



HALBJAHRESBERICHT

JANUAR – JUNI 2015



HJ 2015

ZALANDO AUF EINEN BLICK

KENNZAHLEN

	01.04.-30.06.2015	01.04.-30.06.2014	01.01.-30.06.2015	01.01.-30.06.2014
Leistungsindikatoren Konzern				
Site-Visits (in Mio.)	411,8	322,7	804,6	654,6
Anteil der Site-Visits über mobile Endgeräte (in %)	56,6	40,7	54,7	38,4
Aktive Kunden (in Mio.)	16,4	13,7	16,4	13,7
Anzahl Bestellungen (in Mio.)	14,0	10,4	26,0	20,1
Durchschnittliche Bestellungen pro aktivem Kunde	2,9	2,8	2,9	2,8
Durchschnittliche Warenkorbgröße (in EUR)	67,4	65,7	67,7	64,8
Bereinigtes Marketingkostenverhältnis (in % der Umsatzerlöse)	12,0	13,3	11,9	13,6
Bereinigtes Fulfillmentkostenverhältnis (in % der Umsatzerlöse)	28,3	22,9	26,6	23,4
Ertragslage Konzern				
Umsatzerlöse (in Mio.)	733,0	546,4	1.376,6	1.047,1
EBIT (in Mio.)	25,7	31,5	50,8	3,6
EBIT (in % der Umsatzerlöse)	3,5	5,8	3,7	0,3
Bereinigtes EBIT (in Mio.)	30,2	35,1	59,2	12,4
Bereinigtes EBIT (in % der Umsatzerlöse)	4,1	6,4	4,3	1,2
Vermögens- und Finanzlage Konzern				
Nettoumlaufvermögen (Net Working Capital) (in Mio.)	30,7	60,9	30,7	60,9
Eigenkapitalquote (in % der Bilanzsumme)	60,8	53,9	60,8	53,9
Operativer Cashflow (in Mio.)	35,0	23,6	23,3	2,1
Investiver Cashflow (in Mio.)	-25,4	-13,4	-108,0	-32,2
Liquide Mittel (in Mio.)	973,5	387,3	973,5	387,3
Sonstige Kennzahlen				
Mitarbeiter (zum Bilanzstichtag)	9.079	7.588*	9.079	7.588*
Unverwässertes Ergebnis je Aktie (in EUR)	0,09	0,13	0,19	0,00

pp = Prozentpunkte
*) zum 31.12.2014

SONSTIGE FAKTEN

31,5 %

UMSATZWACHSTUM IM VERGLEICH ZUM HJ 2014

50,8 MIO.

EBIT

16,4 MIO.

AKTIVE KUNDEN

54,7 %

DER WEBSITE-BESUCHE KOMMEN IM HJ 2015 ÜBER MOBILE ENDGERÄTE

CONNECTING PEOPLE AND FASHION

INHALTSVERZEICHNIS

01 SPOTLIGHT S. 4

02 DIE ZALANDO-AKTIE S. 8

03 KONZERN-ZWISCHENLAGEBERICHT

→ 03.1	GRUNDLAGEN DES KONZERNS	S. 13
→ 03.2	WIRTSCHAFTSBERICHT	S. 13
→ 03.3	NACHTRAGSBERICHT	S. 23
→ 03.4	RISIKO- UND CHANCENBERICHT	S. 23
→ 03.5	PROGNOSEBERICHT	S. 24

04 KONZERN-ZWISCHENABSCHLUSS

→ 04.1	KONZERN-GESAMTERGEBNISRECHNUNG	S. 27
→ 04.2	KONZERNBILANZ	S. 28
→ 04.3	KONZERN-EIGENKAPITALVERÄNDERUNGSRECHNUNG	S. 30
→ 04.4	KONZERN-KAPITALFLUSSRECHNUNG	S. 32
→ 04.5	VERKÜRZTER KONZERNANHANG	S. 34
→ 04.6	BESCHEINIGUNG NACH PRÜFERISCHER DURCHSICHT	S. 41

