

Finanzinformationen und wesentliche Leistungskennziffern

Finanzinformationen 2012 – 2014

(in Mio. €)	2012 ¹	2013	2014
Umsatzerlöse	1.158,7	1.762,0	2.214,0
<i>% Jährliches Wachstum</i>	127,2%	52,1%	25,7%
Umsatzkosten	-623,8	-1.047,0	-1.255,3
Bruttoergebnis vom Umsatz	534,8	715,1	958,7
<i>% Marge</i>	46,2%	40,6%	43,3%
Vertriebskosten	-560,7	-733,5	-793,8
Verwaltungskosten	-63,2	-105,1	-109,1
Sonstige betriebliche Erträge	6,3	12,5	12,2
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-0,8	-2,9	-5,8
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	-83,6	-113,9	62,1
<i>% EBIT Marge</i>	-7,2%	-6,5%	2,8%
Nettofinanzergebnis	-1,0	-3,3	-4,5
Ergebnis vor Steuern (EBT)	-84,6	-117,3	57,7
<i>% Marge</i>	-7,3%	-6,7%	2,6%
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-0,5	0,7	-10,5
Periodenergebnis/Ergebnis nach Steuern	-85,1	-116,6	47,2
<i>% Marge</i>	-7,3%	-6,6%	2,1%
Abschreibungen auf Anlagevermögen	6,2	14,9	25,8
EBITDA	-77,3	-99,0	88,0
<i>% EBITDA Marge</i>	-6,7%	-5,6%	4,0%
Anteilsbasierte Vergütung	6,5	5,3	19,8
Bereinigtes EBIT (vor anteilsbasierter Vergütung)	-77,1	-108,6	82,0
<i>% bereinigte EBIT Marge</i>	-6,7%	-6,2%	3,7%
Bereinigtes EBITDA (vor anteilsbasierter Vergütung)	-70,9	-93,7	107,8
<i>% bereinigte EBITDA Marge</i>	-6,1%	-5,3%	4,9%

¹ 2012 wurde entsprechend der in 2013 angewendeten Bilanzierungsgrundsätze angepasst.

Wesentliche Leistungskennziffern 2012 – 2014

	2012	2013	2014
Site Visits (in Mio.) ²	738,3	1.217,0	1.363,8
Anteil der Site Visits über mobile Endgeräte (in % der Site Visits insgesamt) ³	13,0%	26,8%	42,3%
Aktive Kunden (in Mio.) ⁴	9,2	13,1	14,7
Anzahl Bestellungen (in Mio.) ⁵	23,0	35,1	41,4
Durchschn. Bestellungen pro aktiven Kunden (Anzahl der Bestellungen) ⁶	2,50	2,68	2,82
Durchschn. Warenkorbgröße (in €) ⁷	62,3	62,5	66,6
Bereinigtes Marketingkostenverhältnis (in % der Umsatzerlöse) ⁸	22,6%	17,6%	13,2%
Bereinigtes Fulfillmentkostenverhältnis (in % der Umsatzerlöse) ⁹	25,6%	23,9%	22,3%

² Site Visits definiert 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 Anteil der Site Visits über mobile Endgeräte (%) definiert als die Anzahl der Seitenaufrufe über m.sites, t.sites oder Apps geteilt durch die Gesamtanzahl der Seitenaufrufe in dem betreffenden Zeitraum.

⁴ Aktive Kunden definiert 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).

⁵ Anzahl Bestellungen definiert 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.

⁶ Durchschnittliche Bestellungen pro aktivem Kunden definiert als die Anzahl der Bestellungen der letzten zwölf Monate (bezogen auf den Stichtag) geteilt durch die Anzahl aktiver Kunden.

⁷ Durchschnittliche Warenkorbgröße definiert als das vom Kunden getätigte Bruttowarenvolumen (inklusive des Bruttowarenvolumens aus unserem Partnerprogramm) nach Stornierungen und Retouren geteilt durch die Anzahl an ausgelieferten Bestellungen in dem betreffenden Zeitraum. Das Bruttowarenvolumen ist definiert als Gesamtausgaben unserer Kunden (einschließlich USt.) abzüglich Stornierungen und Retouren in dem betreffenden Zeitraum.

