



DREIMONATSBERICHT 2015

JANUAR – MÄRZ 2015



1/4 2015

ZALANDO AUF EINEN BLICK

KENNZAHLEN

	31.03.15	31.03.14	VERÄNDERUNGEN
Leistungsindikatoren Konzern			
Site-Visits (in Mio.)	392,8	331,8	18,4 %
Anteil der Site-Visits über mobile Endgeräte (in %)	52,6	36,2	16,3pp
Aktive Kunden (in Mio.)	15,4	13,5	13,8 %
Anzahl Bestellungen (in Mio.)	12,0	9,7	23,6 %
Durchschnittliche Bestellungen pro aktivem Kunde	2,8	2,7	3,8 %
Durchschnittliche Warenkorbgröße (in EUR)	68,0	63,9	6,6 %
Bereinigtes Marketingkostenverhältnis (in % der Umsatzerlöse)	11,8	13,9	-2,1pp
Bereinigtes Fulfillmentkostenverhältnis (in % der Umsatzerlöse)	24,7	24,0	0,7pp
Ertragslage Konzern			
Umsatzerlöse (in Mio.)	643,6	500,7	28,5 %
EBIT (in Mio.)	25,1	-27,9	190,1 %
EBIT (in % der Umsatzerlöse)	3,9	-5,6	9,5pp
Bereinigtes EBIT (in Mio.)	29,1	-22,8	227,8 %
Bereinigtes EBIT (in % der Umsatzerlöse)	4,5	-4,5	9,1pp
Vermögens- und Finanzlage Konzern			
Nettoumlaufvermögen (Net Working Capital) (in Mio.)	34,5	29,7	16,4 %
Eigenkapitalquote (in % der Bilanzsumme)	59,2	47,1	12,1pp
Operativer Cashflow (in Mio.)	-11,8	-21,5	45,3 %
Investiver Cashflow (in Mio.)	-82,6	-18,9	-337,8 %
Liquide Mittel (in Mio.)	960,9	377,9	154,3 %
Sonstige Kennzahlen			
Mitarbeiter (zum Bilanzstichtag)	8.309	7.588 ¹⁾	9,5 %
Unverwässertes Ergebnis je Aktie (in EUR)	0,10	-0,13	176,9 %

pp = Prozentpunkte
1) zum 31.12.2014

SONSTIGE FAKTEN

28,5 %

UMSAZTWACHSTUM IM VERGLEICH ZU Q1 2014

EUR 25,1 MIO.

EBIT

15,4 MIO.

AKTIVE KUNDEN

52,6 %

DER WEBSITE-BESUCHE KOMMEN ÜBER MOBILE ENDGERÄTE

CONNECTING PEOPLE AND FASHION.

INHALTSVERZEICHNIS

01 KONZERN-ZWISCHENLAGEBERICHT

→ 01.1	GRUNDLAGEN DES KONZERNS	S.05
→ 01.2	WIRTSCHAFTSBERICHT	S.05
→ 01.3	NACHTRAGSBERICHT	S.11
→ 01.4	RISIKO- UND CHANCENBERICHT	S.11
→ 01.5	PROGNOSEBERICHT	S.12

02 KONZERN-ZWISCHENABSCHLUSS

→ 02.1	KONZERN-GESAMTERGEBNISRECHNUNG	S.15
→ 02.2	KONZERNBILANZ	S.16
→ 02.3	KONZERN-EIGENKAPITALVERÄNDERUNGSRECHNUNG	S.18
→ 02.4	KONZERN-KAPITALFLUSSRECHNUNG	S.20
→ 02.5	VERKÜRZTER KONZERNANHANG	S.22
→ 02.6	BESCHEINIGUNG NACH PRÜFERISCHER DURCHSICHT	S.27

03 SERVICE

→ 03.1	GLOSSAR	S.28
→ 03.2	FINANZKALENDER 2015	S.30
→ 03.3	IMPRESSUM	S.30

NAVIGATIONSHILFE

 WEITERE INFORMATIONEN
IM BERICHT

 WEITERE INFORMATIONEN
IM INTERNET

 FÜR DEN
SCHNELLEN LESER

01

1/4 2015

KONZERN-ZWISCHENLAGEBERICHT

SONSTIGE FAKTEN

8.309

MITARBEITER

278.000_{M²}

GESAMTFLÄCHE DER LOGISTIKZENTREN

>1.500

MARKEN

8,5_{MIO.}

APP DOWNLOADS

01.1 GRUNDLAGEN DES KONZERNS

Die im Geschäftsbericht 2014 getroffenen Aussagen zum Geschäftsmodell, zur Konzernstruktur, zur Strategie und den Zielen des Konzerns, zur Forschung und Entwicklung und zum Thema Nachhaltigkeit im Zalando-Konzern sind zum Zeitpunkt der Aufstellung dieses Zwischenberichts nach wie vor zutreffend.

01.2 WIRTSCHAFTSBERICHT

01.2.1 GESAMTWIRTSCHAFTLICHE UND BRANCHENBEZOGENE RAHMENBEDINGUNGEN

In Deutschland entwickelte sich der Internet-Einzelhandel wesentlich rasanter als die gesamte Einzelhandelsbranche. So lagen die nominalen Umsätze in 2014 um mehr als 21 % über dem Ergebnis des Vorjahres. Der Modehandel in Deutschland konnte nach stagnierenden Verkäufen in 2013 auch im vergangenen Jahr nur ein moderates nominales Umsatzwachstum von 0,7 % gegenüber dem Vorjahr erwirtschaften. Dem Modehandel machte in 2014 insbesondere das spätsommerliche Wetter in der zweiten Jahreshälfte zu schaffen, das den Abverkauf der Herbstware im September und Oktober merklich erschwert hat. Erste Reaktionen aus dem deutschen Modehandel zum Verlauf des ersten Quartals 2015 zeigen, dass der erhoffte Umsatzschub nach dem schwachen Abschneiden im vergangenen Jahr ausgeblieben ist. Laut Textilwirtschaft hat der Modehandel das erste Quartal mit einem Minus von 5 % abgeschlossen.¹ Demgegenüber konnte der Online-Modehandel laut GfK solide Ergebnisse erzielen. Nach einem leichten Minus im Januar konnten die Umsätze im Februar 2015 im Jahresvergleich um 4,9 % zulegen.²



WWW.GFK.DE

Aufgrund der fortwährend positiven Entwicklung im Online-Modehandel sehen wir weiterhin **wachsende Marktchancen** für unser Geschäftsmodell:

- Wir erwarten, dass der Anteil der im Online-Handel verkauften Mode im Vergleich zu der im Stationärhandel verkauften Mode weiter wachsen wird.
- Online-Händler von Mode können typischerweise Bruttogewinnmargen von 40 % bis 60 % realisieren. Diese Bruttogewinnmargen liegen damit deutlich über den Margen, die Online-Händler anderer Produktkategorien, wie z. B. Elektronik, erzielen.³
- Mobile Endgeräte tragen erheblich zum starken Wachstum im Online-Einzelhandel bei. Das gilt auch für den Online-Vertrieb von Mode. Smartphones und Tablets versetzen die Kunden in die Lage, sich jederzeit und praktisch überall Zugang zu Modeprodukten zu verschaffen. Wir erwarten, dass sich diese rasante Entwicklung auch in den kommenden Jahren fortsetzen wird.⁴



WEITER AUF S. 6

1) Textilwirtschaft: Modehandel: Drittes Minus-Jahr in Folge, 07. Januar 2015

2) Textilwirtschaft: Modehandel: Drittes Minus-Jahr in Folge, 07. Januar 2015

3) Gesellschaftsangabe: Durchschnitt der Bruttogewinnmargen ausgewählter börsennotierter E-Commerce-Unternehmen wie Asos, Yoox und Boohoo für 2014 basierend auf öffentlich zugänglichen Informationen

4) IDC, Worldwide New Media Market Model, 2H13, Mai 2014



MEHR INFORMATIONEN
KONZERN-GESAMTER-
GEBNISRECHNUNG S. 15

01.2.2 ERTRAGSLAGE KONZERN

Die verkürzte Konzern Gewinn- und Verlustrechnung zeigt im Berichtszeitraum eine deutliche Steigerung der Umsatzerlöse und im Vergleich zum Vorjahr eine signifikante Verbesserung des Betrieblichen Ergebnisses (EBIT). Das spiegelt sich auch in einer deutlichen Verbesserung der bereinigten EBIT-Marge wider.

