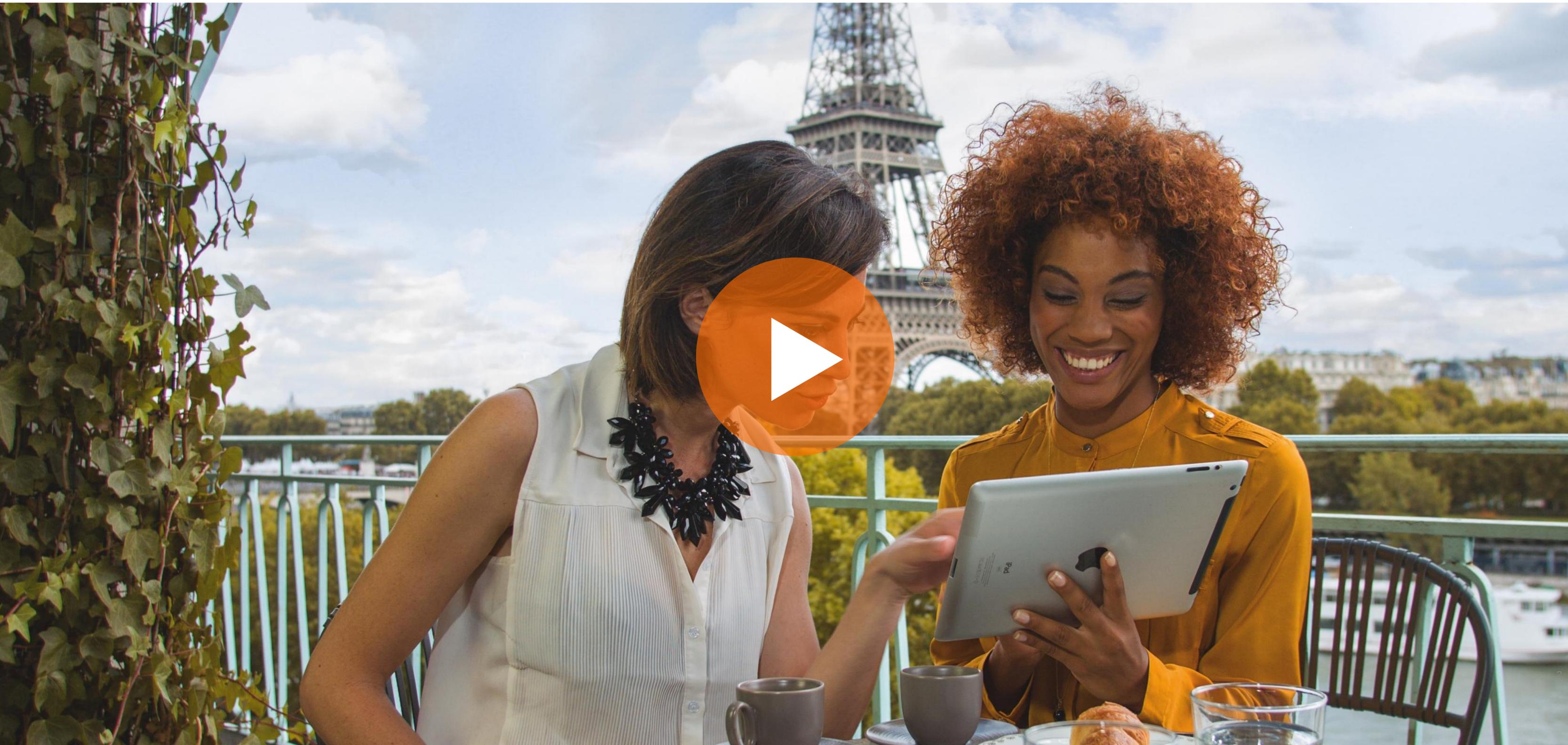


# HAUPTVERSAMMLUNG ZALANDO SE

2. Juni 2015  
Tempodrom, Berlin







## WILLKOMMEN ZUR HAUPTVERSAMMLUNG 2015

Es begrüßen Sie die Vorstandsmitglieder

**David Schneider**

Marken, Mode & Sortiment, Brand Marketing

**Robert Gentz**

Technology, Strategie & Business Development

**Rubin Ritter**

Commercial Business, Operations & Finance



## **Geschäftsentwicklung 2014**

Stark positioniert für die Zukunft



**Produktvielfalt:**

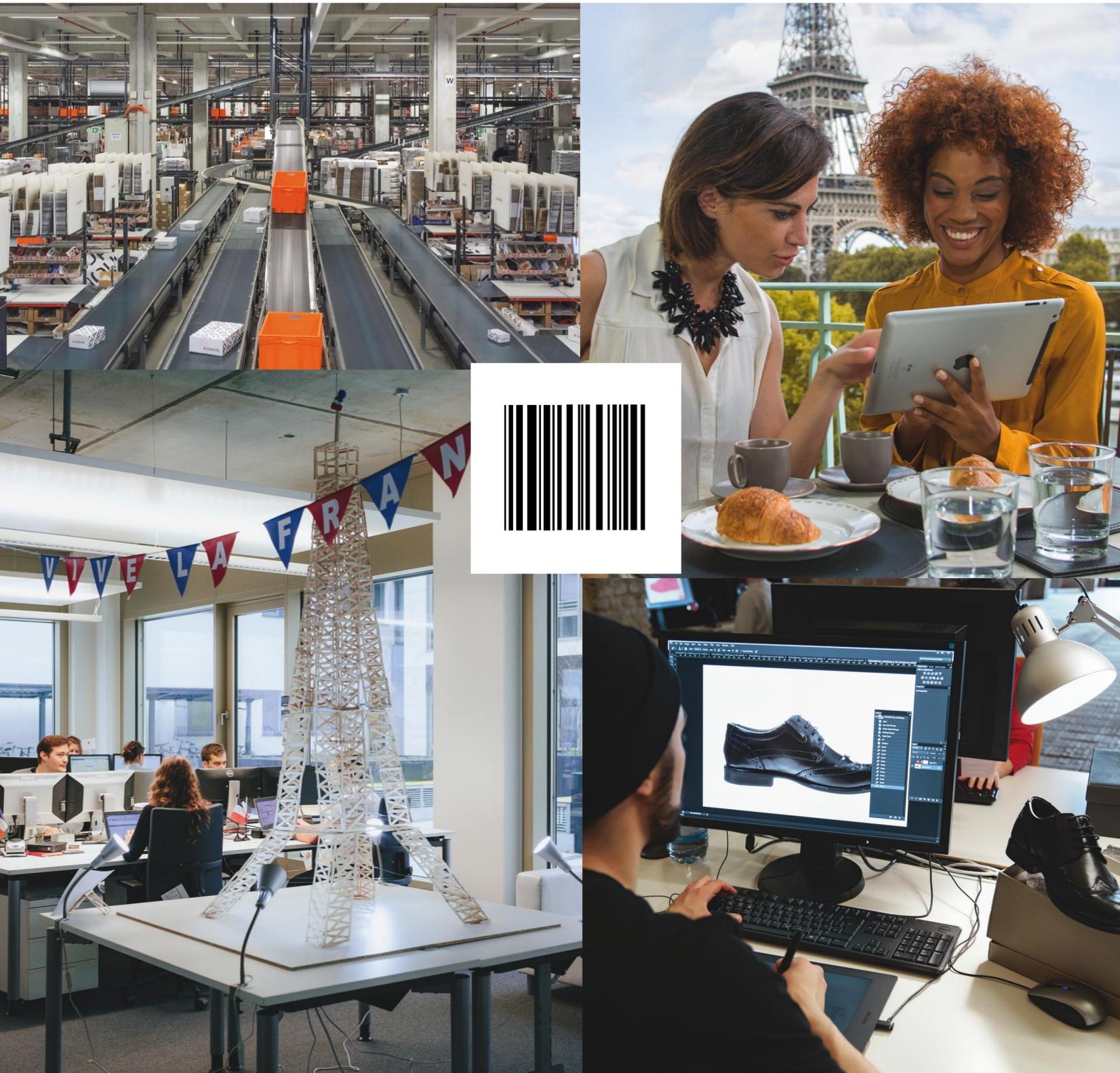
> 150.000 Artikel von > 1.500 Marken

**Portal zu europäischen Modemärkten:**

Partnerschaften mit Topshop & Gap

**Fashion = Art & Science:**

Kombination von Fashionscouts  
mit Smart Data



## **Logistik als Kernkompetenz:**

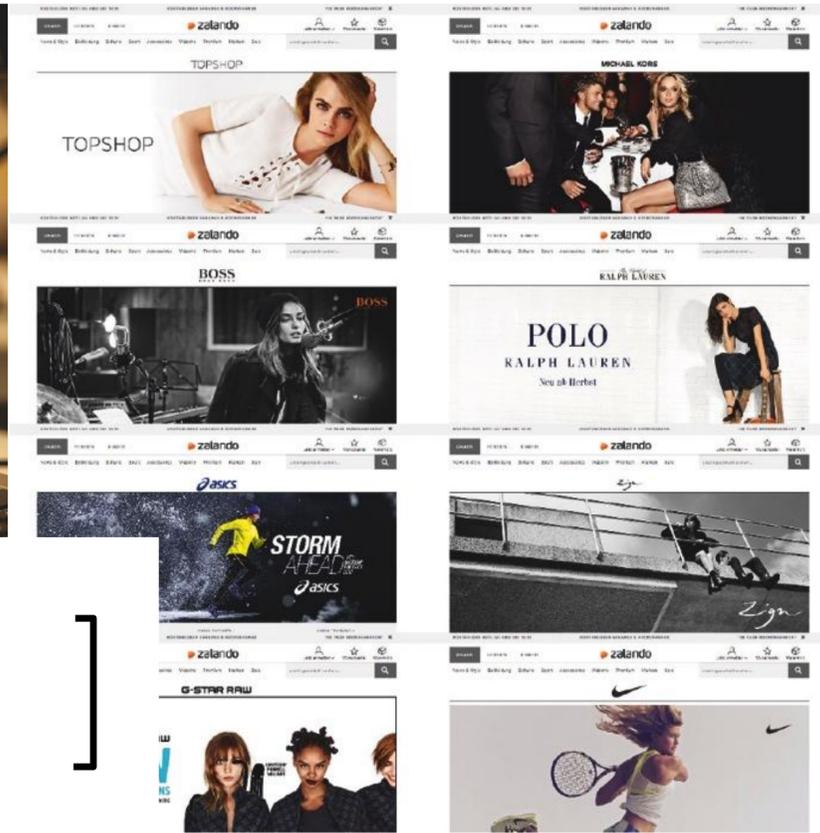
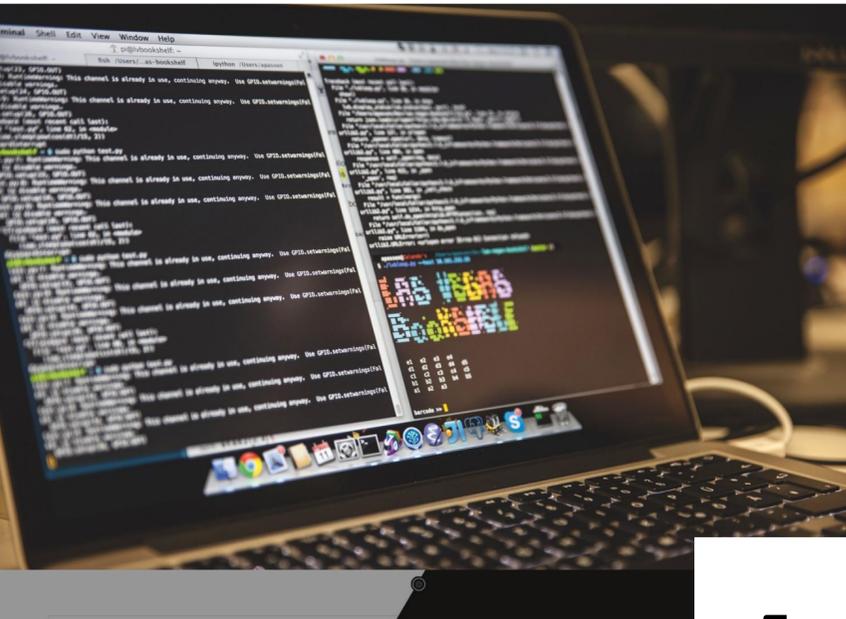
100% unternehmensintern,  
Ramp-up von Erfurt & Mönchengladbach

## **Mehr Service:**

Kontinuierliche Verbesserung,  
z.B. Express Lieferung

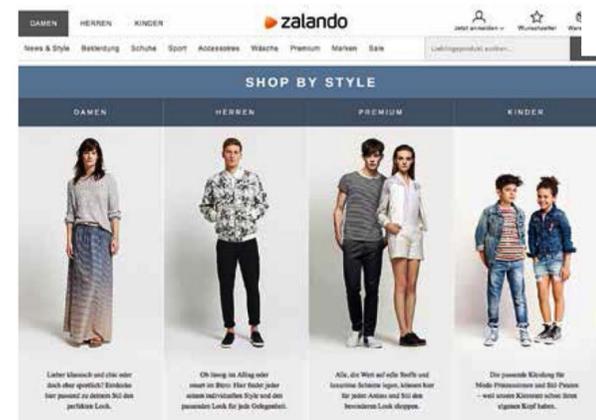
## **Europaweit lokal:**

Sortiment, Zahlungsart, Währung,  
Kundenservice



## DAS INDIVIDUELLE SCHAUFENSTE

UNSER VERSTÄNDNIS VON MODE-SHOPPING UMFASST WEIT MEHR ALS NUR DAS SUCHEN UND FINDEN DES NEUEN LIEBLINGSSTÜCKS.