⁸ Bereinigtes Marketingkostenverhältnis definiert als die Marketingkosten vor Aufwendung für anteilsbasierte Vergütungen mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente geteilt durch die Umsatzerlöse in dem betreffenden Zeitraum. Die Marketingkosten umfassen Aufwendungen für Werbung, einschließlich Suchmaschinenmarketing und Werbung in TV-, Online und sonstigen Marketingkanälen sowie zugeordneten Gemeinkosten.

⁹ Bereinigtes Fulfillmentkostenverhältnis definiert als Fulfillmentkosten vor Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütungen mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente geteilt durch die Umsatzerlöse in dem betreffenden Zeitraum. Die Fulfillmentkosten umfassen Aufwendungen für Versandabwicklung, Content-Erstellung, Kundenservice und Zahlungsabwicklung sowie zugeordnete Gemeinkosten und die Aufwendungen wegen Wertberichtigungen auf Forderungen. Die Fulfillmentkosten umfassen somit alle Vertriebskosten mit Ausnahme der Marketingkosten.

Finanzinformationen für die Segmente 2012 – 2014

(in Mio. €)	2012 ¹⁰	2013	2014
Umsatzerlöse	1.158,7	1.762,0	2.214,0
DACH ¹¹	773,0	1.056,1	1.234,0
Übriges Europa	335,8	630,2	862,6
Sonstige	49,8	75,7	117,4
In % der Umsatzerlöse			
DACH	66,7%	59,9%	55,7%
Übriges Europa	29,0%	35,8%	39,0%
Sonstige	4,3%	4,3%	5,3%
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	-83,6	-113,9	62,1
DACH	12,5	5,3	72,3
Übriges Europa	-84,0	-100,8	-18,6
Sonstige	-12,1	-18,4	8,4
% EBIT Marge	-7,2%	-6,5%	2,8%
DACH	1,6%	0,5%	5,9%
Übriges Europa	-25,0%	-16,0%	-2,2%
Sonstige	-24,3%	-24,3%	7,2%
Bereinigtes EBIT (vor anteilsbasierter Vergütung)	-77,1	-108,6	82,0
DACH	15,2	8,2	83,0
Übriges Europa	-81,1	-99,1	-11,6
Sonstige	-11,2	-17,8	10,5
% bereinigte EBIT Marge	-6,7%	-6,2%	3,7%
DACH	2,0%	0,8%	6,7%
Übriges Europa	-24,1%	-15,7%	-1,3%
Sonstige	-22,5%	-23,5%	9,0%

¹⁰ 2012 wurde entsprechend der in 2013 angewendeten Bilanzierungsgrundsätze angepasst.

¹¹ Das „DACH“-Segment umfasst den Teil des Vertriebswegs Zalando Shop, der Umsatzerlöse aus Produkten und Dienstleistungen durch Kundenbestellungen auf den lokal ausgerichteten Internetseiten für Deutschland, Österreich und der Schweiz generiert.

Konzernbilanz 2012 – 2014

(in Mio. €)	2012 ¹²	2013	2014
Langfristige Vermögenswerte	84,9	176,1	194,0
Sachanlagen	43,3	105,7	111,0
Finanzielle Vermögenswerte	31,7	48,1	49,4
Kurzfristige Vermögenswerte	740,5	895,7	1.591,6
Vorräte	231,4	332,5	348,4
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	65,6	87,2	140,1
Liquide Mittel	382,3	417,2	1.051,0
Bilanzsumme	825,4	1.071,7	1.785,5
Eigenkapital	458,2	546,5	1.126,7
Kapitalrücklage	628,6	833,3	1.120,4
Bilanzverlust	-170,0	-286,6	-239,4
Langfristige Schulden	17,2	29,2	30,9
Kurzfristige Schulden	350,0	496,0	627,9
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und ähnliche Verbindlichkeiten	294,6	410,0	492,1
Bilanzsumme	825,4	1.071,7	1.785,5

¹² 2012 wurde entsprechend der in 2013 angewendeten Bilanzierungsgrundsätze angepasst.