KONZERN GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

IN MIO. EUR	01.01. – 31.03.2015	IN % VOM UMSATZ	01.01. – 31.03.2014	IN % VOM UMSATZ	VERÄNDERUNG IN PROZENT- PUNKTEN
Umsatzerlöse	643,6	100,0 %	500,7	100,0 %	0,0
Umsatzkosten	-353,5	-54,9 %	-311,3	-62,2 %	7,3
Bruttoergebnis vom Umsatz	290,1	45,1 %	189,4	37,8 %	7,3
Vertriebskosten	-236,8	-36,8 %	-192,0	-38,3 %	1,5
Verwaltungskosten	-29,1	-4,5 %	-28,8	-5,8 %	1,3
Sonstige betriebliche Erträge	3,0	0,5 %	4,2	0,8 %	-0,3
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-2,0	-0,3 %	-0,8	-0,2 %	-0,1
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	25,1	3,9 %	-27,9	-5,6 %	9,5



WEITER AUF S. 7

IN MIO. EUR	01.01. – 31.03.2015	01.01. – 31.03.2014	VERÄNDERUNG
Sonstige Konzern-Finanzdaten			
EBIT-Marge (in % der Umsatzerlöse)	3,9 %	-5,6 %	9,5pp
Bereinigtes EBIT (in Mio. EUR)	29,1	-22,8	51,8
<i>Bereinigtes EBIT (in % der Umsatzerlöse)</i>	4,5 %	-4,5 %	9,1pp
EBITDA (in Mio. EUR)	32,6	-22,4	55,1
Bereinigtes EBITDA (in Mio. EUR)	36,6	-17,3	53,9

Das EBIT umfasst auch die folgenden Aufwendungen aus anteilsbasierter Vergütung mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente. Im bereinigten EBIT sind die entsprechenden Aufwendungen korrigiert. Für weiterführende Informationen verweisen wir auf den Anhang des Konzernabschlusses zum 31. Dezember 2014 (Punkt 05.5.8 (19.)).

IN MIO. EUR	01.01. – 31.03.2015	01.01. – 31.03.2014	VERÄNDERUNG
Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütung mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente			
	4,0	5,1	-1,2
Umsatzkosten	1,0	0,8	0,2
Vertriebskosten	2,0	2,2	-0,3
Verwaltungskosten	1,0	2,1	-1,2

Bei den wichtigsten Leistungsindikatoren zur Steuerung des Konzerns zeigt sich im Vorjahresvergleich eine überwiegend positive Entwicklung.

LEISTUNGSINDIKATOREN

	01.01. – 31.03.2015	01.01. – 31.03.2014	VERÄNDERUNG
Site-Visits (in Mio.)	392,8	331,8	18,4 %
Anteil der Site-Visits über mobile Endgeräte (in %)	52,6	36,2	16,3pp
Aktive Kunden (in Mio.)	15,4	13,5	13,8 %
Anzahl Bestellungen (in Mio.)	12,0	9,7	23,6 %
Durchschn. Bestellungen pro aktivem Kunden	2,8	2,7	3,8 %
Durchschn. Warenkorbgröße (in EUR)	68,0	63,9	6,6 %
Umsatzerlöse (in Mio. EUR)	643,6	500,7	28,5 %
Bereinigtes Fulfillmentkostenverhältnis (in % der Umsatzerlöse)	24,7	24,0	0,7pp
Bereinigtes Marketingkostenverhältnis (in % der Umsatzerlöse)	11,8	13,9	-2,1pp



Zalando erzielte in den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres 2015 einen Konzernumsatz in Höhe von 643,6 Mio. EUR. Damit lag der Umsatz um 28,5 % über dem Niveau des Vorjahreszeitraums (500,7 Mio. EUR). Der Umsatzanstieg basiert im Wesentlichen auf einem deutlich **größeren Kundenstamm**, einem **gestiegenen Plus an Bestellungen** sowie einer **höheren durchschnittlichen Warenkorbgröße**. So verzeichnete der Konzern zum 31. März 2015 15,4 Millionen aktive Kunden, die in den vergangenen zwölf Monaten mindestens einmal bei Zalando eingekauft haben; zum 31. März 2014 waren es 13,5 Millionen aktive Kunden. Das entspricht einer Steigerung von 13,8 %. Die gewachsene Kundengruppe hat im Vergleich zum Vorjahreszeitraum häufiger und mehr bestellt. So konnte ein Plus an Bestellungen von 23,6 % verzeichnet werden; die durchschnittliche Warenkorbgröße hat um 6,6 % zugenommen. Die gestiegene Anzahl an Kundenbestellungen wurde insbesondere durch eine Zunahme der Site-Visits um 18,4 % getrieben. Der höhere Traffic auf der Website ist auch auf eine deutliche Steigerung von Besuchern zurückzuführen, die die Website über mobile Endgeräte nutzen. So ist der Anteil von Site-Visits über mobile Endgeräte im ersten Quartal 2015 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 16,3 Prozentpunkte auf 52,6 % angestiegen.



Im ersten Quartal 2015 hat der Konzern ein EBIT von 25,1 Mio. EUR (Vorjahr: -27,9 Mio. EUR) erwirtschaftet. Die **deutliche Verbesserung der EBIT-Marge** um 9,5 Prozentpunkte von -5,6 % im ersten Quartal 2014 auf 3,9 % im ersten Quartal 2015 resultiert im Wesentlichen aus einer deutlich verbesserten Bruttogewinnmarge von 45,1 % (im Vorjahreszeitraum: 37,8 %).



WEITER AUF S. 8

Ursächlich für den guten Abverkauf der vergangenen Herbst-/Wintersaison als auch den guten Start in die Frühjahr-/Sommersaison ist vor allem eine kundenspezifischere Produktauswahl und der wachsende Anteil von Kunden, die über mobile Endgeräte auf die Websites zugreifen. Zusätzlich konnte Zalando von dem allgemein guten Konsumklima profitieren. Somit waren insbesondere auch deutlich geringere Preisnachlässe notwendig. Ebenso wirkten die geringeren Aufwendungen aus Wertminderungen auf Vorratsbestände im Vergleich zum Vorjahreszeitraum positiv auf die Marge. Darüber hinaus konnte das Umsatzwachstum mit einem unterproportional geringeren Marketingaufwand erreicht werden. Effizienzsteigerungen sind schließlich auch in den Verwaltungskosten sichtbar.

Die Fulfillmentkosten in Prozent vom Umsatz sind bedingt durch eine kundenfreundlichere Zahlartenaussteuerung im Vergleich zum ersten Quartal 2014 leicht angestiegen. Der gestiegene Anteil von Bestellungen auf Rechnung im Vergleich zum Vorjahreszeitraum hat zu höheren Wertminderungen auf Forderungen aus Lieferungen und Leistungen geführt.