Zalando-Kunden möchten auch beim Gang durch unsere **virtuelle Einkaufsstraße** von Marken- und Schaufenstern inspiriert werden. Sie legen Wert auf hochwertige Stilberatung und wünschen sich neben einem breiten Sortiment auch besondere Mode für spezielle Anlässe. Wir haben uns daher das Ziel gesetzt, unsere Kunden noch persönlicher anzusprechen. Erste positive Auswirkungen unterstreichen diesen Anspruch: Features sind interaktiver, Produktbilder bekommen mehr Platz, werden emotionaler und teilweise durch 360-Grad-Ansichten ergänzt.

Eine neue Funktion, die dem Bedürfnis nach einem individuellen Angebot gezielt entgegenkommt, ist **Mein Zalando**. Anhand seiner Einkaufshistorie gibt dieser Feed jedem Kunden personalisierte Marken- und Produktempfehlungen und hebt das Kundenerlebnis damit auf eine persönliche Ebene. Auch in den kommenden Jahren werden viele unserer Neuerungen dazu dienen, das Online-Shopping individueller und besser zu machen.



## Digital Fashion:

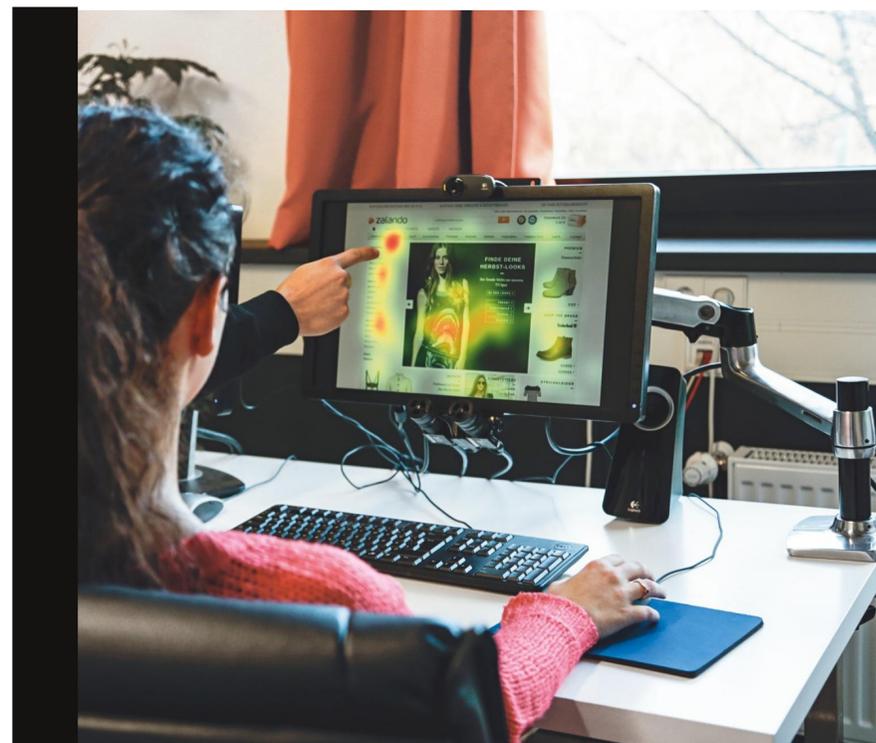
Technology-Plattform:  
Selbstentwickelt, skalierbar

## Der Kunde wird mobil:

- > 130 Mio. monatliche Site-Visits\*
- > 50% der Visits von mobilen Endgeräten\*
- > 8,5 Mio. App Downloads\*

## Innovation durch Technology:

- ~700 Mitarbeiter
- ~75% mit Fokus auf Innovation



\* Stand 31.03.2015

Ein attraktiver Arbeitgeber für 8.300 Mitarbeiter\*



**~8.300 Mitarbeiter\*:**

Logistik: ~4.500\*  
Technology: ~700\*

**Diversität als Erfolgsfaktor:**

> 100 Nationalitäten  
> 50% Frauen

**Mitarbeitermeinung zählt:**

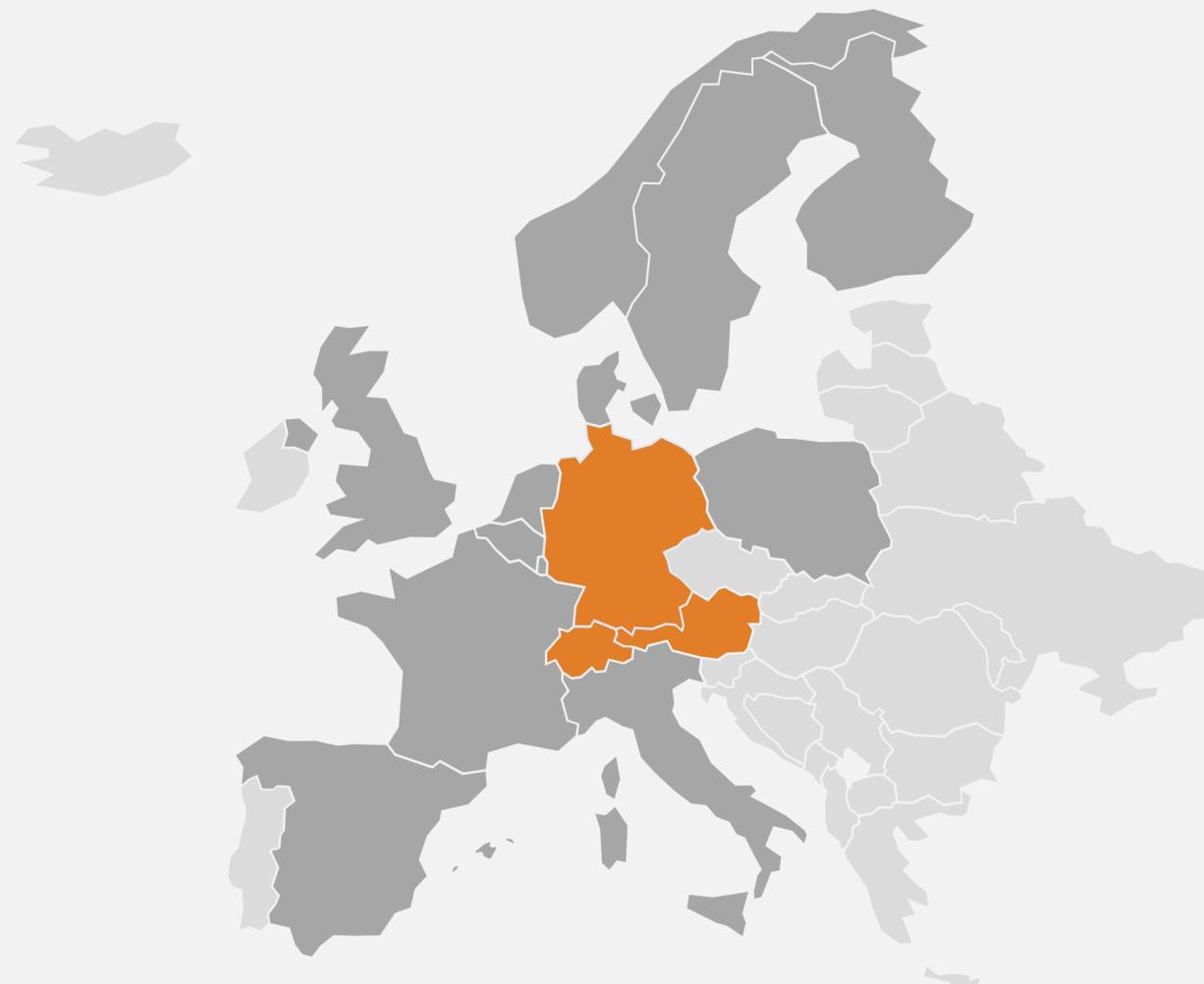
International Employee Board  
seit September 2014