Konzern-Kapitalflussrechnung 2012 – 2014

(in Mio. €)	2012 ¹³	2013	2014
Periodenergebnis/Ergebnis nach Steuern	-85,1	-116,6	47,2
Zahlungsunwirksame Aufwendungen aus anteilsbasierten Vergütungen	7,0	2,0	19,6
Abschreibungen auf das Anlagevermögen	6,2	14,9	25,8
Zunahme/Abnahme der Rückstellungen	0,6	0,0	1,0
Zunahme/Abnahme der Vorräte und Forderungen aus Lieferung und Leistung	-167,1	-122,7	-68,7
Zunahme/Abnahme der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und ähnliche Verbindlichkeiten	163,9	101,5	94,9
Zunahme/Abnahme sonstiger Aktiva/sonstiger Passiva	-20,0	40,8	55,1
Mittelzufluss/-abfluss aus laufender Geschäftstätigkeit	-94,3	-80,2	174,9
Auszahlungen für Investitionen in das Sachanlagevermögen und in immaterielle Vermögenswerte	-46,6	-73,8	-51,1
Veränderung der Zahlungsmittel, die einer Verfügungsbeschränkung unterliegen	-24,7	-16,4	-0,8
Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit	-71,3	-90,2	-51,9
Einzahlungen aus Kapitalerhöhungen	431,8	199,3	510,1
Einzahlungen aus der Aufnahme von Krediten	15,1	9,1	3,9
Sonstige Zahlungswirksame Änderungen im Finanzbereich	-0,0	0,0	0,0
Auszahlungen für die Tilgung von Krediten	-0,8	-3,2	-3,2
Mittelzufluss aus der Finanzierungstätigkeit	446,1	205,2	510,8
Zahlungswirksame Veränderungen des Finanzmittelbestands	280,5	34,9	633,8

¹³ 2012 wurde entsprechend der in 2013 angewendeten Bilanzierungsgrundsätze angepasst.

Finanzinformationen pro Quartal Q1 2013 – Q1 2015

(in Mio. €)	Q1/13	Q2/13	Q3/13	Q4/13	Q1/14	Q2/14	Q3/14	Q4/14	Q1/15
Umsatzerlöse	372,0	436,6	403,8	549,6	500,7	546,4	501,4	665,6	643,6
<i>% Wachstum gegenüber Vorjahresperiode</i>	73,9%	70,1%	42,1%	36,1%	34,6%	25,1%	24,2%	21,1%	28,5%
Umsatzkosten	-227,2	-258,2	-252,4	-309,1	-311,3	-293,6	-299,1	-351,4	-353,5
Bruttoergebnis vom Umsatz	144,7	178,4	151,4	240,5	189,4	252,8	202,3	314,2	290,1
<i>% Marge</i>	38,9%	40,9%	37,5%	43,8%	37,8%	46,3%	40,3%	47,2%	45,1%
Vertriebskosten	-167,0	-189,0	-173,7	-203,8	-192,0	-199,4	-173,9	-228,5	-236,8
Verwaltungskosten	-20,0	-25,9	-29,7	-29,5	-28,8	-24,6	-30,2	-25,5	-29,1
Sonstige betriebliche Erträge	0,8	3,8	1,9	6,0	4,2	3,6	1,4	3,0	3,0
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-1,0	0,4	-0,8	-1,5	-0,8	-0,9	-2,1	-2,0	-2,0
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	-42,4	-32,3	-50,9	11,7	-27,9	31,5	-2,6	61,1	25,1
<i>% EBIT Marge</i>	-11,4%	-7,4%	-12,6%	2,1%	-5,6%	5,8%	-0,5%	9,2%	3,9%
Nettofinanzergebnis	-0,7	-1,1	-0,9	-0,7	-0,8	-0,8	0,8	-3,6	5,4
Ergebnis vor Steuern (EBT)	-43,1	-33,4	-51,8	11,1	-28,7	30,7	-1,8	57,5	30,6
<i>% Marge</i>	-11,6%	-7,7%	-12,8%	2,0%	-5,7%	5,6%	-0,4%	8,6%	4,7%
Steuern vom Einkommen & Ertrag	-0,1	-0,1	-0,5	1,3	-0,2	-1,6	1,3	-9,9	-6,3
Periodenergebnis/Ergebnis nach Steuern	-43,2	-33,5	-52,3	12,4	-28,9	29,0	-0,5	47,5	24,3
<i>% Marge</i>	-11,6%	-7,7%	-13,0%	2,3%	-5,8%	5,3%	-0,1%	7,1%	3,8%
Abschreibungen auf Anlagevermögen	2,9	3,2	4,6	4,2	5,5	6,9	7,1	6,4	7,5
EBITDA	-39,5	-29,1	-46,3	15,9	-22,4	38,4	4,5	67,5	32,6
<i>% EBITDA Marge</i>	-10,6%	-6,7%	-11,5%	2,9%	-4,5%	7,0%	0,9%	10,1%	5,1%
Anteilsbasierte Vergütung	1,2	1,3	1,0	1,7	5,1	3,7	6,4	4,6	4,0
Bereinigtes EBIT (vor anteilsbasierter Vergütung)	-41,2	-31,0	-49,9	13,5	-22,8	35,1	3,8	65,7	29,1
<i>% bereinigte EBIT Marge</i>	-11,1%	-7,1%	-12,4%	2,4%	-4,5%	6,4%	0,8%	9,9%	4,5%
Bereinigtes EBITDA (vor anteilsbasierter Vergütung)	-38,2	-27,8	-45,3	17,6	-17,3	42,0	10,9	72,1	36,6
<i>% bereinigte EBITDA Marge</i>	-10,3%	-6,4%	-11,2%	3,2%	-3,5%	7,7%	2,2%	10,8%	5,7%

