Weiterentwicklung voranzutreiben, wurde in den weiteren Ausbau eigener Logistikkompetenzen investiert. Ende 2012 eröffnete Zalando das größte europäische Logistikzentrum für Schuhe und Mode in Erfurt. Auch die Technologieabteilung zählt mit etwa 300 IT-Spezialisten mittlerweile zu einer der größten in Europa.

Über Zalando

Zalando (www.zalando.de) ist Europas größter Online-Anbieter für Schuhe und Fashion im Internet. Das umfangreiche Angebot für Damen, Herren und Kinder reicht von bekannten Trendmarken bis hin zu gefragten Designerlabels – insgesamt arbeitet Zalando mit über 1.500 Markenherstellern zusammen. Neben Schuhen und Bekleidung gehören exklusive Accessoires, Beauty-Produkte, Sport- und Wohnartikel zum umfassenden Sortiment. Darüber hinaus setzt das Unternehmen auf eine Kombination einzigartiger Serviceleistungen: Kostenloser Versand und Rückversand, eine kostenlose Service-Hotline sowie 100 Tage Rückgaberecht auf alle Produkte machen den Online-Einkauf zu einem sicheren und entspannten Erlebnis. Das Unternehmen wurde 2008 von Robert Gentz und David Schneider gegründet und hat seinen Sitz in Berlin. Nach dem großen Erfolg in Deutschland werden seit 2009 auch europäische Nachbarländer beliefert. Gestartet wurde mit Österreich (2009), es folgten die Niederlande und Frankreich (beide 2010). 2011 kamen Italien, Großbritannien und die Schweiz hinzu. Seit 2012 ist Zalando auch in Schweden, Belgien, Spanien, Dänemark, Finnland, Polen und Norwegen online.

PRESSEINFORMATION



Kontakt

Boris Radke
Corporate Communications
Tel.: +49 (0)30 200088-585
E-Mail: boris.radke@zalando.de



Zalando.de ist ein Angebot der Zalando GmbH

Sonnenburger Straße 73
10437 Berlin
Germany

Zalando GmbH

Eingetragen beim Amtsgericht Charlottenburg Berlin, HRB112394B
Umsatzsteuer-ID: DE 260543043 Steuernummer: 37/125/21423
Geschäftsführer: Robert Gentz, David Schneider, Rubin Ritter