\* Stand 31.03.2015

Unsere Ziele Anfang 2014	Resultate 2014
<p><b>Marktanteile gewinnen</b> Umsatz &amp; Wachstum</p>	<p><b>2.214 Mio. €</b> <b>25,7%</b> ✓</p>
<p><b>Gewinnschwelle erreichen</b> EBIT* &amp; Marge*</p>	<p><b>82 Mio. €</b> <b>3,7%</b> ✓</p>
<p><b>Kapital effizient einsetzen</b> Free Cash Flow**</p>	<p><b>124 Mio. €</b> <b>5,6%</b> ✓</p>

\* Exklusive anteilsbasierter Vergütung

\*\* Exklusive Zahlungsmittel, die einer Verfügungsbeschränkung unterliegen

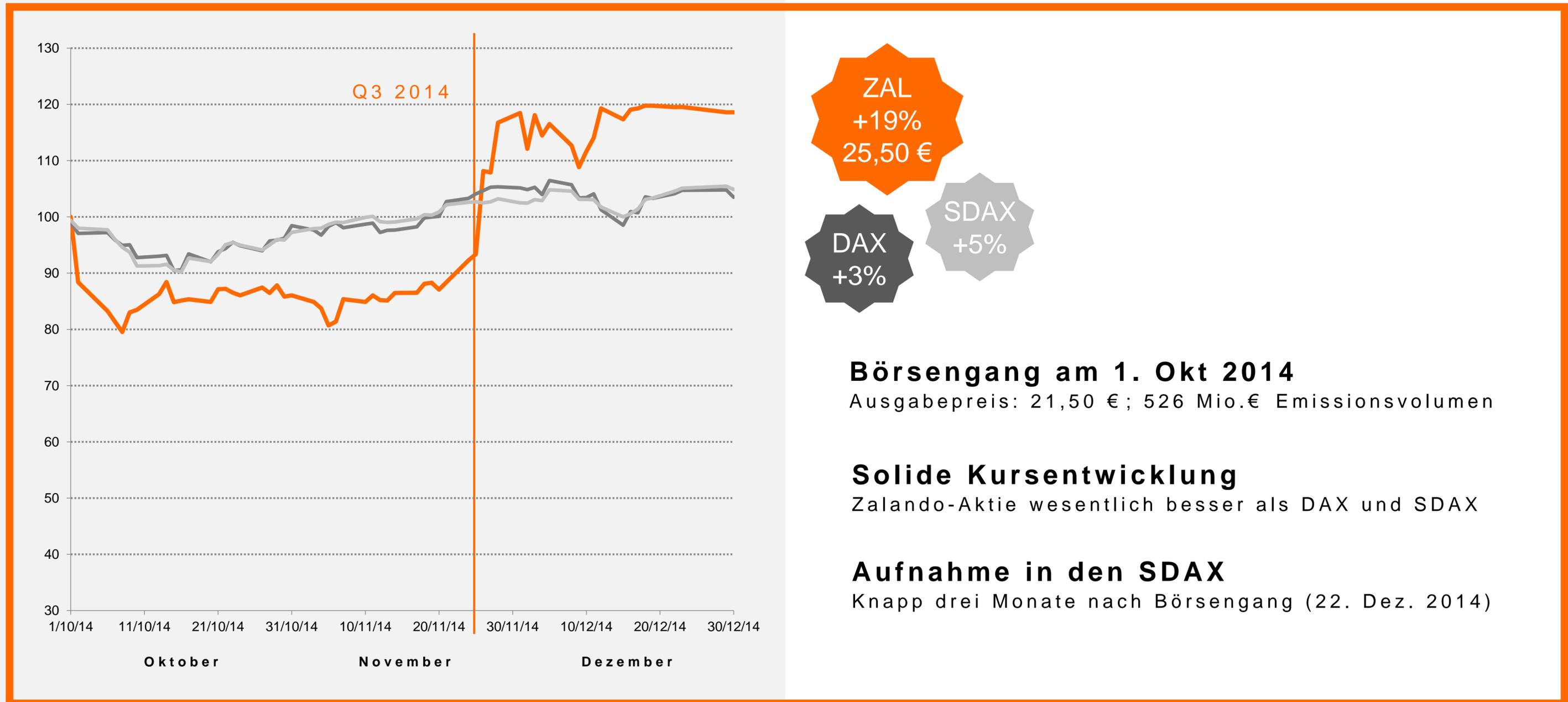


### Resultate 2014

	Umsatz & Wachstum	EBIT* & Marge*
<b>DACH</b>	<b>1.234 Mio. € (+17%)</b>	<b>83 Mio. € (6,7%)</b>
Übriges Europa	863 Mio. € (+37%)	-12 Mio. € (-1,3%)
<b>Sonstiges**</b>	<b>117 Mio. € (+55%)</b>	<b>11 Mio. € (9,0%)</b>

\* Exklusive anteilsbasierter Vergütung

\*\* Beinhaltet zum Großteil das Geschäft aus Zalando Lounge und den beiden Outlets in Berlin und Frankfurt