05 SERVICE (FINANZKALENDER 2015)

→ 05.1	GLOSSAR	S. 43
→ 05.2	IMPRESSUM	S. 45

NAVIGATIONSHILFE



WEITERE INFORMATIONEN
IM BERICHT



WEITERE INFORMATIONEN
IM INTERNET



FÜR DEN
SCHNELLEN LESER



01

HJ 2015

SPOTLIGHT – ZALON BY ZALANDO

UNSERE KUNDEN LIEBEN MODE UND LASSEN SICH GERN VON NEUEN, INDIVIDUELLEN STYLES INSPIRIEREN.

Diese Begeisterung teilen wir mit ihnen. Mit unserer neuen Plattform Zalon by Zalando haben wir daher im letzten Quartal unser eigenes Format des **kuratierten Shoppings** entwickelt. Damit ist es uns gelungen, unseren Kunden eine individuelle Beratung von Modeexperten anzubieten. Für uns ein logischer nächster Schritt, die Fashion-Story weiterzuschreiben, und eine Antwort auf die hohe Nachfrage unserer Kunden.



FASHION-EXPERTEN

MITTLERWEILE ARBEITEN ÜBER 100 STYLISTEN FÜR ZALON. BEI IHRER BERATUNG GREIFEN SIE AUF DAS GROSSE ZALANDO-SORTIMENT AUS ÜBER 1.500 VERSCHIEDENEN MARKEN ZURÜCK.

Die bekannten Vorteile von Zalando – etwa der schnelle und kostenlose Versand und reibungslose Prozesse – bleiben erhalten. Um das kostenlose Beratungsangebot wahrzunehmen, registriert sich der Kunde auf der Plattform, beantwortet Fragen zu seinen modischen Vorlieben und Körpermaßen und wählt einen Stylisten aus. Nach einem Telefonat mit dem persönlichen Stylisten, in dem weitere Fragen geklärt werden können, stellt der Modeexperte das passende Outfit zusammen und schon bald trifft die Zalon-Box mit den gewünschten Outfits beim Kunden ein.



PERSÖNLICHE BERATUNG

GETREU UNSERER VISION **CONNECTING PEOPLE AND FASHION** ARBEITEN WIR STETIG DARAN, DAS EINKAUFEN IM ONLINE-SHOP NOCH PERSÖNLICHER ZU GESTALTEN.

Daher verstehen wir Curated Shopping nicht nur als bloßen Service, sondern möchten unseren Kunden auf emotionaler Ebene begegnen. Zalando-Kunden möchten schließlich inspiriert werden und sich gut aufgehoben fühlen. Deswegen liegt in jedem Paket ein kleines Highlight: eine persönliche Nachricht des Stylisten, die gleichzeitig den Beginn einer langfristigen und persönlichen Bindung zwischen Kunde und Modeexperten darstellen kann.

„MIT ZALON HABEN WIR UNSER EIGENES VERSTÄNDNIS VON KURATIERTEM SHOPPING ENTWICKELT.“

IVO SCHERKAMP, VERANTWORTLICH FÜR ZALON, BERLIN



KRISTOF



SASKIA



SILKE



DENIZ

KRISTOF, STYLIST, BERLIN

Mode, Lifestyle und Sport: Das inspiriert mich jeden Tag aufs Neue! Diese Dinge in Einklang zu bringen und daraus alltagstaugliche, aber immer besondere und kreative Outfits zu kreieren, macht mich aus.

SASKIA, STYLISTIN UND REDAKTEURIN, BERLIN

Meine Kinder haben mein Leben auf den Kopf gestellt, aber meine Leidenschaft für Fashion ist ungebrochen. Styles müssen schnell funktionieren.

**SILKE, TEXTIL- UND SCHMUCKDESIGNERIN,
STYLISTIN UND MUTTER, BERLIN**

Mode und Kreativität begeistern mich genauso wie leckeres Essen, gute Drinks und natürlich meine Familie.