Um die operative Leistung des Geschäfts beurteilen zu können, betrachtet das Zalando-Management auch das bereinigte EBIT und die bereinigte EBIT-Marge vor Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütungen mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente. In den ersten drei Monaten in 2015 hat Zalando ein bereinigtes EBIT von 29,1 Mio. EUR (Vorjahr: –22,8 Mio. EUR) erwirtschaftet. Das entspricht einer deutlichen Verbesserung der bereinigten EBIT-Marge um 9,1 Prozentpunkte von –4,5 % im ersten Quartal 2014 auf 4,5 % in 2015.

01.2.3 ERTRAGSLAGE SEGMENTE

Die verkürzte Segmentergebnisrechnung zeigt eine signifikante Umsatzsteigerung sowie eine wachsende Profitabilität in allen Segmenten.



WEITER AUF S. 9

KONZERN SEGMENTERGEBNISRECHNUNG

IN MIO. EUR	01.01. – 31.03.2015	01.01. – 31.03.2014	VERÄNDERUNG
Umsatzerlöse			
DACH	347,1	283,9	63,2
Übriges Europa	265,0	193,2	71,7
Sonstige	31,5	23,5	8,0
Betriebliches Ergebnis (EBIT)			
DACH	30,2	–3,1	33,2
Übriges Europa	–6,3	–23,5	17,3
Sonstige	1,2	–1,3	2,5
Sonstige Segment-Finanzdaten			
Bereinigtes EBIT DACH	32,3	–0,2	32,5
Bereinigtes EBIT Übriges Europa	–4,7	–21,8	17,1
Bereinigtes EBIT Sonstige	1,4	–0,7	2,2

Das EBIT umfasst auch die folgenden Aufwendungen aus anteilsbasierten Vergütungen mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente:

IN MIO. EUR	01.01. – 31.03.2015	01.01. – 31.03.2014	VERÄNDERUNG
Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütungen mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente			
	4,0	5,1	–1,2
DACH	2,2	2,9	–0,7
Übriges Europa	1,5	1,7	–0,2
Sonstige	0,2	0,6	–0,4

Die deutliche Umsatzsteigerung des Zalando-Konzerns wurde **in allen Segmenten erwirtschaftet**. So sind die Umsätze im Vergleich zum Vorjahreszeitraum im DACH-Segment um 22,3 %, im Segment Übriges Europa um 37,1 % und im Segment Sonstige um 33,9 % gewachsen. Das Kernsegment DACH bleibt mit 347,1 Mio. EUR (Vorjahr: 283,9 Mio. EUR) weiterhin das umsatzstärkste Segment, gefolgt von dem Segment Übriges Europa, in dem ein Umsatz im ersten Quartal 2015 in Höhe von 265,0 Mio. EUR (Vorjahreszeitraum: 193,2 Mio. EUR) erzielt werden konnte.

Auch zur positiven EBIT-Entwicklung des Konzerns haben alle Segmente beigetragen. Das DACH-Segment ist mit einer positiven EBIT-Marge von 8,7 % im ersten Quartal 2015 deutlich profitabel und hat sich damit im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 9,8 Prozentpunkte erheblich verbessert. Im Segment Übriges Europa konnte Zalando die EBIT-Marge von –12,2 % um 9,8 Prozentpunkte auf –2,4 % verbessern. Das Segment Sonstige konnte im ersten Quartal 2015 ebenfalls einen Anstieg von 9,4 Prozentpunkten auf eine EBIT-Marge von 3,9 % verzeichnen.

Um die **operative Leistung** der Segmente beurteilen zu können, betrachtet das Zalando-Management auch hier EBIT und EBIT-Marge vor Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütungen mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente. So hat das DACH-Segment im ersten Quartal 2015 eine bereinigte EBIT-Marge von 9,3 % erwirtschaftet. Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum hat sich die bereinigte EBIT-Marge somit um 9,4 Prozentpunkte verbessert. Das Segment Übriges Europa erzielte im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ebenfalls eine deutliche Verbesserung der bereinigten EBIT-Marge um 9,5 Prozentpunkte von –11,3 % auf –1,8 %. Auch das Segment Sonstige zeigt im ersten Quartal 2015 eine starke Erhöhung der bereinigten EBIT-Marge um 7,7 Prozentpunkte auf 4,5 %.

01.2.4 FINANZLAGE

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

VERKÜRZTE KAPITALFLUSSRECHNUNG

IN MIO. EUR	01.01. – 31.03.2015	01.01. – 31.03.2014
Mittelabfluss aus laufender Geschäftstätigkeit	–11,8	–21,5
Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit	–82,6	–18,9
Mittelzufluss aus der Finanzierungstätigkeit	0,7	1,1
Zahlungswirksame Veränderungen des Finanzmittelfonds	–93,7	–39,3
Wechselkursbedingte und sonstige Veränderungen des Finanzmittelfonds	3,6	0,0
Finanzmittelfonds am Anfang der Periode	1.051,0	417,2
Finanzmittelfonds am 31.03.	960,9	377,9

Zalando hat im ersten Quartal 2015 einen negativen Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit von –11,8 Mio. EUR (Vorjahreszeitraum: –21,5 Mio. EUR) erwirtschaftet. Die positive Entwicklung resultiert im Vergleich zum entsprechenden Vorjahreszeitraum insbesondere aus der positiven Entwicklung des Periodenergebnisses auf 24,3 Mio. EUR (Vorjahr: –28,9 Mio. EUR).

Der Cashflow aus der Investitionstätigkeit enthält Auszahlungen für Investitionen in langfristige Vermögenswerte in Höhe von 8,4 Mio. EUR (Vorjahr: 20,7 Mio. EUR). Darüber hinaus resultiert der Mittelabfluss überwiegend aus der Investition in Termingelder mit einer Laufzeit von mehr als drei und weniger als zwölf Monaten.

Der frei verfügbare Cashflow hat sich im ersten Quartal 2015 um 22,1 Mio. EUR von –42,2 Mio. EUR im ersten Quartal 2014 auf –20,2 Mio. EUR verbessert. Die Zunahme resultiert im Wesentlichen aus der deutlichen **Verbesserung des Cashflows aus laufender Geschäftstätigkeit**.



MEHR INFORMATIONEN
KONZERN-KAPITALFLUSS-
RECHNUNG S. 20



WEITER AUF S. 10



Insgesamt ist der Finanzmittelbestand seit Jahresbeginn um 90,1 Mio. EUR gesunken, sodass Zalando zum 31. März 2015 über liquide Mittel in Höhe von 960,9 Mio. EUR verfügt. Die Reduktion der frei verfügbaren Mittel ist im Wesentlichen auf die Anlage von finanziellen Mitteln in kurzfristige Termingelder in Höhe von 90,0 Mio. EUR zurückzuführen. Liquide Mittel mit einem Betrag von 520,0 Mio. EUR sind in sogenannten Money-Market Funds angelegt.

Der Konzern war jederzeit in der Lage, allen Zahlungsverpflichtungen nachzukommen.

01.2.5 VERMÖGENSLAGE

Die Vermögenslage des Konzerns wird in folgender verkürzter Bilanz dargestellt:



MEHR INFORMATIONEN
KONZERNBILANZ S. 16



WEITER AUF S. 11

AKTIVA						
IN MIO. EUR	31.03.2015		31.12.2014		VERÄNDERUNG	
Langfristige Vermögenswerte	179,1	9,2 %	194,0	10,9 %	-14,9	-7,7 %
Kurzfristige Vermögenswerte	1.758,8	90,8 %	1.591,5	89,1 %	167,3	10,5 %
Gesamtvermögen	1.937,9	100,0 %	1.785,5	100,0 %	152,4	8,5 %

PASSIVA						
IN MIO. EUR	31.03.2015		31.12.2014		VERÄNDERUNG	
Eigenkapital	1.148,1	59,2 %	1.126,7	63,1 %	21,4	1,9 %
Langfristige Verbindlichkeiten	33,9	1,7 %	30,9	1,7 %	3,0	9,7 %
Kurzfristige Verbindlichkeiten	755,9	39,0 %	627,9	35,2 %	128,0	20,4 %
Gesamtkapital	1.937,9	100,0 %	1.785,5	100,0 %	152,4	8,5 %

Die Bilanzsumme von Zalando hat sich im ersten Quartal 2015 um 8,5 % im Vergleich zum 31. Dezember 2014 erhöht. Das Vermögen der Gesellschaft setzt sich vornehmlich aus kurzfristiger Aktiva, insbesondere Vorräten, Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und flüssigen Mitteln, zusammen. Die Passivseite besteht im Wesentlichen aus dem Eigenkapital sowie kurzfristigen Verbindlichkeiten.