Wesentliche Leistungskennziffern pro Quartal Q1 2013 – Q1 2015

	Q1/13	Q2/13	Q3/13	Q4/13	Q1/14	Q2/14	Q3/14	Q4/14	Q1/15
Site Visits (in Mio.) ¹⁴	274,5	294,4	291,0	357,0	331,8	322,7	321,7	387,6	392,8
Anteil der Site Visits über mobile Endgeräte (in % der Site Visits insgesamt) ¹⁵	21,3%	24,9%	28,2%	31,6%	36,2%	40,7%	43,3%	47,9%	52,6%
Aktive Kunden (in Mio.) ¹⁶	10,3	11,6	12,3	13,1	13,5	13,7	14,1	14,7	15,4
Anzahl Bestellungen (in Mio.) ¹⁷	7,8	9,3	8,2	9,8	9,7	10,4	9,7	11,6	12,0
Durchschn. Bestellungen pro aktiven Kunden (Anzahl der Bestellungen) ¹⁸	2,56	2,62	2,67	2,68	2,74	2,77	2,81	2,82	2,84
Durchschn. Warenkorbgröße (in €) ¹⁹	60,5	58,4	60,7	69,3	63,9	65,7	64,4	71,7	68,0
Bereinigtes Marketingkostenverhältnis (in % der Umsatzerlöse) ²⁰	16,7%	17,6%	19,4%	16,8%	13,9%	13,3%	11,4%	13,9%	11,8%
Bereinigtes Fulfillmentkostenverhältnis (in % der Umsatzerlöse) ²¹	28,1%	25,6%	23,5%	20,1%	24,0%	22,9%	22,7%	20,1%	24,7%

¹⁴ Site Visits definiert 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.

¹⁵ Anteil der Site Visits über mobile Endgeräte (%) definiert als die Anzahl der Seitenaufrufe über m.sites, t.sites oder Apps geteilt durch die Gesamtanzahl der Seitenaufrufe in dem betreffenden Zeitraum.

¹⁶ Aktive Kunden definiert 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).

¹⁷ Anzahl Bestellungen definiert 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.

¹⁸ Durchschnittliche Bestellungen pro aktivem Kunden definiert als die Anzahl der Bestellungen der letzten zwölf Monate (bezogen auf den Stichtag) geteilt durch die Anzahl aktiver Kunden.

¹⁹ Durchschnittliche Warenkorbgröße definiert als das vom Kunden getätigte Bruttowarenvolumen (inklusive des Bruttowarenvolumens aus unserem Partnerprogramm) nach Stornierungen und Retouren geteilt durch die Anzahl an ausgelieferten Bestellungen in dem betreffenden Zeitraum. Das Bruttowarenvolumen ist definiert als Gesamtausgaben unserer Kunden (einschließlich USt.) abzüglich Stornierungen und Retouren in dem betreffenden Zeitraum.

²⁰ Bereinigtes Marketingkostenverhältnis definiert als die Marketingkosten vor Aufwendung für anteilsbasierte Vergütungen mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente geteilt durch die Umsatzerlöse in dem betreffenden Zeitraum. Die Marketingkosten umfassen Aufwendungen für Werbung, einschließlich Suchmaschinenmarketing und Werbung in TV-, Online und sonstigen Marketingkanälen sowie zugeordneten Gemeinkosten.