DENIZ, STUDENT UND STYLIST, HAMBURG

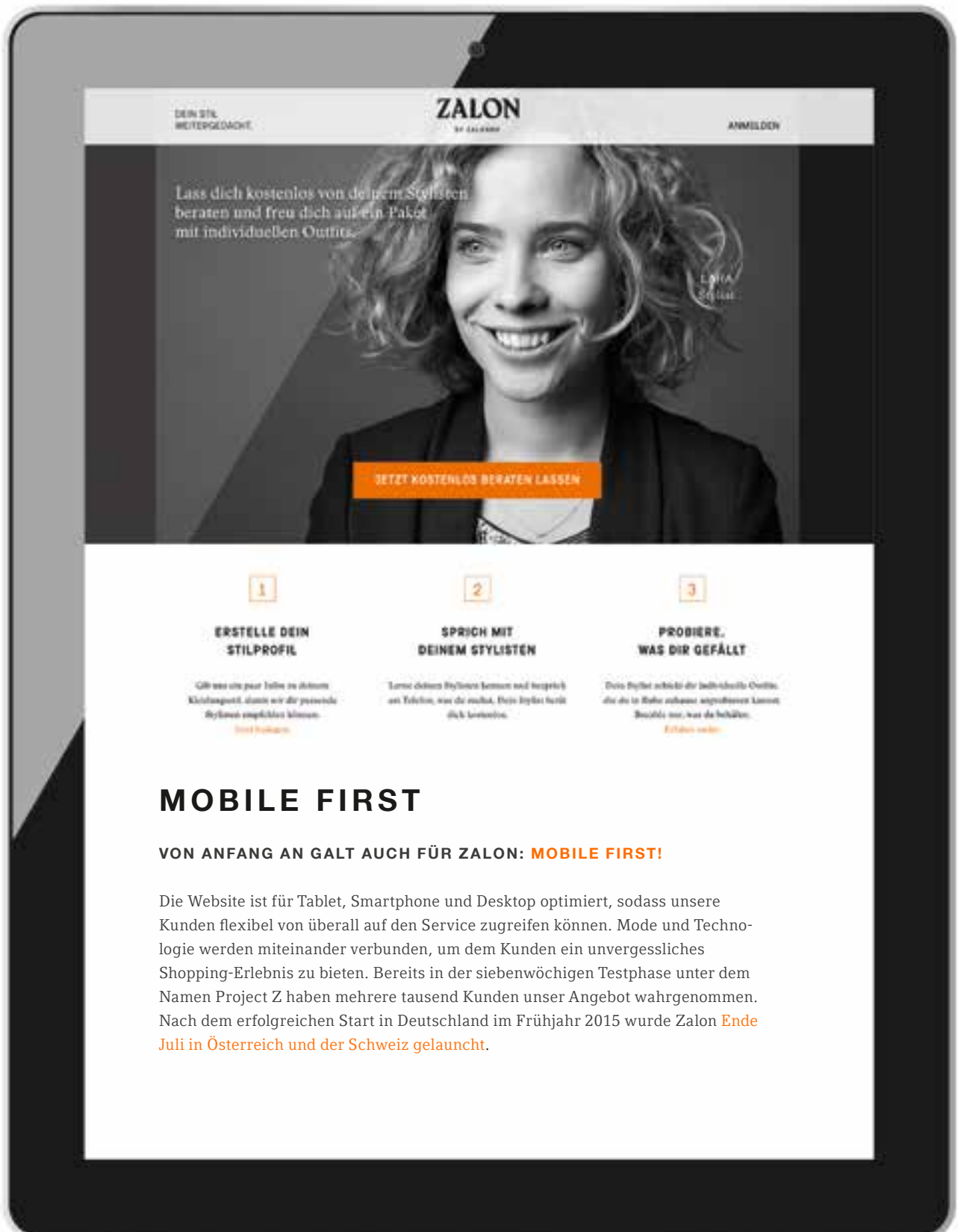
Wenn ich nicht gerade am Kicken bin, liebe ich es, mich durch eine Fülle von Einflüssen aus der ganzen Welt inspirieren zu lassen. Modisch favorisiere ich besonders den Mix aus zeitlosen und modernen Elementen, die sich durch *attention to detail* abheben.