Das Vorratsvermögen beinhaltet zum Ende des ersten Quartals 2015 im Wesentlichen Waren. Der Anstieg der Vorräte um 126,3 Mio. EUR auf 474,6 Mio. EUR resultiert überwiegend aus der Anlieferung der Frühjahr-/Sommer-Kollektion.

Die zum 31. Dezember 2014 ausgewiesenen Forderungen aus Lieferungen und Leistungen des Konzerns waren sämtlich kurzfristig. Der Anstieg um 29,7 Mio. EUR auf 169,8 Mio. EUR ist im Wesentlichen auf den gestiegenen Anteil an Bestellungen auf Rechnung zurückzuführen.

Das Nettoumlaufvermögen, das sich aus den Vorräten und den Forderungen aus Lieferungen und Leistungen abzüglich der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und ähnlichen Schulden zusammensetzt, beträgt zum 31. März 2015 34,5 Mio. EUR (31.12.2014: -3,7 Mio. EUR). Die leichte Verschlechterung der Kapitalbindung basiert im Wesentlichen auf einer Zunahme der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen. Ursächlich für den vergleichsweise starken Anstieg dieser Position von 140,1 Mio. EUR zum 31. Dezember 2014 auf

169,8 Mio. EUR zum 31. März 2015 ist das Umsatzwachstum und der höhere Anteil von Bestellungen auf Rechnung.

Das Eigenkapital erhöhte sich im Geschäftsjahr von 1.126,7 Mio. EUR auf 1.148,1 Mio. EUR. Die Zunahme in Höhe von 21,4 Mio. EUR resultiert hauptsächlich aus dem positiven Periodenergebnis. Die Eigenkapitalquote reduzierte sich im Berichtszeitraum von 63,1 % zum Jahresanfang auf 59,2 % zum 31. März 2015.

Die **kurzfristigen Verbindlichkeiten** haben sich im Berichtszeitraum um 128,0 Mio. EUR erhöht. Der Anstieg ist insbesondere auf die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und ähnlichen Schulden zurückzuführen, die im Berichtszeitraum um 117,7 Mio. EUR von 492,1 Mio. EUR auf 609,8 Mio. EUR gestiegen sind. Der Zuwachs ist im Wesentlichen der Warenanlieferung geschuldet. Im Rahmen von Reverse Factoring-Verträgen waren zum 31. März 2015 Lieferantenforderungen gegen Zalando von insgesamt 94,9 Mio. EUR an einen Factor übertragen (Vorjahr: 90,5 Mio. EUR). Der Ausweis in der Bilanz erfolgt unter den Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und ähnliche Schulden.

GESAMTAUSSAGE

Insgesamt ist die Entwicklung im ersten Quartal 2015 sehr positiv verlaufen, da sowohl ein überaus starkes **Umsatzwachstum** als auch eine **deutliche Verbesserung** der EBIT-Marge verzeichnet werden konnte.

01.2.6 MITARBEITER

Die Zahl der Mitarbeiter erhöhte sich gegenüber dem Stand vom 31. Dezember 2014 von 7.588 um 721 auf 8.309 Mitarbeiter. Das **signifikante Wachstum** ist vor allem auf den Personalaufbau in den Logistikzentren und im Bereich Technology zurückzuführen.

01.3 NACHTRAGSBERICHT

Vorgänge von besonderer Bedeutung, die nach dem Bilanzstichtag eingetreten sind und Einfluss auf die Darstellung der Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage haben könnten, haben sich nicht ergeben.

01.4 RISIKO- UND CHANCENBERICHT

Der Risiko- und Chancenbericht hat sich gegenüber der Darstellung im Geschäftsbericht 2014 nicht wesentlich verändert. Risiken, die den Fortbestand von Zalando gefährden können, sind weiterhin nicht ersichtlich.



WEITER AUF S. 12

01.5 PROGNOSEBERICHT

01.5.1 KÜNFTIGE GESAMTWIRTSCHAFTLICHE UND BRANCHENBEZOGENE SITUATION



Sowohl für das aktuelle Jahr als auch für die kommenden Jahre wird dem Internethandel ein weitaus dynamischeres Wachstum als dem Gesamtmarkt prognostiziert. So soll der europäische Einzelhandel in 2015 ein Wachstum von etwa 1 % gegenüber dem Vorjahr erreichen, während dem Online-Handel eine Steigerung um etwa 13 % zugetraut wird. In Deutschland zeichnet sich ein ähnliches Bild ab. Die Prognose für den Einzelhandel insgesamt in 2015 liegt bei einem Plus von 2 %, im gleichen Zeitraum soll der Internethandel hingegen um 17 % hinzugewinnen.¹ Auch der Handelsverband Deutschland (HDE) prognostiziert **für den Online-Handel in 2015 ein deutliches Umsatzplus**. Der Verband geht von einem etwas schwächeren Wachstum von 12 % gegenüber dem Vorjahr aus, während der gesamte Einzelhandel einen Zugewinn von 2 % verzeichnen soll.²



WWW.HDE.DE

Dem Modehandel insgesamt in Europa und Deutschland wird für das aktuelle Jahr 2015 wieder ein eher schwaches Jahr vorhergesagt. Auf europäischer Ebene wird eine Stagnation der Umsätze prognostiziert (+0,1 %), während die Modeverkäufe in Deutschland sogar leicht rückläufig sein sollen (-0,4 %).³ Mit der **Weiterentwicklung von E-Commerce-Modellen** und der zunehmenden Offenheit der Konsumenten gegenüber dem Online-Shopping erwartet Zalando allerdings, dass der Online-Anteil im Modehandel auch in 2015 weiter ansteigen wird.

Zalando sieht sich mit der Fokussierung auf den europäischen Markt sowie der bereits aufgebauten Infrastruktur und der erreichten Markenbekanntheit gut positioniert, um von diesen günstigen Marktgegebenheiten für den Onlinehandel zu profitieren. Der hohe emotionale Wert, den sowohl Hersteller als auch Kunden Modemarken beimessen, verschafft unabhängigen und reinen E-Commerce-Modehändlern wie Zalando darüber hinaus einen erheblichen Vorteil gegenüber nicht spezialisierten E-Commerce-Händlern.

01.5.2 ANGEPASSTE PROGNOSE



ENDE DER SCHNELLESE-
INFORMATIONEN

Umsatz und EBIT haben sich im ersten Quartal 2015 insbesondere durch den guten Start in die Frühjahr-/Sommersaison besser als erwartet entwickelt. Die erzielte Umsatzwachstumsrate übertrifft den von Zalando für das Geschäftsjahr 2015 gesteckten Zielkorridor von 20–25 % deutlich. Vor diesem Hintergrund prognostiziert das Management nun ein Umsatzwachstum am oberen Ende des Zielkorridors. Falls die positive Dynamik im weiteren Verlauf des Geschäftsjahrs anhält, könnte sich auch ein Umsatzwachstum leicht oberhalb des Zielkorridors einstellen.