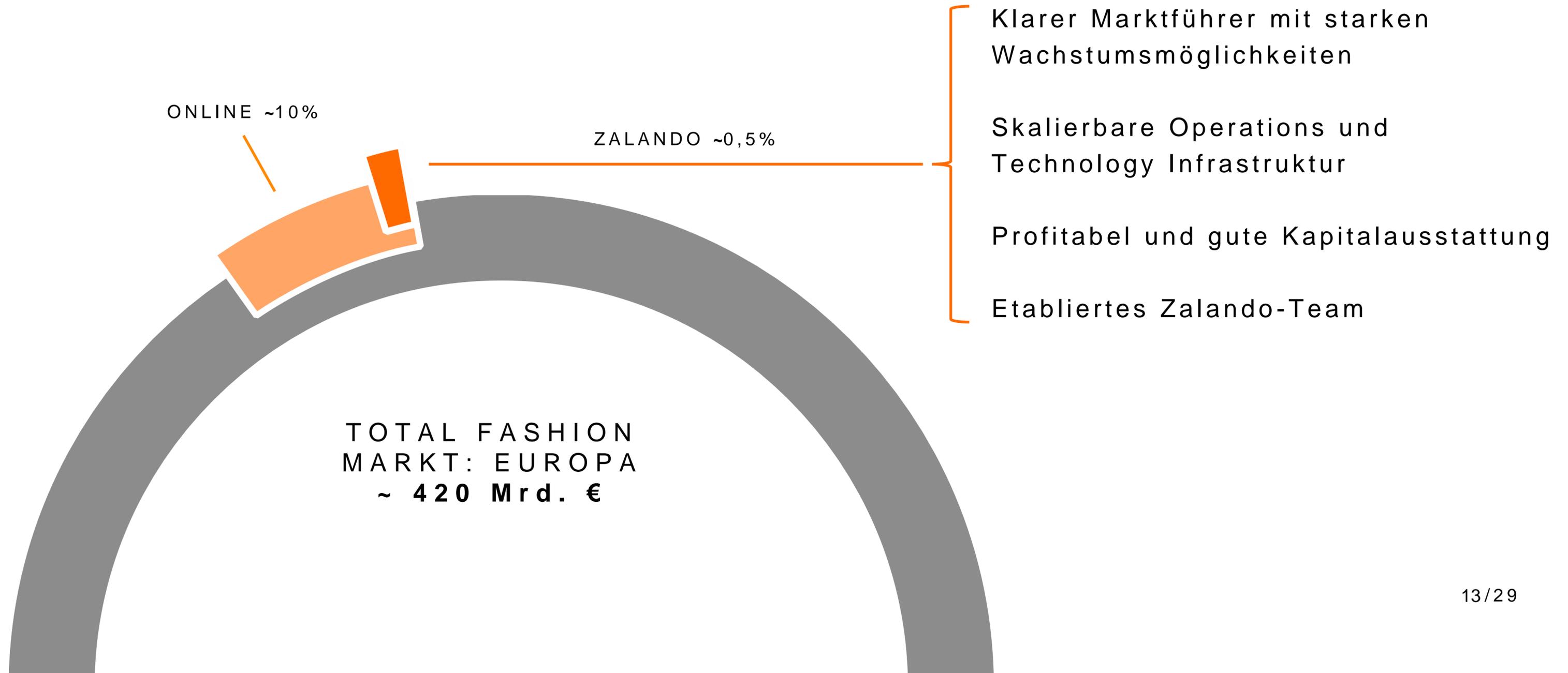




## **Ausblick 2015**

Profitables Wachstum mit  
Zukunftsinvestitionen

Wir sind in der besten Position weiter zu wachsen

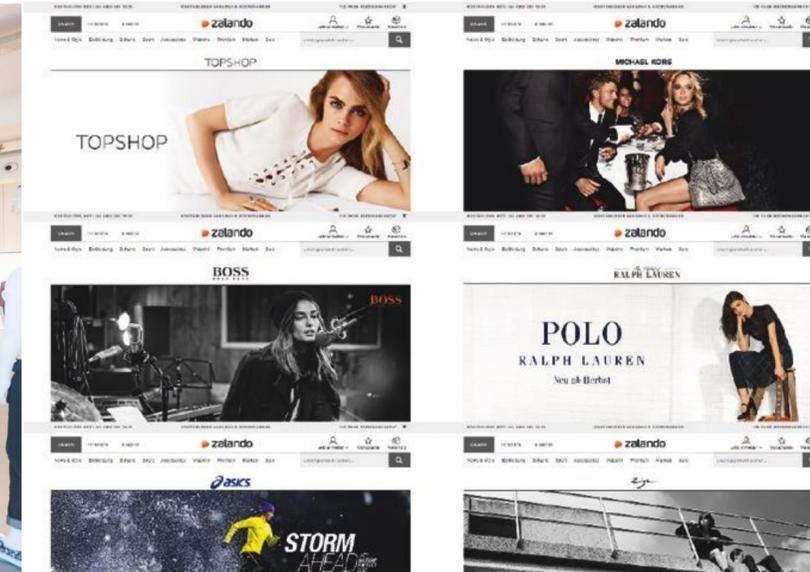


## Initiativen im Markenbereich

**Spezialkategorien ausbauen:**  
Damen-Sport, Unterwäsche, Übergrößen

**Attraktive Preispunkte bieten:**  
Fast Fashion, Positionierung Eigenmarken

**Markenbeziehungen stärken:**  
Gemeinsames Marketing,  
„Shop im Shop“ etc.



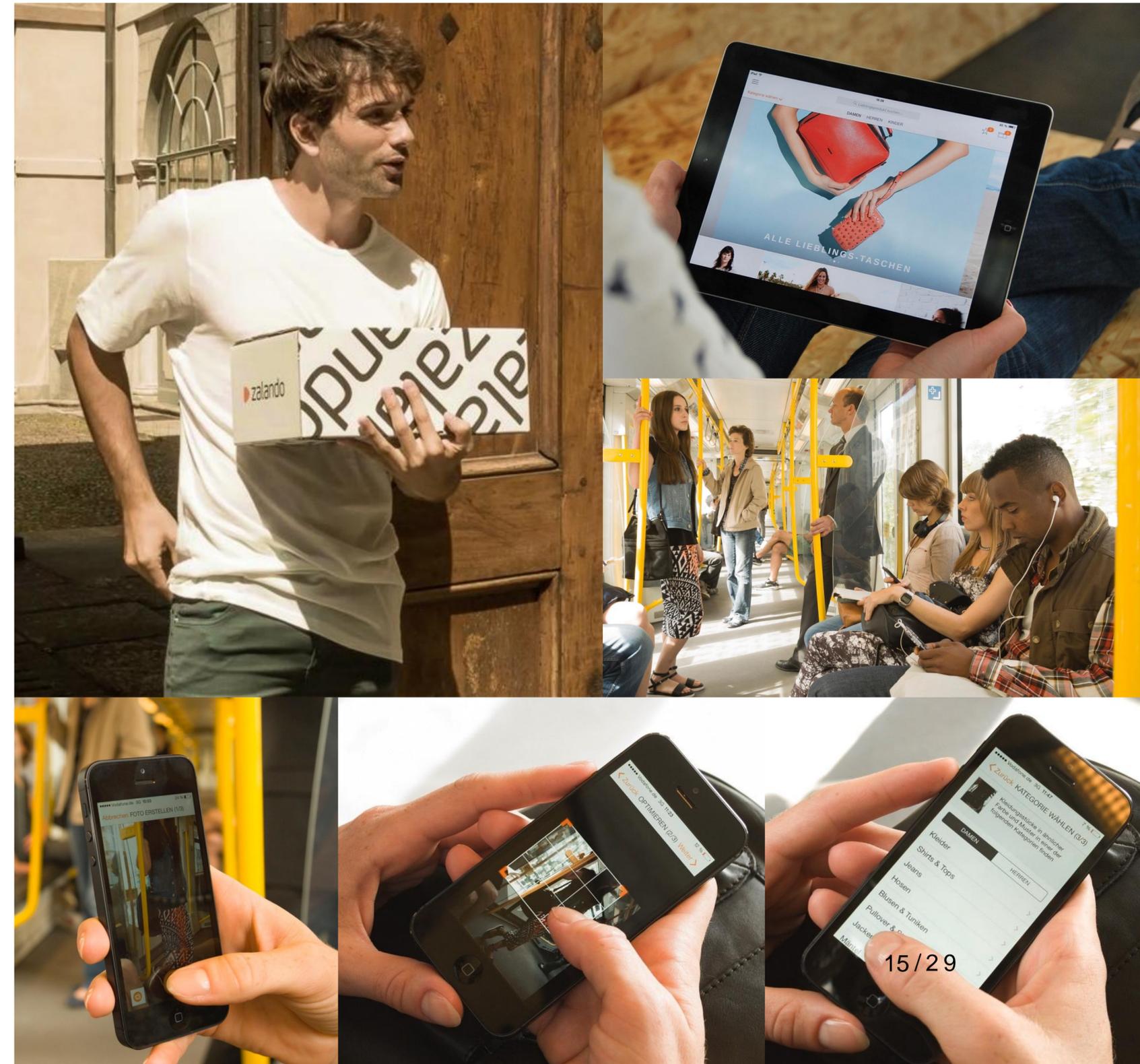
# Kontinuierliche Verbesserung des Kundenerlebnisses



**Onsite Erlebnis:**  
Personalisierter Feed,  
„Curated Shopping“ etc.

**Mobile First Prinzip:**  
Fokus auf Design & Inhalt  
für mobile Endgeräte

**Komfortabel einkaufen:**  
Schnelle Lieferung,  
einfachere Retoure etc.



Resultate Q1 2015	
Umsatz & Wachstum	644 Mio. € 28,5% ✓
EBIT* & Marge*	29 Mio. € 4,5% ✓
Free Cash Flow**	-20 Mio. € -3,1% ✓

\* Exklusive anteilsbasierter Vergütung

\*\* Exklusive Zahlungsmittel, die einer Verfügungsbeschränkung unterliegen und Investitionen in Termingelder

**Unsere Ziele Anfang 2015**

**Umsatzwachstum 20-25%**

**EBIT-Marge\* ~ 3,4%\*\*  
(~ 2014 Level)**

**Fokus auf operativer Kapitaleffizienz**



**Update per Q1 2015**

**Wachstum am oberen Ende**  
und leicht darüber falls  
positives Momentum anhält

**EBIT-Marge\* ~4,5%**  
angepasst an  
starkes Q1-Ergebnis

\* Exklusive anteilsbasierter Vergütung  
\*\* Entspricht Marge inklusive anteilsbasierter Vergütung von 2,8%

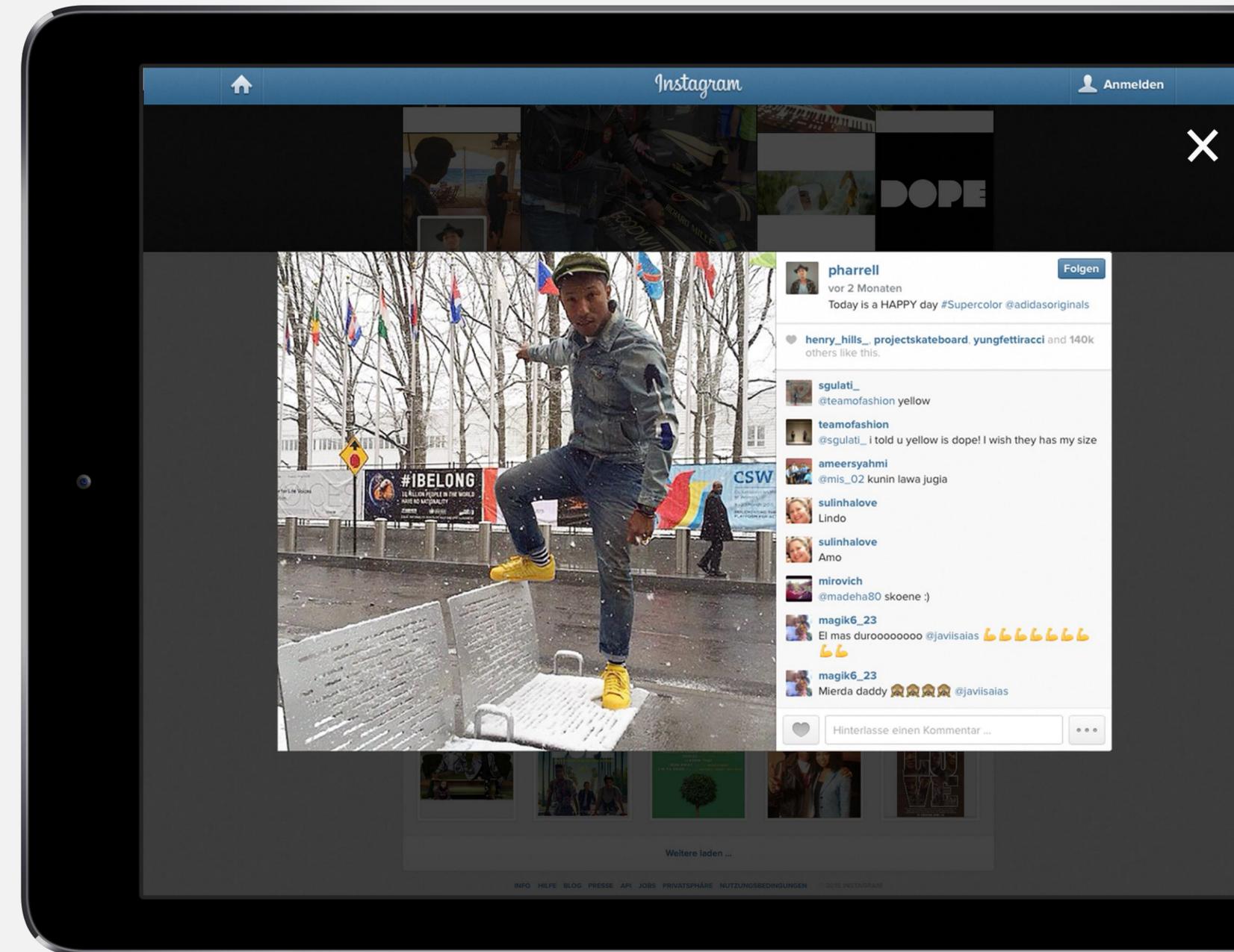


## Langfristige Strategie

### Zalando als Fashion-Plattform

“Ich habe diesen coolen Sneaker auf dem Instagram Profil von Pharrell gesehen.”