²¹ Bereinigtes Fulfillmentkostenverhältnis definiert als Fulfillmentkosten vor Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütungen mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente geteilt durch die Umsatzerlöse in dem betreffenden Zeitraum. Die Fulfillmentkosten umfassen Aufwendungen für Versandabwicklung, Content-Erstellung, Kundenservice und Zahlungsabwicklung sowie zugeordnete Gemeinkosten und die Aufwendungen wegen Wertberichtigungen auf Forderungen. Die Fulfillmentkosten umfassen somit alle Vertriebskosten mit Ausnahme der Marketingkosten.

Finanzinformationen für die Segmente pro Quartal Q1 2013 – Q1 2015

(in Mio. €)	Q1/13	Q2/13	Q3/13	Q4/13	Q1/14	Q2/14	Q3/14	Q4/14	Q1/15
Umsatzerlöse	372,0	436,6	403,8	549,6	500,7	546,4	501,4	665,6	643,6
DACH	222,6	267,6	243,4	322,5	283,9	310,3	276,3	363,5	347,1
Übriges Europa	134,1	152,0	141,4	202,8	193,2	206,1	197,8	265,5	265,0
Sonstige	15,2	17,1	19,1	24,3	23,5	30,0	27,3	36,5	31,5
In % der Umsatzerlöse									
DACH	59,9%	61,3%	60,3%	58,7%	56,7%	56,8%	55,1%	54,6%	53,9%
Übriges Europa	36,0%	34,8%	35,0%	36,9%	38,6%	37,7%	39,4%	39,9%	41,2%
Sonstige	4,1%	3,9%	4,7%	4,4%	4,7%	5,5%	5,4%	5,5%	4,9%
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	-42,4	-32,3	-50,9	11,7	-27,9	31,5	-2,6	61,1	25,1
DACH	-9,4	-3,7	-11,0	29,4	-3,1	25,5	7,5	42,4	30,2
Übriges Europa	-30,7	-25,8	-34,2	-10,2	-23,5	2,2	-11,7	14,5	-6,3
Sonstige	-2,3	-2,9	-5,8	-7,4	-1,3	3,8	1,6	4,3	1,2
% EBIT Marge	-11,4%	-7,4%	-12,6%	2,1%	-5,6%	5,8%	-0,5%	9,2%	3,9%
DACH	-4,2%	-1,4%	-4,5%	9,1%	-1,1%	8,2%	2,7%	11,7%	8,7%
Übriges Europa	-22,9%	-17,0%	-24,2%	-5,0%	-12,2%	1,0%	-5,9%	5,4%	-2,4%
Sonstige	-15,2%	-16,9%	-30,2%	-30,6%	-5,5%	12,8%	6,0%	11,7%	3,9%
Bereinigtes EBIT (vor anteilsbasierter Vergütung)	-41,2	-31,0	-49,9	13,5	-22,8	35,1	3,8	65,7	29,1
DACH	-8,8	-2,9	-10,4	30,3	-0,2	27,5	10,9	44,8	32,3
Übriges Europa	-30,3	-25,4	-33,9	-9,6	-21,8	3,4	-9,4	16,2	-4,7
Sonstige	-2,1	-2,7	-5,6	-7,3	-0,7	4,2	2,3	4,8	1,4
% bereinigte EBIT Marge	-11,1%	-7,1%	-12,4%	2,4%	-4,5%	6,4%	0,8%	9,9%	4,5%
DACH	-3,9%	-1,1%	-4,3%	9,4%	-0,1%	8,9%	3,9%	12,3%	9,3%
Übriges Europa	-22,6%	-16,7%	-23,9%	-4,7%	-11,3%	1,7%	-4,7%	6,1%	-1,8%
Sonstige	-13,8%	-15,9%	-29,6%	-30,0%	-3,1%	14,0%	8,4%	13,0%	4,5%