Das Management hat für das Geschäftsjahr 2015 eine EBIT-Marge um das Vorjahresniveau herum prognostiziert. Das im ersten Quartal 2015 erwirtschaftete EBIT hat diese Erwartung übertroffen. Die Management-Prognose für das restliche Geschäftsjahr hat sich nicht geändert. Mit Blick auf die im ersten Quartal erreichten Mehreinnahmen hebt Zalando die 2015er-Prognose der EBIT-Marge auf rund 3,9 % an (entspricht einer bereinigten EBIT-Marge von rund 4,5 %).

1) Euromonitor International, Einzelhandel inklusive Lebensmitteleinzelhandel
2) Handelsverband Deutschland (HDE), Jahrespressekonferenz 2015
3) Euromonitor International

01.5.3 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 ersten drei Monate des Geschäftsjahrs 2015 weiterhin in einer soliden wirtschaftlichen Lage befand.

Berlin, den 08. Mai 2015

Der Vorstand

David Schneider

Robert Gentz

Rubin Ritter

02

1/4 2015

KONZERN-ZWISCHENABSCHLUSS

SONSTIGE FAKTEN

150.000

ARTIKEL

15

AKTIV IN

EUROPÄISCHEN MÄRKTEN

NAHEZU **90%**

MARKENBEKANNTHEIT IN DEN ETABLIERTEN MÄRKTEN

>20

ZÄHLUNGSMETHODEN

02.1 KONZERN- GESAMTERGEBNISRECHNUNG



MEHR INFORMATIONEN
ERTRAGSLAGE KONZERN S. 6

IN MIO. EUR	ANHANG	01.01. – 31.03.2015	01.01. – 31.03.2014
Umsatzerlöse	(1.)	643,6	500,7
Umsatzkosten	(2.)	-353,5	-311,3
Bruttoergebnis vom Umsatz		290,1	189,4
Vertriebskosten		-236,8	-192,0
Verwaltungskosten		-29,1	-28,8
Sonstige betriebliche Erträge		3,0	4,2
Sonstige betriebliche Aufwendungen		-2,0	-0,8
Betriebliches Ergebnis (EBIT)		25,1	-27,9
Zinsertrag		0,1	0,0
Zinsaufwand		-1,2	-0,9
Übriges Finanzergebnis		6,6	0,0
Finanzergebnis	(3.)	5,5	-0,8
Ergebnis vor Steuern (EBT)		30,6	-28,7
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag		-6,3	-0,2
Periodenergebnis		24,3	-28,9
davon den Gesellschaftern der Zalando SE zuzurechnendes Ergebnis		24,3	-28,9
Periodenergebnis in Prozent vom Umsatz		3,8 %	-5,8 %
Unverwässertes Ergebnis je Aktie (in EUR)	(4.)	0,10	-0,13
Verwässertes Ergebnis je Aktie (in EUR)	(4.)	0,10	-0,13

IN MIO. EUR	01.01. – 31.03.2015	01.01. – 31.03.2014
Periodenergebnis	24,3	-28,9
Posten, die in Folgeperioden in das Periodenergebnis umgegliedert werden		
Effektiver Teil der Gewinne/Verluste aus Cashflow Hedges nach Steuern	-6,3	0,0
Währungsumrechnungsdifferenzen ausländischer Jahresabschlüsse	0,0	0,1
Sonstiges Ergebnis	-6,3	0,1
Gesamtergebnis	18,0	-28,8
davon den Gesellschaftern der Zalando SE zuzurechnendes Ergebnis	18,0	-28,8



MEHR INFORMATIONEN
VERMÖGENSLAGE S. 10

02.2 KONZERNBILANZ

AKTIVA

IN MIO. EUR	ANHANG	31.03.2015	31.12.2014
Langfristige Vermögenswerte			
Immaterielle Vermögenswerte		34,1	29,0
Sachanlagen		108,8	111,0
Finanzielle Vermögenswerte	(5.)	32,3	49,4
Latente Steueransprüche		0,9	0,9
Nicht finanzielle Vermögenswerte		3,0	3,7
		179,1	194,0
Kurzfristige Vermögenswerte			
Vorräte		474,6	348,3
Geleistete Anzahlungen		1,7	0,9
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen		169,8	140,1
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	(5.)	107,0	13,6
Sonstige nicht finanzielle Vermögenswerte		44,8	37,6
Liquide Mittel		960,9	1.051,0
		1.758,8	1.591,5
Bilanzsumme		1.937,9	1.785,5

PASSIVA

IN MIO. EUR	ANHANG	31.03.2015	31.12.2014
Eigenkapital			
Gezeichnetes Kapital		245,6	244,8
Kapitalrücklage		1.123,0	1.120,4
Gewinnrücklage		-5,3	1,0
Bilanzverlust		-215,2	-239,5
	(6.)	1.148,1	1.126,7
Langfristige Schulden			
Rückstellungen		5,8	5,8
Zuwendungen der öffentlichen Hand		2,3	3,0
Finanzverbindlichkeiten		16,8	17,6
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten		2,0	0,6
Sonstige nicht finanzielle Verbindlichkeiten		2,9	1,3
Latente Steuerschulden		4,1	2,6
		33,9	30,9
Kurzfristige Schulden			
Rückstellungen		0,2	0,5
Finanzverbindlichkeiten		3,2	3,2
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und ähnliche Schulden	(7.)	609,8	492,1
Erhaltene Anzahlungen		12,0	6,7
Verbindlichkeiten aus Ertragsteuern		9,2	6,1
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten		63,2	61,9
Sonstige nicht finanzielle Verbindlichkeiten		58,3	57,4
		755,9	627,9
Bilanzsumme		1.937,9	1.785,5

02.3 KONZERN-EIGENKAPITAL- VERÄNDERUNGSRECHNUNG

KONZERN-EIGENKAPITALVERÄNDERUNGSRECHNUNG 2015

IN MIO. EUR	ANHANG	GEZEICHNETES KAPITAL	KAPITAL- RÜCKLAGE
Stand 01.01.2015		244,8	1.120,4
Periodenergebnis		0,0	0,0
Sonstiges Ergebnis		0,0	0,0
Gesamtergebnis		0,0	0,0
Kapitalerhöhung	(6.)	0,8	0,7
Ablösung von Ansprüchen anteilsbasierter Vergütungen		0,0	-2,0
Anteilsbasierte Vergütungen		0,0	4,0
Stand 31.03.2015		245,6	1.123,0

KONZERN-EIGENKAPITALVERÄNDERUNGSRECHNUNG 2014

IN MIO. EUR	ANHANG	GEZEICHNETES KAPITAL	KAPITAL- RÜCKLAGE
Stand 01.01.2014		0,1	833,3
Periodenergebnis		0,0	0,0
Sonstiges Ergebnis		0,0	0,0
Gesamtergebnis		0,0	0,0
Anteilsbasierte Vergütungen		0,0	5,1
Stand 31.03.2014		0,1	838,4

GEWINNRÜCKLAGEN

CASHFLOW HEDGES	WÄHRUNGSUMRECHNUNG	BILANZVERLUST	SUMME
1,0	0,0	-239,5	1.126,7
0,0	0,0	24,3	24,3
-6,3	0,0	0,0	-6,3
-6,3	0,0	24,3	18,0
0,0	0,0	0,0	1,5
0,0	0,0	0,0	-2,0
0,0	0,0	0,0	4,0
-5,3	0,0	-215,2	1.148,1

GEWINNRÜCKLAGEN

CASHFLOW HEDGES	WÄHRUNGSUMRECHNUNG	BILANZVERLUST	SUMME
-0,1	-0,1	-286,6	546,5
0,0	0,0	-28,9	-28,9
0,0	0,1	0,0	0,1
0,0	0,1	-28,9	-28,8
0,0	0,0	0,0	5,1
-0,1	0,0	-315,5	522,8