KUNDE

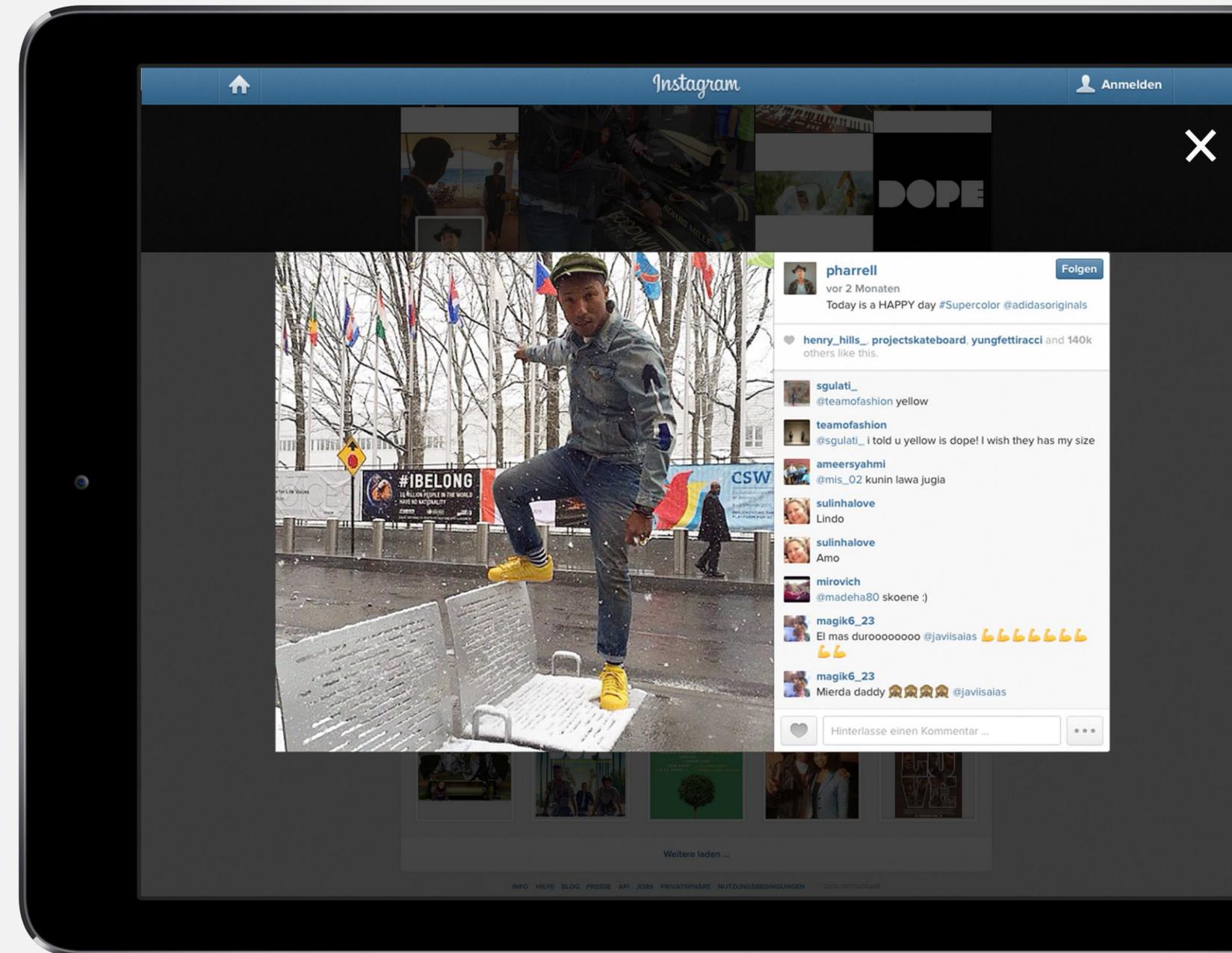


“Ich habe diesen coolen Sneaker auf dem Instagram Profil von Pharrell gesehen.”

KUNDE

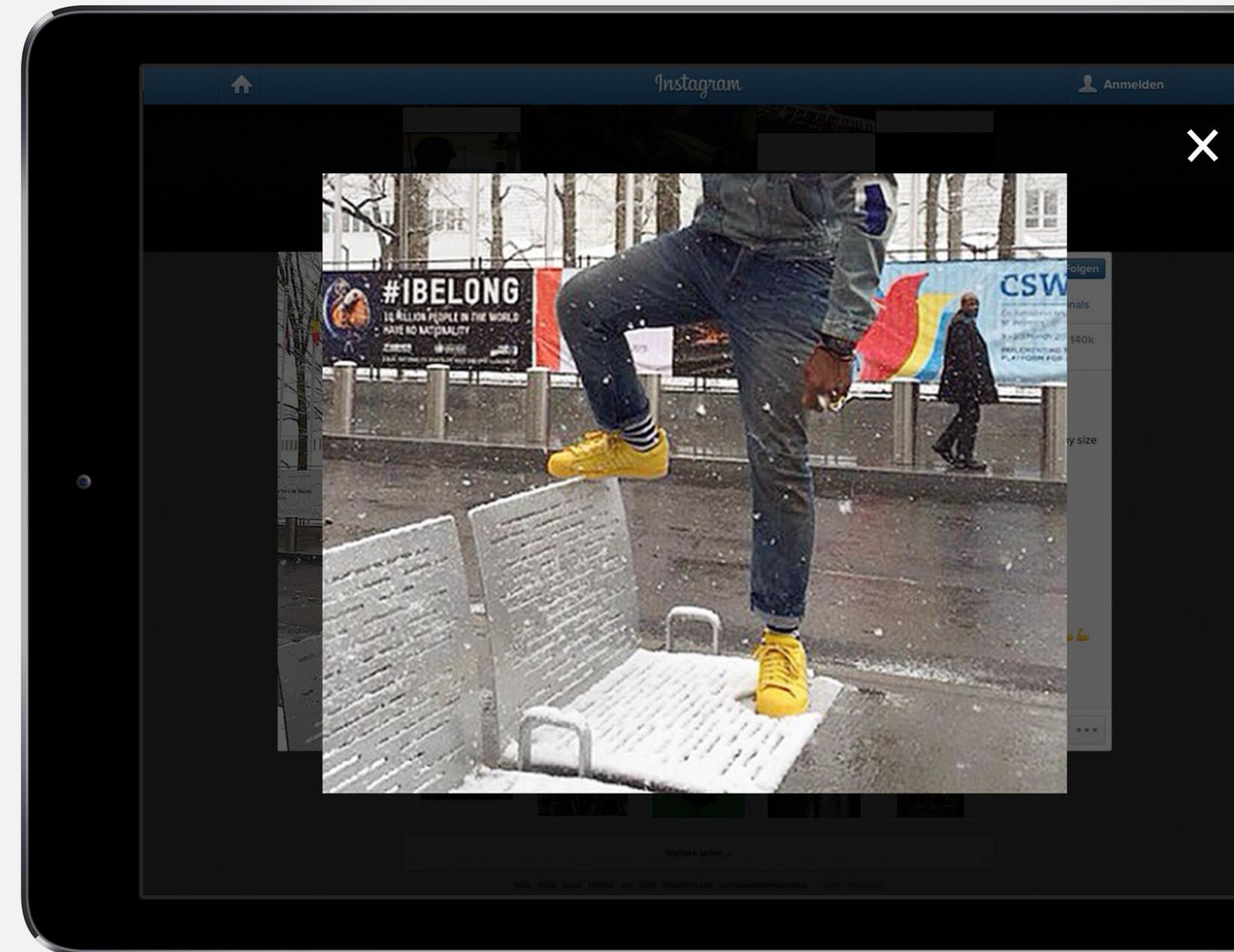
“Lass uns schauen, welcher Sneaker es ist.”