INSPIRATION: DIE GOLDENEN ZWANZIGER

**IN DEN 20ER JAHREN WAR DER SALON DAS
ZENTRUM DES KULTURELLEN LEBENS.**

Mit Zalou haben wir dieses Gefühl adaptiert und neu interpretiert. Als Salon – Zalou – des digitalen Zeitalters bietet unsere Plattform einen Raum, in dem Kunden sich bequem von ihren eigenen vier Wänden aus **inspirieren und beraten** lassen können: entweder das passende Dirndl für das anstehende Oktoberfest oder doch eher aktuelle Streetstyles aus New York.







02

HJ 2015 DIE ZALANDO-AKTIE

SONSTIGE FAKTEN

30,3 %

STREUBESITZ

17,5 %

AKTIENPREISPERFORMANCE BIS JUNI 2015



DIE ZALANDO-AKTIE – DAS 1. BÖRSENHALBJAHR 2015

- Kursplus von 39,3 % seit Börsengang oder 17,5 % im 1. Halbjahr 2015
- Aufnahme in den MDAX am 19. Juni 2015
- Erfolgreiche erste Hauptversammlung am 2. Juni 2015

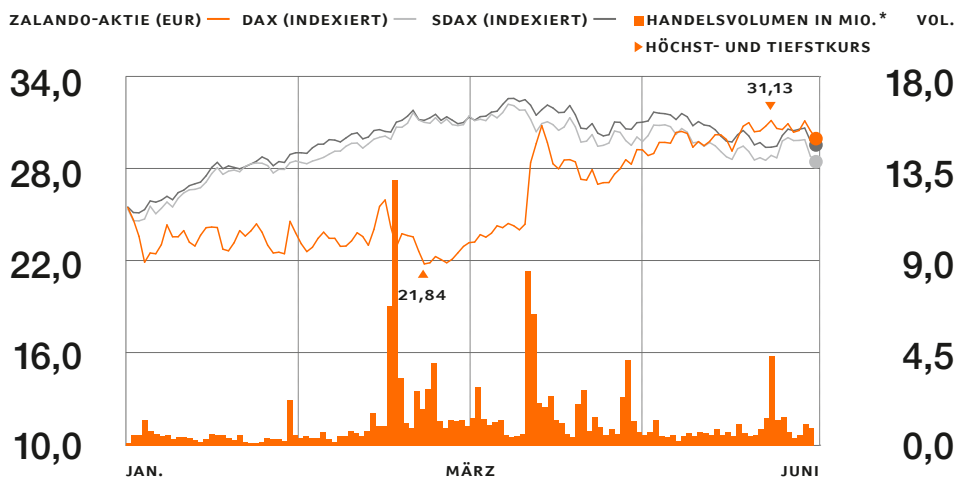


WEITERE INFORMATIONEN
AUSGEWÄHLTE ERLÄUTERUN-
GEN ZUR KONZERNBILANZ
S. 37

ZALANDO-AKTIE MIT POSITIVER ENTWICKLUNG

Die Aktienmärkte entwickelten sich im ersten Quartal aufgrund der expansiven Geldpolitik der europäischen Zentralbank zunächst sehr positiv. Mitte April trübte sich die Stimmung an den Märkten mit Verschärfung der Griechenland-Krise jedoch zunehmend. Bewegte sich die Zalando-Aktie Anfang des Jahres zunächst kaum (Eröffnungskurs 2. Januar: 25,50 EUR), stand sie Mitte März wegen Anteilsverkäufen von einigen Alt-Aktionären kurzzeitig unter Druck (Schlusskurs 18. März: 21,84 EUR), bevor sie mit Veröffentlichung der vorläufigen Q1-Ergebnisse am 15. April stark zulegte. Am 20. April erreichte sie mit einem Schlusskurs von 30,80 EUR ein vorübergehendes Allzeithoch. Seitdem zeigte sich die Aktie **robust und legte trotz des volatilen Marktumfelds weiter zu**. Nach dem Erreichen neuer Höchststände im weiteren Quartalsverlauf notierte die Aktie am Ende des Halbjahres mit einem Schlusskurs von 29,96 EUR um 17,5 % höher als zu Jahresbeginn. Insgesamt verzeichnete sie seit Börsengang einen Kursanstieg von 39,3 %. Der Streubesitzanteil, definiert als Anteile unter 5 %, betrug zum Ende des Quartals 30,3 %.¹ Zum Ende des 1. Halbjahres 2015 betrug die Marktkapitalisierung 7,4 Mrd. EUR (unverwässert). Das durchschnittliche tägliche Handelsvolumen lag während des Halbjahres bei 1,18 Mio. Stück bzw. 30,7 Mio. EUR.