MEHR INFORMATIONEN
FINANZLAGE S. 9

02.4 KONZERN- KAPITALFLUSSRECHNUNG

IN MIO. EUR	ANHANG	01.01. – 31.03.2015	01.01. – 31.03.2014
1. Periodenergebnis		24,3	-28,9
2. + Zahlungsunwirksamer Aufwand aus anteilsbasierten Vergütungen		4,0	5,1
3. – Zahlungen zur Ablösung von Ansprüchen aus anteilsbasierten Vergütungen		-2,0	0,0
4. + Abschreibungen auf Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte		7,5	5,5
5. – Zunahme der Rückstellungen		-0,4	0,0
6. – Sonstige zahlungsunwirksame Erträge		-0,9	-0,7
7. – Zunahme der Vorräte		-126,2	-59,4
8. – Zunahme der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen		-29,2	-13,0
9. + Zunahme der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und ähnlichen Schulden	(7.)	117,5	57,0
10. –/+ Zunahme/Abnahme der sonstigen Aktiva/Passiva		-6,4	12,9
11. = Mittelabfluss aus laufender Geschäftstätigkeit		-11,8	-21,5
12. – Auszahlungen für Investitionen in das Sachanlagevermögen		-1,4	-16,7
13. – Auszahlungen für Investitionen in immaterielle Vermögenswerte		-6,9	-4,0
14. – Auszahlungen für Investitionen in Termingelder		-90,0	0,0
15. + Abnahme der Zahlungsmittel, die einer Verfügungsbeschränkung unterliegen		15,8	1,8
16. = Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit		-82,6	-18,9
17. + Einzahlungen aus Kapitalerhöhungen der Gesellschafter abzgl. Transaktionskosten	(6.)	1,5	0,0
18. + Einzahlungen aus der Aufnahme von Krediten		0,0	1,9
19. – Auszahlungen für die Tilgung von Krediten		-0,8	-0,8
20. = Mittelzufluss aus der Finanzierungstätigkeit		0,7	1,1
21. = Zahlungswirksame Veränderungen des Finanzmittelfonds		-93,7	-39,3
22. + Wechselkursbedingt und sonstige Veränderungen des Finanzmittelfonds		3,6	0,0
23. + Verfügbarer Finanzmittelfonds zu Beginn des Geschäftsjahres		1.051,0	417,2
24. = Verfügbarer Finanzmittelfonds am 31.03.		960,9	377,9

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

ZAHLUNGSWIRKSAME ZINSEN UND ERTRAGSTEUERN

IN MIO. EUR	01.01. – 31.03.2015	01.01. – 31.03.2014
Gezahlte Zinsen	-1,4	-0,5
Erhaltene Zinsen	0,1	0,0
Gezahlte Ertragsteuern	0,0	-0,1
Summe	-1,3	-0,6

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

FREI VERFÜGBARER CASHFLOW

IN MIO. EUR	01.01. – 31.03.2015	01.01. – 31.03.2014
Mittelabfluss aus laufender Geschäftstätigkeit	-11,8	-21,5
Auszahlungen für Investitionen in das Sachanlagevermögen	-1,4	-16,7
Auszahlungen für Investitionen in immaterielle Vermögenswerte	-6,9	-4,0
Frei verfügbarer Cashflow	-20,2	-42,2

02.5 VERKÜRZTER KONZERNANHANG

02.5.1 ALLGEMEINE ANGABEN

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

Der verkürzte und ungeprüfte Konzern-Zwischenabschluss der Zalando SE zum 31. März 2015 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 i.V.m. IAS 1 Darstellung des Abschlusses erstellt. Weiterhin wurden die Regelungen des Wertpapierhandelsgesetz (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 2014 zu lesen.

Die im Konzernabschluss zum 31. Dezember 2014 angewandten Rechnungslegungsgrundsätze sowie Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden wurden grundsätzlich unverändert übernommen. Aus der erstmaligen Anwendung neuer Rechnungslegungsverlautbarungen im Geschäftsjahr 2015 ergaben sich, wie es auch im Geschäftsbericht 2014 erläutert worden ist, keine wesentlichen Einflüsse auf den Quartalsabschluss.

Der verkürzte Konzernzwischenabschluss wird in Euro aufgestellt.

02.5.2 AUSGEWÄHLTE ERLÄUTERUNGEN ZUR KONZERN-GESAMTERGEBNISRECHNUNG

(1.) UMSATZERLÖSE

IN MIO. EUR	01.01. – 31.03.2015	01.01. – 31.03.2014
Erträge aus dem Verkauf von Handelswaren	639,0	495,7
Erträge aus übrigen Dienstleistungen	4,6	5,0
Summe	643,6	500,7

Zalando konnte die Umsatzerlöse in allen Konzernsegmenten deutlich steigern. Die Umsatzerlöse sind im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 28,5 % gestiegen. Die Umsatzsteigerung ist im Wesentlichen auf den deutlich größeren Kundenstamm, dem gestiegenen Plus an Bestellungen und einen größeren durchschnittlichen Warenkorb pro Bestellung zurückzuführen.

(2.) UMSATZKOSTEN

IN MIO. EUR	01.01. – 31.03.2015	01.01. – 31.03.2014
Sachkosten	340,7	301,1
Personalkosten	12,8	10,2
Summe	353,5	311,3

Die Umsatzkosten umfassen im Wesentlichen Materialaufwand, Personalaufwand, Abschreibungen auf Vorräte, Fremdleistungen sowie Kosten der Infrastruktur. Die Umsatzkosten sind um 13,6 % gegenüber dem Vorjahreszeitraum gestiegen.

Der Materialaufwand im Konzern beträgt insgesamt 321,6 Mio. EUR (Vorjahreszeitraum: 273,1 Mio. EUR).

Zalando erzielte im ersten Quartal 2015 ein Bruttoergebnis vom Umsatz in Höhe von 290,1 Mio. EUR (Vorjahreszeitraum: 189,4 Mio. EUR). Die **Bruttogewinnmarge** hat sich damit deutlich um 7,3 Prozentpunkte von 37,8 % im ersten Quartal 2014 auf 45,1 % verbessert.

(3.) FINANZERGEBNIS

Das positive Finanzergebnis resultiert im Wesentlichen aus der Neubewertung von Fremdwährungsforderungen in Schweizer Franken, die durch die Freigabe des Wechselkurses am 15. Januar 2015 aufzuwerten waren.

(4.) ERGEBNIS JE AKTIE

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

ERGEBNIS JE AKTIE (EPS) UNVERWÄSSERT

	01.01.–31.03.2015	01.01.–31.03.2014
Periodenergebnis (in Mio. EUR)	24,3	-28,9
Unverwässerte gewichtete durchschnittliche Aktienanzahl (in Mio. Stück)	245	220
Gesamt	0,10	-0,13

Die in den Nenner einfließende durchschnittliche Aktienanzahl wurde entsprechend den Vorgaben von IAS 33 rückwirkend korrigiert. Das unverwässerte Ergebnis je Aktie hat sich entsprechend der Verbesserung des Periodenergebnisses von -0,13 EUR auf 0,10 EUR entwickelt.

ERGEBNIS JE AKTIE (EPS) VERWÄSSERT

	01.01.–31.03.2015	01.01.–31.03.2014
Periodenergebnis (in Mio. EUR)	24,3	-28,9
Verwässerte gewichtete durchschnittliche Aktienanzahl (in Mio. Stück)	252	220
Gesamt	0,10	-0,13

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

Bei der Berechnung des verwässerten Ergebnisses je Aktie wurden zusätzlich Mitarbeiteroptionen und Verträge, die in Stammaktien oder in bar erfüllt werden können, beachtet. In die Berechnung des verwässerten Ergebnisses je Aktie sind solche anteilsbasierten Vergütungen mit Ausgleich in Eigenkapitalinstrumenten jedoch nicht eingeflossen, die eine zum Bilanzstichtag noch nicht erreichte Erfolgsbedingung enthalten. Die unter dem SOP 2014 gewährten Optionen wurden daher bei der Berechnung des verwässerten Ergebnisses nicht berücksichtigt.