ZALANDO



„Das ist der SUPERCOLOR  
SUPERSTAR Sneaker von  
Adidas für 100 Euro.“

ZALANDO

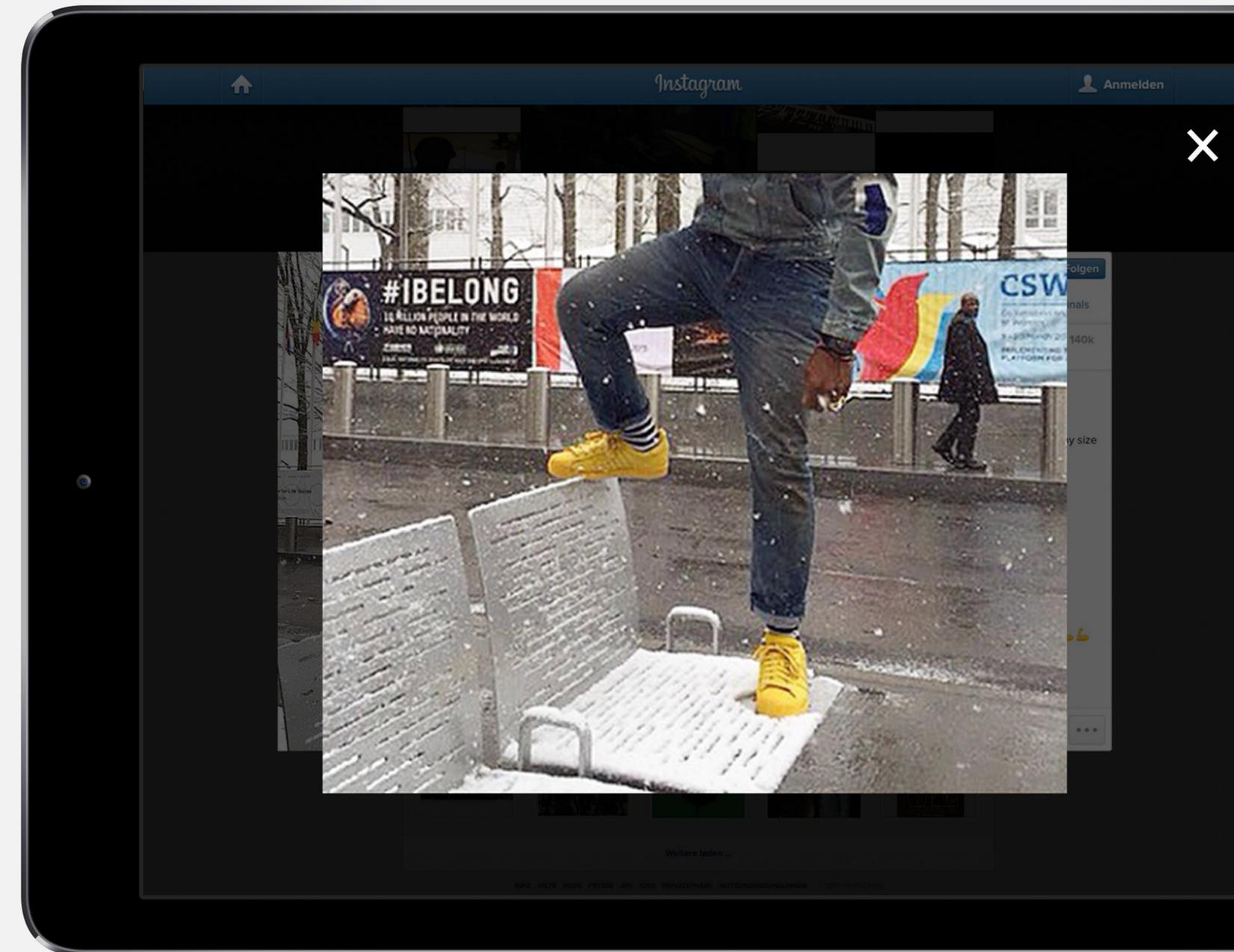


„Das ist der SUPERCOLOR  
SUPERSTAR Sneaker von  
Adidas für 100 Euro.“

ZALANDO

“Ein wirklich cooler  
Sneaker. Gibt es den auch  
in anderen Farben?”

KUNDE

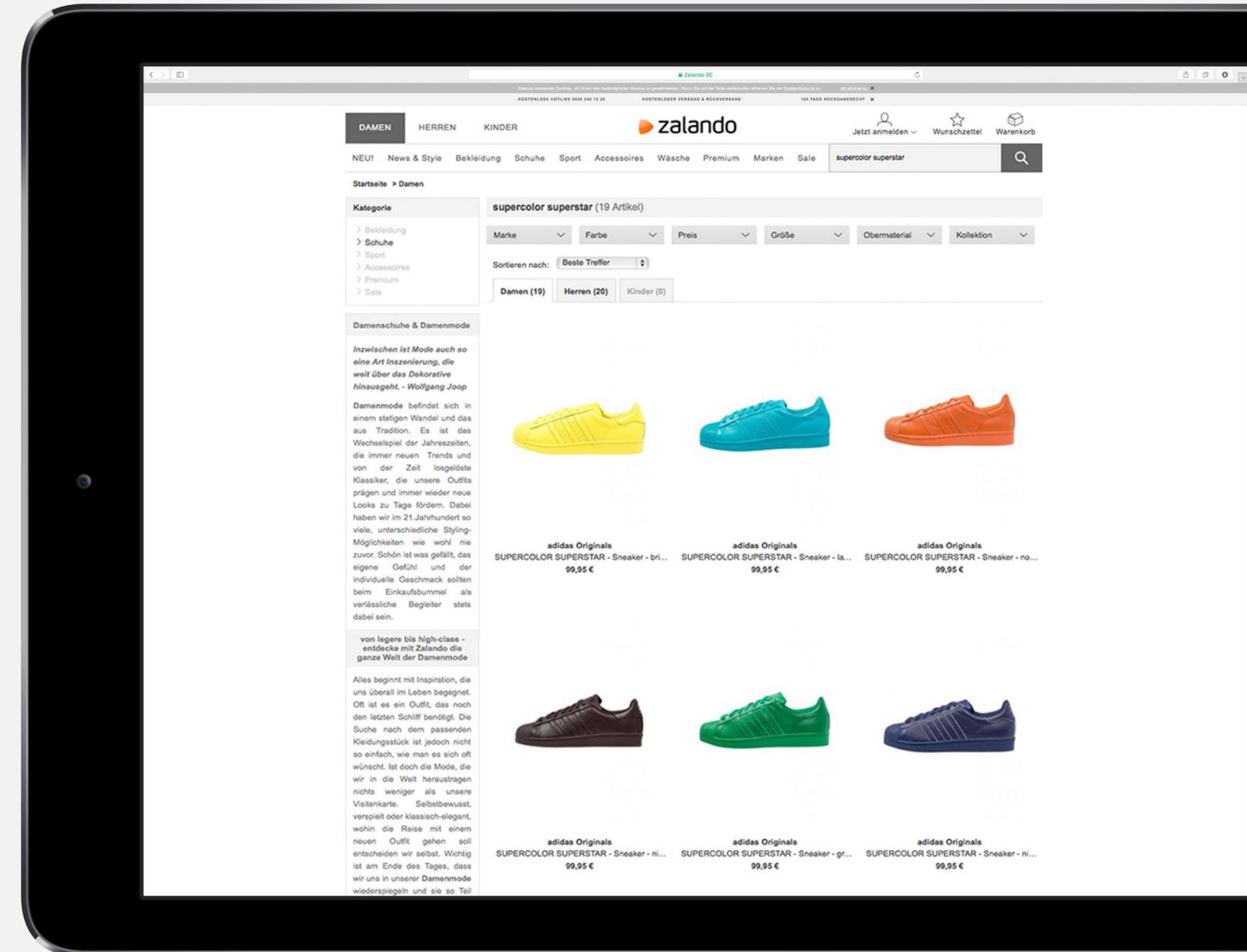


# Unsere Vision – Wir verbinden Kunden mit Mode



„Diesen Klassiker gibt es in allen möglichen Farben. Hier hast du eine Auswahl.“

ZALANDO



# Unsere Vision – Wir verbinden Kunden mit Mode

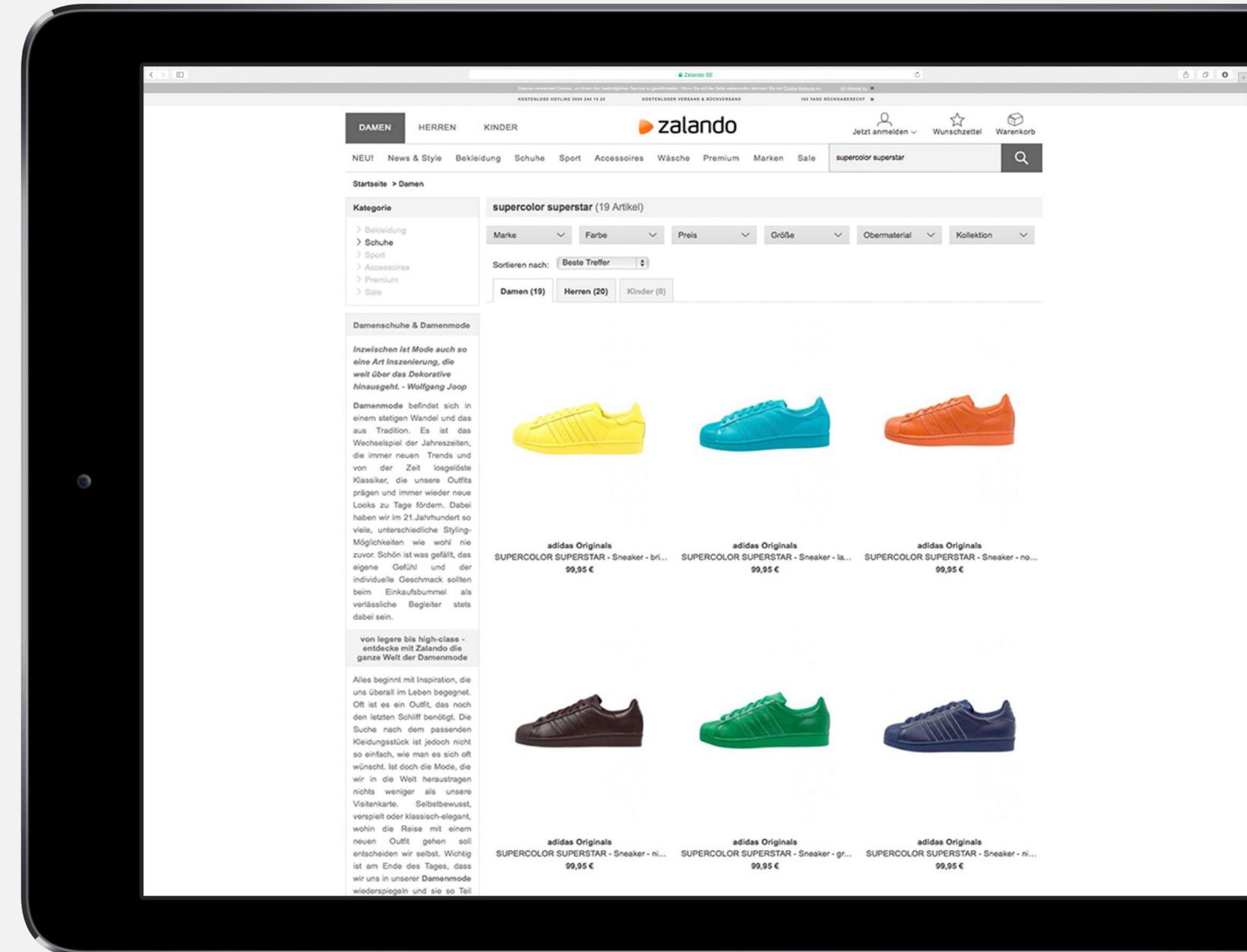


„Diesen Klassiker gibt es in allen möglichen Farben. Hier hast du eine Auswahl.“

ZALANDO

“Wow, mir gefällt der grüne. Wie kann ich diesen in 35 Minuten bekommen?”