ENTWICKLUNG ZALANDO-AKTIE, DAX UND MDAX IM ZEITRAUM 01.01.–30.06.2015



*} Basierend auf elektronischem Handel auf XETRA, Parketthandel an deutschen Börsen, elektronischen Handelsplattformen („ECNs“) und außerbörslichem Handel („OTC“).
Quelle: Bloomberg

1) Der Streubesitz beinhaltet die Anteile der Gründer von 3,709 % (per letzter BaFin-Benachrichtigung).

DIE ZALANDO-AKTIE

Aktientyp	Stückaktien
Grundkapital	246.619.133 EUR
Aktien (30.06.2015)	246.619.133
ISIN	DE000ZAL1111
WKN	ZAL111
Bloomberg-Kürzel	ZAL:GR
Thomson Reuters-Kürzel	ZALG.F

AKTIEN-PERFORMANCE

Eröffnungskurs zum 02.01.2015	25,50 EUR
Höchster Kurs	31,13 EUR
Niedrigster Kurs	21,84 EUR
Schlusskurs zum 30.06.2015	29,96 EUR
Kursperformance der Aktie	+17,5 %
Durchschnittlicher Aktienumsatz pro Tag in Stück*	1,18 Mio.
Durchschnittlicher Aktienumsatz pro Tag in Euro*	30,7 Mio. EUR

*j) Basierend auf elektronischem Handel auf XETRA, Parketthandel an deutschen Börsen, elektronischen Handelsplattformen („ECNs“) und außerbörslichem Handel („OTC“).
Quelle: Bloomberg

19.06.2015**AUFNAHME IN DEN MDAX****AUFNAHME IN DEN MDAX**

Am 19. Juni stieg die Zalando-Aktie nach Handelsschluss in den MDAX auf. Die Zalando-Aktie hatte bereits im vergangenen Dezember den Sprung in den SDAX geschafft. Der MDAX ist der Auswahlindex, dem die **50 größten Börsengesellschaften in Deutschland unterhalb des DAX angehören**. Mit der Aufnahme in den MDAX zählt Zalando zu den 80 wichtigsten börsennotierten Unternehmen Deutschlands.

ERFOLGREICHE 1. HAUPTVERSAMMLUNG

Am 2. Juni fand die erste ordentliche Hauptversammlung der ZALANDO SE nach dem Börsengang im Berliner Tempodrom statt. Es waren 90,9% des stimmberechtigten Grundkapitals vertreten. Die Versammlung bestätigte Cristina Stenbeck, Lorenzo Grabau, Lothar Lanz, Anders Holch Povlsen, Kai-Uwe Ricke und Alexander Samwer in ihren Aufsichtsratsämtern und bestellte die Arbeitnehmervertreter Beate Siert, Dylan Ross und Konrad Schäfers als neue Mitglieder des Aufsichtsrats. Neben der Aufsichtsratswahl stimmte die Hauptversammlung allen weiteren Tagesordnungspunkten mit großer Mehrheit zu.