Das verwässerte Ergebnis je Aktie des ersten Quartals 2014 entspricht dem unverwässerten Ergebnis je Aktie, weil potenzielle Stammaktien nur dann als verwässernd im Sinne von IAS 33 zu beachten sind, wenn ihre Umwandlung den Periodenverlust je Aktie erhöhen würde.

02.5.3 AUSGEWÄHLTE ERLÄUTERUNGEN ZUR KONZERNBILANZ

(5.) SONSTIGE LANG- UND KURZFRISTIGE FINANZIELLE VERMÖGENSWERTE

Die langfristigen finanziellen Vermögenswerte beinhalten im Wesentlichen Zahlungsmittel in Höhe von 30,2 Mio. EUR (Vorjahr: 48,3 Mio. EUR), die einer Verfügungsbeschränkung unterliegen.

Die kurzfristigen finanziellen Vermögenswerte beinhalten im Wesentlichen Finanzanlagen mit einer Restlaufzeit von mehr als drei und weniger als zwölf Monaten in Höhe von 90,0 Mio. EUR (Vorjahr: 0,0 Mio. EUR).

(6.) EIGENKAPITAL

Das Gezeichnete Kapital der Muttergesellschaft wurde im März 2015 aus dem Genehmigten Kapital um insgesamt 0,8 Mio. EUR auf 245,6 Mio. EUR erhöht. Es ist voll eingezahlt.

Das **Genehmigte und das Bedingte Kapital** setzen sich zum Bilanzstichtag aus folgenden Bestandteilen zusammen:

GENEHMIGTES UND BEDINGTES KAPITAL

	IN MIO. EUR	ANZAHL DER STÜCKAKTIEN	ZWECK
Genehmigtes Kapital 2013	4,5	4.516.050	Bedienung von Bezugsrechten aus den COPs und dem SOP 2011 bis 28. Oktober 2018*
Genehmigtes Kapital 2014	47,3	47.264.457	Kapitalerhöhung gegen Bar- oder Sacheinlagen bis 10. Juli 2019
Bedingtes Kapital 2013	9,8	9.817.500	Bedienung von Bezugsrechten aus dem SOP 2013*
Bedingtes Kapital 2014	6,7	6.732.000	Bedienung von Bezugsrechten aus dem SOP 2014*

* Die Erläuterung zu den einzelnen Programmen ist dem Konzernabschluss zum 31. Dezember 2014 (Punkt 05.5.8 (19.)) zu entnehmen.

Für die Ausnutzung des Genehmigten Kapitals 2013 und des Genehmigten Kapitals 2014 ist die Zustimmung des Aufsichtsrats erforderlich. Die Erhöhung des Gezeichneten Kapitals wurde am 26. Februar bzw. 10. März 2015 vom Aufsichtsrat genehmigt und am 9. bzw. 13. März 2015 im Handelsregister eingetragen.

Die Veränderung des **Sonstigen Ergebnisses** im Vergleich zum 31. Dezember 2014 resultiert im Wesentlichen aus der Freigabe des Wechselkurses des Schweizer Franken zum EURO und den daraus entstandenen negativen Marktwerten der Devisentermingeschäfte, die zur Absicherung von erwarteten Umsätzen in Schweizer Franken bereits im Geschäftsjahr 2014 abgeschlossen wurden.

Die Entwicklung des Eigenkapitals ist in der Eigenkapitalveränderungsrechnung detailliert dargestellt.

(7.) VERBINDLICHKEITEN AUS LIEFERUNGEN UND LEISTUNGEN UND ÄHNLICHE SCHULDEN

Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und ähnlichen Schulden haben sich um 117,7 Mio. EUR auf 609,8 Mio. EUR erhöht. Wesentliche Verbindlichkeiten in fremder Währung bestehen zum Bilanzstichtag nicht. Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und ähnlichen Schulden beinhalten auch die Schulden aus Reverse Factoring-Verträgen in Höhe von 94,9 Mio. EUR (Vorjahr: 90,5 Mio. EUR).

(8.) ANGABEN ZUR KAPITALFLUSSRECHNUNG

Zalando hat im ersten Quartal 2015 einen negativen Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit in Höhe von –11,8 Mio. EUR (Vorjahreszeitraum: –21,5 Mio. EUR) erwirtschaftet. Die **Verbesserung des Mittelzuflusses aus dem operativen Geschäft** im Vergleich zum entsprechenden Vorjahreszeitraum resultiert insbesondere aus der positiven Entwicklung des Periodenergebnisses, das um 53,2 Mio. EUR von –28,9 Mio. EUR auf 24,3 Mio. EUR gestiegen ist.

Insgesamt ist der verfügbare Finanzmittelbestand seit Jahresbeginn um 90,1 Mio. EUR gesunken, sodass Zalando zum 31. März 2015 über einen Finanzmittelbestand in Höhe von 960,9 Mio. EUR verfügt. Die Reduktion der frei verfügbaren Mittel ist im Wesentlichen auf die Anlage von finanziellen Mitteln in Termingelder zurückzuführen. Der Konzern war jederzeit in der Lage, allen Zahlungsverpflichtungen nachzukommen.

Die frei verfügbaren Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente setzen sich aus Kassenbeständen und Guthaben bei Kreditinstituten sowie kurzfristigen Bankeinlagen und Geldmarktfondsanteilen zusammen.

02.5.4 SONSTIGE ANGABEN

ANGABEN ÜBER BEZIEHUNGEN ZU NAHESTEHENDEN PERSONEN UND UNTERNEHMEN

Zalando bezieht Waren von einem nahestehenden Unternehmen. Zum Quartalsstichtag weist Zalando aus diesen Lieferbeziehungen **Verbindlichkeiten** in Höhe von 31,0 Mio. EUR (zum 31.12.2014: 32,0 Mio. EUR) aus. Das nahestehende Unternehmen hat die gegen Zalando bestehenden Lieferantenforderungen im Wesentlichen an einen Factor abgetreten. Darüber hinaus bestehen zum Quartalsstichtag keine wesentlichen Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und ähnlichen Schulden gegenüber nahestehenden Personen und Unternehmen. Im Berichtszeitraum wurden Waren von nahestehenden Unternehmen in einem Umfang von

21,9 Mio. EUR geordert. Im Vergleichszeitraum wurden von nahestehenden Unternehmen i.S.d. IAS 24 Waren im Wert von 22,0 Mio. EUR geordert. Die im Quartalszeitraum verbuchten Aufwendungen aus erhaltenen Dienstleistungen betragen 0,2 Mio. EUR (Vergleichszeitraum: 0,3 Mio. EUR). Die Transaktionen unterscheiden sich grundsätzlich nicht von den Liefer- und Leistungsbeziehungen mit fremden Dritten.

SEGMENTBERICHTERSTATTUNG

Der Vorstand **misst den Erfolg der Segmente** durch das nach IFRS ermittelte EBIT. Die Segmentergebnisgröße EBIT ist definiert als Ergebnis vor Steuern und Zinsen. Intersegmentäre Transaktionen gibt es in der internen Berichtsstruktur nicht. Informationen über Segmentvermögenswerte oder -schulden sind nicht vorhanden bzw. nicht entscheidungsrelevant.