KUNDE

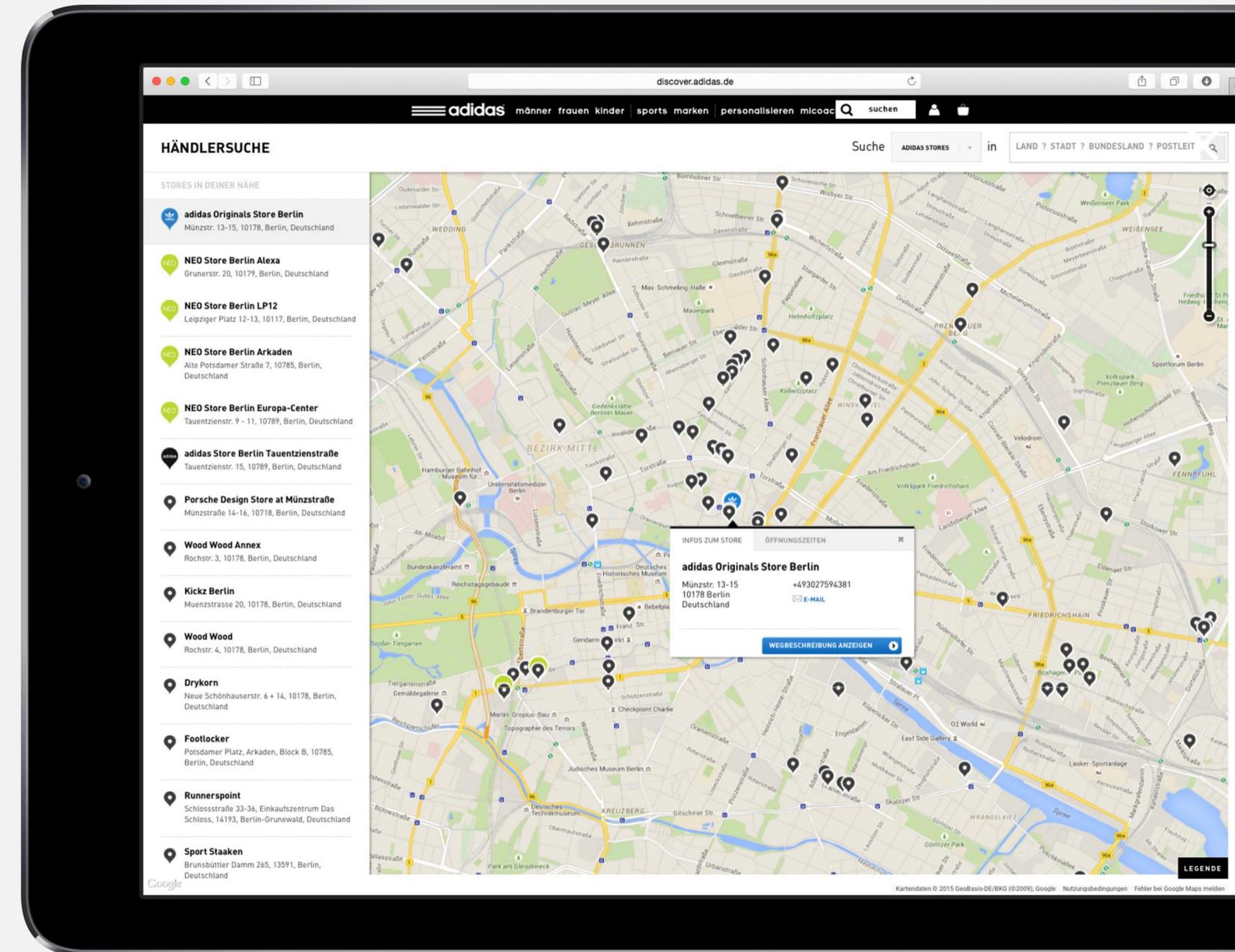


# Unsere Vision – Wir verbinden Kunden mit Mode



„Den Sneaker gibt es  
im Adidas Originals Laden in  
der Münzstraße, Berlin.“

ZALANDO



# Unsere Vision – Wir verbinden Kunden mit Mode

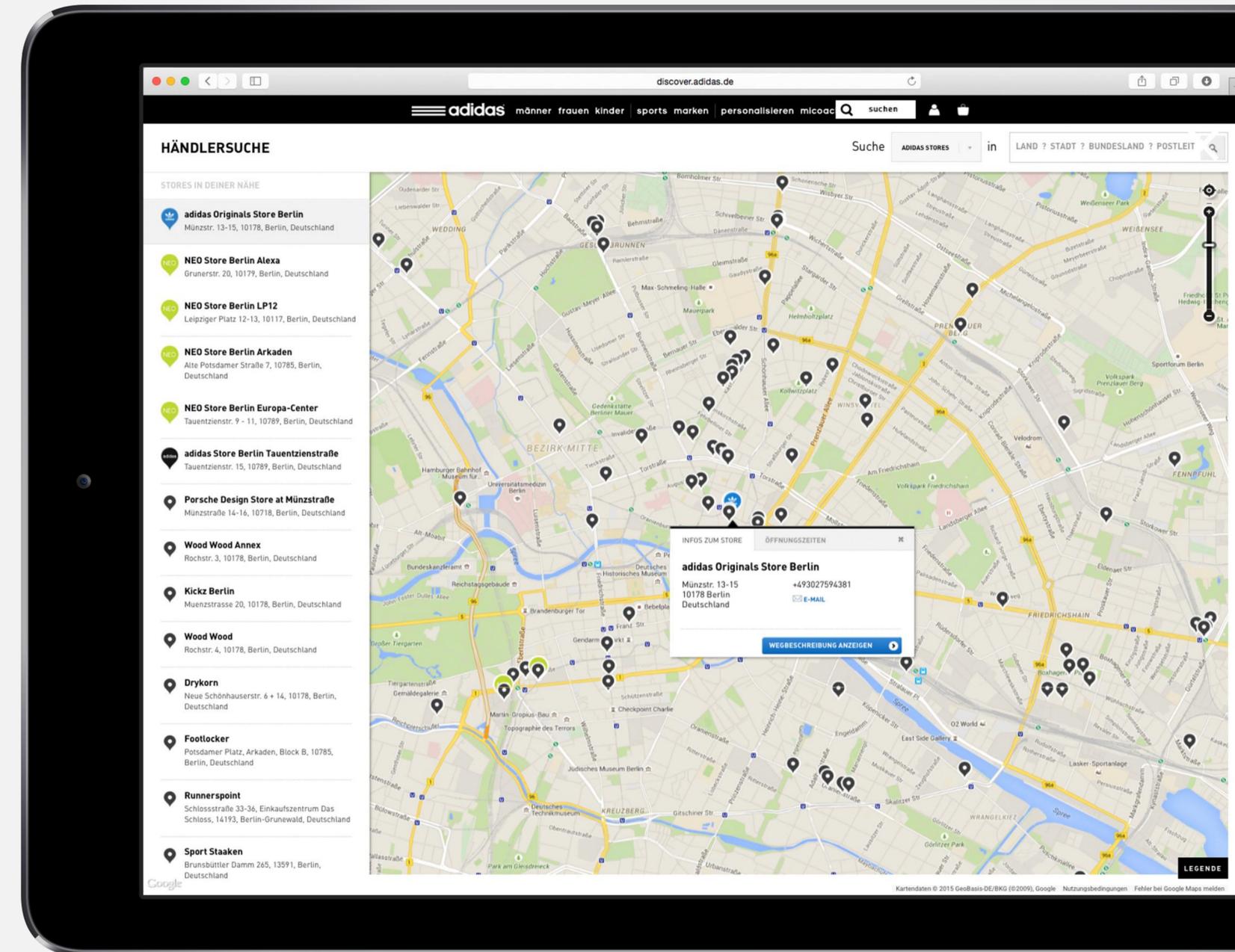


„Den Sneaker gibt es im Adidas Originals Laden in der Münzstraße, Berlin.“

ZALANDO

“Klasse, aber ich habe keine Zeit. Könnt ihr ihn mir liefern?”