Von links nach rechts:

Lorenzo Grabau, Kai-Uwe Ricke, Dylan Ross, Beate Siert, Lothar Lanz, Cristina Stenbeck, Konrad Schäfers, Alexander Samwer, Anders Holch Povlsen



Von links nach rechts:

Jochen Krisch Interviewer, David Schneider Mitbegründer und Mitglied des Vorstandes, Robert Gentz Mitbegründer und Mitglied des Vorstandes, Rubin Ritter Mitglied des Vorstandes



03

HJ 2015

KONZERN-ZWISCHENLAGEBERICHT

SONSTIGE FAKTEN

800+

TECHNOLOGIE-MITARBEITER

11 MIO.

APP-DOWNLOADS

DO IT YOURSELF
FASHION VIDEOS!

03.1 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.

03.2 WIRTSCHAFTSBERICHT

03.2.1 GESAMTWIRTSCHAFTLICHE UND BRANCHENBEZOGENE RAHMENBEDINGUNGEN

In Deutschland entwickelte sich der Online-Einzelhandel wesentlich rasanter als die gesamte Einzelhandelsbranche. So lagen die nominalen Umsätze in 2014 um mehr als 22 % über dem Ergebnis des Vorjahres, verglichen mit einem Wachstum von 2,3 % des gesamten Einzelhandels. Der Modehandel in Deutschland konnte im vergangenen Jahr nur ein moderates nominales Umsatzwachstum von 0,8 % gegenüber dem Vorjahr erwirtschaften.¹ Laut Textilwirtschaft hat der Modehandel die erste Jahreshälfte 2015 mit einem Minus von 2 % abgeschlossen.² Demgegenüber konnte der Online-Modehandel laut GfK solide Ergebnisse erzielen. Ein erheblicher Anstieg im Vergleich zum Vorjahreszeitraum konnte bei den Umsätzen in Höhe von mehr als 8 % im April 2015 verzeichnet werden.³

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 deutlich über den Margen, die Online-Händler anderer Produktkategorien, wie z. B. Elektronik, erzielen.⁴
- Das Geschäft über mobile Endgeräte trägt erheblich zum starken Wachstum im Online-Einzelhandel bei. In Europa sind beispielsweise die Umsätze über mobile Endgeräte von 3,6 Mrd. EUR im Geschäftsjahr 2011 auf 28,9 Mrd. EUR im Geschäftsjahr 2014 gestiegen.⁵ 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.



WEITER AUF S. 14

1) Euromonitor International

2) Textilwirtschaft

3) Gesellschaft für Konsumforschung, Fashion & Lifestyle

4) Gesellschaftsangaben

5) Euromonitor International; Europa ohne Russland; ohne Umsatzsteuer

03.2.2 ERTRAGSLAGE KONZERN

Die verkürzte Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung für das zweite Quartal 2015 zeigt im Vergleich zum Vorjahreszeitraum eine deutliche Steigerung der Umsatzerlöse sowie eine starke operative Leistung, die zur weiteren Profitabilität beiträgt. Allerdings wirkte sich ein Anstieg der Paymentkosten innerhalb der Vertriebskosten nachteilig auf die EBIT-Marge aus.



MEHR INFORMATIONEN
KONZERN-GESAMT-
ERGEBNISRECHNUNG S. 27

KONZERN-GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

IN MIO. EUR	01.04.- 30.06.2015	IN % VOM UMSATZ	01.04.- 30.06.2014	IN % VOM UMSATZ	VERÄNDERUNG IN PROZENTPUNKTEN
Umsatzerlöse	733,0	100,0 %	546,4	100,0 %	0,0
Umsatzkosten	-378,5	-51,6 %	-293,6	-53,7 %	2,1
Bruttoergebnis vom Umsatz	354,5	48,4 %	252,8	46,3 %	2,1
Vertriebskosten	-297,4	-40,6 %	-199,4	-36,5 %	-4,1
Verwaltungskosten	-31,7	-4,3 %	-24,6	-4,5 %	0,2
Sonstige betriebliche Erträge	2,2	0,3 %	3,6	0,7 %	-0,4
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-2,0	-0,3 %	-0,9	-0,2 %	-0,1
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	25,7	3,5 %	31,5	5,8 %	-2,3