Finanzinformationen erste drei Monate 2014 und 2015

(in Mio. €)	1 Jan – 31 Mär 2014	1 Jan – 31 Mär 2015
Umsatzerlöse	500,7	643,6
<i>% Wachstum gegenüber Vorjahresperiode</i>	34,6%	28,5%
Umsatzkosten	-311,3	353,5
Bruttoergebnis vom Umsatz	189,4	290,1
<i>% Marge</i>	37,8%	45,1%
Vertriebskosten	-192,0	-236,8
Verwaltungskosten	-28,8	-29,1
Sonstige betriebliche Erträge	4,2	3,0
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-0,8	-2,0
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	-27,9	25,1
<i>% EBIT Marge</i>	-5,6%	3,9%
Nettofinanzergebnis	-0,8	5,4
Ergebnis vor Steuern (EBT)	-28,7	30,6
<i>% Marge</i>	-5,7%	4,7%
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-0,2	-6,3
Periodenergebnis/Ergebnis nach Steuern	-28,9	24,3
<i>% Marge</i>	-5,8%	3,8%
Abschreibungen auf Anlagevermögen	5,5	7,5
EBITDA	-22,4	32,6
<i>% EBITDA Marge</i>	-4,5%	5,1%
Anteilsbasierte Vergütung	5,1	4,0
Bereinigtes EBIT (vor anteilsbasierter Vergütung)	-22,8	29,1
<i>% bereinigte EBIT Marge</i>	-4,5%	4,5%
Bereinigtes EBITDA (vor anteilsbasierter Vergütung)	-17,3	36,6
<i>% bereinigte EBITDA Marge</i>	-3,5%	5,7%

Konzernbilanz Dezember 2014 und März 2015

(in Mio. €)	Dez-2014	(in % des Gesamtver- mögens)	Mär-2015	(in % des Gesamtver- mögens)
Langfristige Vermögenswerte	194,0	10,9%	179,1	9,2%
Sachanlagen	111,0	6,2%	108,8	5,6%
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	49,4	2,8%	32,3	1,7%
Kurzfristige Vermögenswerte	1.591,6	89,1%	1.758,8	90,8%
Vorräte	348,4	19,5%	474,6	24,5%
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	140,1	7,8%	169,8	8,8%
Liquide Mittel	1.051,0	58,9%	960,9	49,6%
Bilanzsumme	1.785,5	100,0%	1.937,9	100,0%
Eigenkapital	1.126,7	63,1%	1.148,1	59,2%
Kapitalrücklage	1.120,4	62,7%	1.123,0	57,9%
Bilanzverlust	-239,4	-13,4%	-215,2	-11,1%
Langfristige Schulden	30,9	1,7%	33,9	1,8%
Kurzfristige Schulden	627,9	35,2%	755,9	39,0%
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und ähnliche Verbindlichkeiten	492,1	27,6%	609,8	31,5%
Bilanzsumme	1.785,5	100,0%	1.937,9	100,0%

Konzern-Kapitalflussrechnung erste drei Monate 2014 und 2015

(in Mio. €)	1 Jan – 31 Mär 2014	1 Jan – 31 Mär 2015
Periodenergebnis/Ergebnis nach Steuern	-28,9	24,3
Zahlungsunwirksame Aufwendungen aus anteilsbasierten Vergütungen	5,1	4,0
Zahlungen zur Ablösung von Ansprüchen aus anteilsbasierten Vergütungen	0,0	-2,0
Abschreibungen auf das Anlagevermögen	5,5	7,5
Sonstige zahlungswirksame Erträge	-0,7	-0,9
Zunahme/Abnahme der Rückstellungen	0,0	-0,4
Zunahme/Abnahme der Vorräte und Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	-72,4	-155,4
Zunahme/Abnahme der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und ähnliche Verbindlichkeiten	57,0	117,5
Zunahme/Abnahme sonstiger Aktiva/sonstiger Passiva	12,9	-6,4
Mittelzufluss/-abfluss aus laufender Geschäftstätigkeit	-21,5	-11,8
Auszahlungen für Investitionen in das Sachanlagevermögen und in immaterielle Vermögenswerte	-20,7	-8,4
Auszahlung für Investitionen in Termingelder	0,0	-90,0
Veränderung der Zahlungsmittel, die einer Verfügungsbeschränkung unterliegen	1,8	15,8
Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit	-18,9	-82,6
Einzahlungen aus Kapitalerhöhungen der Gesellschafter	0,0	1,5
Einzahlungen aus der Aufnahme von Krediten	1,9	0,0
Auszahlungen für die Tilgung von Krediten	-0,8	-0,8
Mittelzufluss aus der Finanzierungstätigkeit	1,1	0,7
Wechselkursbedingt und sonstige Veränderungen des Finanzmittelfonds	0,0	3,6
Zahlungswirksame Veränderungen des Finanzmittelbestands	-39,3	-93,7