KUNDE

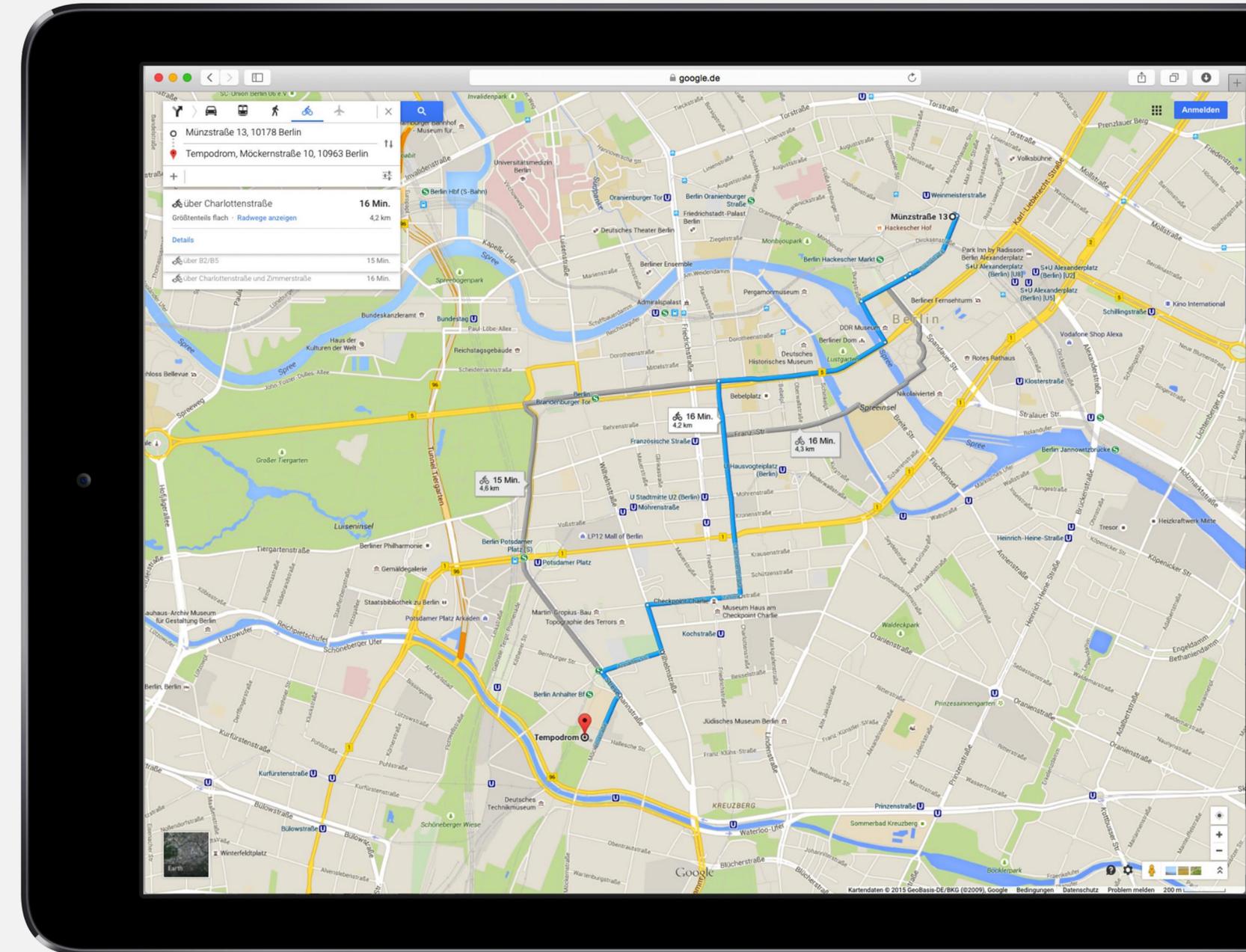


# Unsere Vision – Wir verbinden Kunden mit Mode



„Absolut, wir können dir einen Fahrradkurier schicken. In 35 Minuten kann er bei dir sein.“

ZALANDO

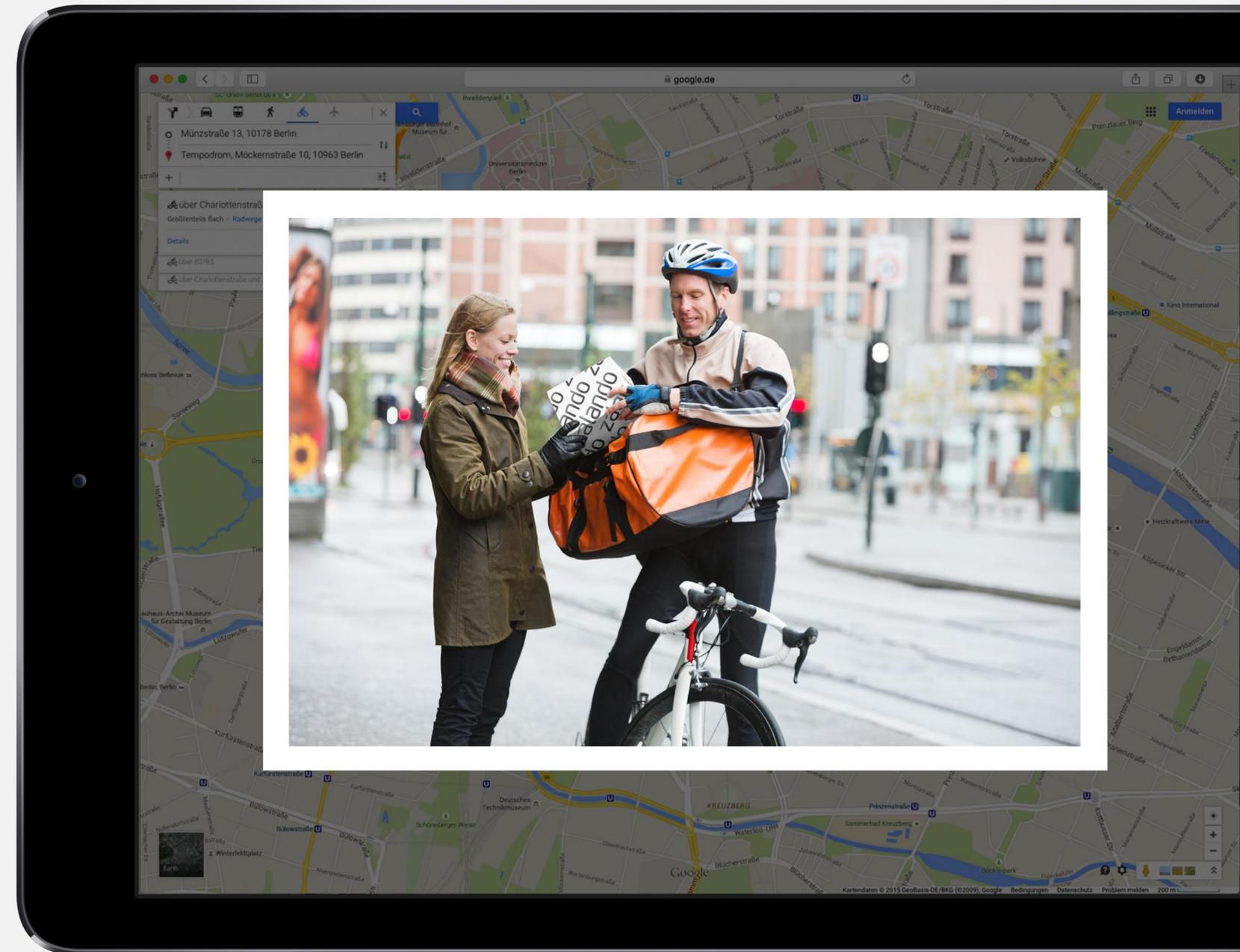


„Absolut, wir können dir einen Fahrradkurier schicken. In 35 Minuten kann er bei dir sein.“

ZALANDO

„Perfekt! Ich freue mich auf die Lieferung! Danke.“

KUNDE



Diese Materialien stellen kein Angebot zum Verkauf und keine Aufforderung zur Abgabe eines Angebots zum Kauf von Wertpapieren der Zalando SE (zusammen mit ihren Tochtergesellschaften, die „Gesellschaft“) dar.

Diese Präsentation enthält zukunftsgerichtete Aussagen. Zukunftsgerichtete Aussagen sind Aussagen, die sich nicht auf historische Fakten beziehen; sie beinhalten unter anderem Aussagen zu den Überzeugungen und Erwartungen der Gesellschaft und den diesen zugrunde liegenden Annahmen. Diese Aussagen basieren auf Plänen, Schätzungen, Hochrechnungen und Zielen, soweit sie dem Management der Gesellschaft zum jeweiligen Zeitpunkt zur Verfügung stehen. Zukunftsgerichtete Aussagen haben daher nur für den Zeitpunkt Gültigkeit, an dem sie getroffen werden.

Die Gesellschaft übernimmt keine Verpflichtung, diese Aussagen bei Vorliegen neuer Informationen oder aufgrund zukünftiger Ereignisse zu aktualisieren, soweit keine gesetzliche Veröffentlichungspflicht besteht.

Zukunftsgerichtete Aussagen unterliegen zwangsläufig Risiken und Ungewissheiten. Eine Vielzahl von Faktoren kann daher dazu führen, dass die tatsächlichen Ergebnisse deutlich von den in den zukunftsgerichteten Aussagen enthaltenen Angaben abweichen. Zu diesen Faktoren zählen unter anderem die Entwicklung der allgemeinen wirtschaftlichen Lage und der Wettbewerbssituation, vor allem in den Kerngeschäftsfeldern der Gesellschaft, Entwicklungen der Finanzmärkte (insbesondere Marktvolatilität, Liquidität und Kreditereignisse), Änderungen des Zinsniveaus, Wechselkurse, einschließlich des Euro/US Dollar-Wechselkurses, Gesetzes- und sonstigen Rechtsänderungen, Akquisitionen, einschließlich anschließender Integrationsmaßnahmen sowie Änderungen der Geschäftsstrategie. Außerdem enthält diese Präsentation finanzielle und andere Informationen, die aus öffentlich verfügbaren Informationen stammen, die von anderen Personen als der Gesellschaft veröffentlicht wurden („externe Informationen“). Externe Informationen beziehen sich insbesondere auf branchenbezogene Informationen, die Branchenberichten entnommen wurden oder darauf beruhen, die von Dritten veröffentlicht wurden, sowie auf Marktforschungsberichte und kommerzielle Veröffentlichungen. Kommerzielle Veröffentlichungen beinhalten allgemein die Aussage, dass die darin enthaltenen Informationen aus für verlässlich gehaltenen Quellen stammen, dass die Richtigkeit und Vollständigkeit dieser Informationen aber nicht garantiert wird und dass die darin enthaltenen Berechnungen auf einer Reihe von Annahmen basieren. Die Gesellschaft hat die externen Informationen nicht selbst überprüft. Aus diesem Grund kann die Gesellschaft keine Verantwortung für die Richtigkeit von externen Informationen übernehmen, die sie öffentlichen Quellen entnommen oder daraus abgeleitet hat.

# HAUPTVERSAMMLUNG ZALANDO SE

2. Juni 2015  
Tempodrom, Berlin