Die Segmentberichterstattung zeigt eine **positive Umsatz- und Ergebnisentwicklung** in allen Berichtssegmenten des Zalando-Konzerns:

SEGMENTBERICHTERSTATTUNG 01.01.–31.03.2015

IN MIO. EUR	DACH	ÜBRIGES EUROPA	SONSTIGE	01.01. – 31.03.2015
Umsatzerlöse	347,1	265,0	31,5	643,6
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	30,2	-6,3	1,2	25,1

SEGMENTBERICHTERSTATTUNG 01.01.–31.03.2014

IN MIO. EUR	DACH	ÜBRIGES EUROPA	SONSTIGE	01.01. – 31.03.2014
Umsatzerlöse	283,9	193,2	23,5	500,7
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	-3,1	-23,5	-1,3	-27,9

Das Finanzergebnis der Gruppe ist den Segmenten nicht zugeordnet.

EREIGNISSE NACH DER BERICHTSPERIODE

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

Berlin, den 08. Mai 2015

Der Vorstand

David Schneider

Robert Gentz

Rubin Ritter

02.6 BESCHEINIGUNG NACH PRÜFERISCHER DURCHSICHT

An die Zalando SE

Wir haben den verkürzten Konzern-Zwischenabschluss – bestehend aus Konzern-Gesamtergebnisrechnung, Konzern-Bilanz, Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung, Konzern-Kapitalflussrechnung sowie ausgewählten erläuternden Anhangangaben – und den Konzern-Zwischenlagebericht der Zalando SE, Berlin, für den Zeitraum vom 1. Januar 2015 bis 31. März 2015, die Bestandteile des Quartalsfinanzberichts nach § 37x Abs. 3 WpHG sind, einer prüferischen Durchsicht unterzogen. Die Aufstellung des verkürzten Konzern-Zwischenabschlusses nach den IFRS für Zwischenberichterstattung, wie sie in der EU anzuwenden sind, und des Konzern-Zwischenlageberichts nach den für Konzern-Zwischenlageberichte anwendbaren Vorschriften des WpHG liegt in der Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, eine Bescheinigung zu dem verkürzten Konzern-Zwischenabschluss und dem Konzern-Zwischenlagebericht auf der Grundlage unserer prüferischen Durchsicht abzugeben.

Wir haben die prüferische Durchsicht des verkürzten Konzern-Zwischenabschlusses und des Konzern-Zwischenlageberichts 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 Konzern-Zwischenabschluss in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den IFRS für Zwischenberichterstattung, wie sie in der EU anzuwenden sind, und der Konzern-Zwischenlagebericht in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den für Konzern-Zwischenlageberichte 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 Konzern-Zwischenabschluss in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den IFRS für Zwischenberichterstattung, wie sie in der EU anzuwenden sind, oder dass der Konzern-Zwischenlagebericht in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den für Konzern-Zwischenlageberichte anwendbaren Vorschriften des WpHG aufgestellt worden ist.

Berlin, den 08. Mai 2015

Ernst & Young GmbH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Ludwig
Wirtschaftsprüfer

Dr. Röders
Wirtschaftsprüfer

03.1 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).

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.

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.

Apps

Applikationen, die entwickelt wurden, um die Internetnutzung mit einem Mobiltelefon oder Smartphone bezüglich einer bestimmten Aufgabe zu optimieren.

Bereinigtes EBIT

Wir definieren das bereinigte EBIT als EBIT vor Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütungen mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente.

Bereinigtes EBITDA

Wir definieren das bereinigte EBITDA als EBITDA vor Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütungen mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente.

Bereinigtes Fulfillmentkostenverhältnis

Wir definieren das bereinigte Fulfillmentkostenverhältnis als Fulfillmentkosten vor Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütungen mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente geteilt durch die Umsatzerlöse des betreffenden Zeitraums. Die Fulfillmentkosten umfassen Aufwendungen für Versandabwicklung, Content-Erstellung, Kundenservice und Zahlungsabwicklung sowie zugeordnete Gemeinkosten und Wertberichtigungen auf Forderungen. Die Fulfillmentkosten umfassen somit alle Vertriebskosten mit Ausnahme der Marketingkosten.

Bereinigtes Marketingkostenverhältnis

Wir definieren das bereinigte Marketingkostenverhältnis als Marketingkosten vor Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütungen mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente geteilt durch die Umsatzerlöse des betreffenden Zeitraums. Die Marketingkosten umfassen Aufwendungen für Werbung, einschließlich Suchmaschinenmarketing und Werbung in TV-, Online- und sonstigen Marketingkanälen, sowie zugeordnete Gemeinkosten.

CAGR

CAGR steht für „Compound Annual Growth Rate“ und bezeichnet die Wachstumsrate über einen bestimmten Zeitraum im Vergleich zum jeweiligen Vorjahreszeitraum. Die jährliche Wachstumsrate wird berechnet, indem die n-te Wurzel aus der prozentualen Gesamtwachstumsrate gezogen wird, wobei n die Anzahl an Jahren in dem betrachteten Zeitraum ist.

Content-Erstellung

Unter Content-Erstellung verstehen wir die Produktion von Fotos und Texten für den Verkauf der Produkte auf unseren Internetseiten.

Durchschnittliche Bestellungen pro aktivem Kunde

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.

Durchschnittliche Warenkorbgröße

Wir definieren die durchschnittliche Warenkorbgröße als das von 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.

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 zu Umsatz.

Frei verfügbarer Cashflow

Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit zuzüglich Cashflow aus Investitionstätigkeit in Sachanlagen und immateriellen Vermögenswerten.

Kundenservice

Unter Kundenservice verstehen wir den Service, den wir unseren Kunden über unsere Hotline anbieten.

m.sites

Internetseiten, die für den Zugriff über Mobiltelefone oder Smartphones, die dem Nutzer Internetzugang ermöglichen, entwickelt wurden.

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.

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.

t.sites

Internetseiten, die für den Zugriff über Tablets wie das Apple iPad oder die Samsung-Galaxy-Tablets entwickelt wurden.

03.2 FINANZKALENDER 2015

DATUM	TERMIN
Dienstag, 2. Juni	Jahreshauptversammlung 2015
Donnerstag, 13. August	Veröffentlichung der Ergebnisse für das 2. Quartal 2015
Donnerstag, 12. November	Veröffentlichung der Ergebnisse für das 3. Quartal 2015

03.3 IMPRESSUM

REDAKTION UND KONTAKT

ZALANDO SE
Tamara-Danz-Straße 1
10243 Berlin, Deutschland
corporate.zalando.de

INVESTOR RELATIONS

Birgit Opp
E-Mail: investor.relations@zalando.de

CORPORATE COMMUNICATIONS

Milena Ratzel
E-Mail: presse@zalando.de

KONZEPTION, TEXT, LAYOUT UND SATZ

IR-One AG & Co., Hamburg
www.ir-1.com

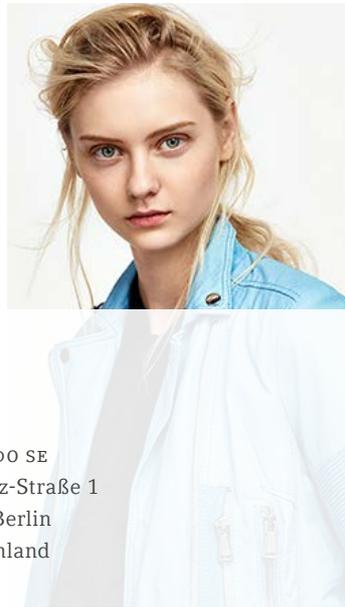
BILDNACHWEIS

ZALANDO Bilderpool, Mel Maclaine, Andreas Öhlund

Disclaimer

Dieser Quartalsbericht 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 Quartalsbericht 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 Quartalsbericht liegt ebenfalls in englischer Übersetzung vor und steht in beiden Sprachen im Internet unter <https://corporate.zalando.de/de/ir> zum Download bereit. Bei Abweichungen hat die deutsche Fassung des Quartalsbericht Vorrang gegenüber der englischen Übersetzung.



ZALANDO SE
Tamara-Danz-Straße 1
10243 Berlin
Deutschland