WEITER AUF S. 15

IN MIO. EUR	01.04.-30.06.2015	01.04.-30.06.2014	VERÄNDERUNG
Sonstige Konzern-Finanzdaten			
EBIT-Marge (in % der Umsatzerlöse)	3,5	5,8	-2,3pp
Bereinigtes EBIT*	30,2	35,1	-5,0
Bereinigtes EBIT (in % der Umsatzerlöse)	4,1	6,4	-2,3pp
EBITDA	33,7	38,4	-4,7
Bereinigtes EBITDA*	38,1	42,0	-3,9

*j) Exklusive Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütung mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente

Die verkürzte Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung für das erste Halbjahr zeigt ebenfalls eine deutliche Steigerung der Umsatzerlöse im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Obwohl Zalando in allen Märkten in wesentlichem Umfang in die langfristige Kundenzufriedenheit investiert hat, verbesserte sich die EBIT-Marge im Vergleich zum Vorjahreszeitraum.

KONZERN-GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

IN MIO. EUR	01.01.– 30.06.2015	IN % VOM UMSATZ	01.01.– 30.06.2014	IN % VOM UMSATZ	VERÄNDERUNG IN PROZENTPUNKTEN
Umsatzerlöse	1.376,6	100,0 %	1.047,1	100,0 %	0,0
Umsatzkosten	-732,0	-53,2 %	-604,8	-57,8 %	4,6
Bruttoergebnis vom Umsatz	644,6	46,8 %	442,2	42,2 %	4,6
Vertriebskosten	-534,2	-38,8 %	-391,4	-37,4 %	-1,4
Verwaltungskosten	-60,8	-4,4 %	-53,5	-5,1 %	0,7
Sonstige betriebliche Erträge	5,2	0,4 %	7,8	0,7 %	-0,4
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-4,0	-0,3 %	-1,6	-0,2 %	-0,1
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	50,8	3,7 %	3,6	0,3 %	3,3

IN MIO. EUR	01.01.–30.06.2015	01.01.–30.06.2014	VERÄNDERUNG
Sonstige Konzern- Finanzdaten			
EBIT-Marge (in % der Umsatzerlöse)	3,7	0,3	3,3pp
Bereinigtes EBIT*	59,2	12,4	46,8
Bereinigtes EBIT (in % der Umsatzerlöse)	4,3	1,2	3,1pp
EBITDA	66,3	15,9	50,4
Bereinigtes EBITDA*	74,7	24,7	50,0

*} Exklusive Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütung mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente

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	01.04.– 30.06.2015	01.04.– 30.06.2014	VER- ÄNDERUNG	01.01.– 30.06.2015	01.01.– 30.06.2014	VER- ÄNDERUNG
Aufwendungen für anteils- basierte Vergütung mit Aus- gleich durch Eigenkapital- instrumente						
Umsatzkosten	1,1	0,9	0,2	2,1	1,7	0,4
Vertriebskosten	2,2	1,8	0,4	4,2	4,1	0,1
Verwaltungskosten	1,1	0,9	0,2	2,1	3,1	-1,0
Summe	4,4	3,7	0,8	8,4	8,8	-0,4



WEITER AUF S. 16

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

LEISTUNGSINDIKATOREN

	01.04.- 30.06.2015	01.04.- 30.06.2014	VER- ÄNDERUNG	01.01.- 30.06.2015	01.01.- 30.06.2014	VER- ÄNDERUNG
Site-Visits (in Mio.)	411,8	322,7	27,6 %	804,6	654,6	22,9 %
Anteil der Site-Visits über mobile Endgeräte (in %)	56,6	40,7	15,9pp	54,7	38,4	16,2pp
Aktive Kunden (in Mio.)	16,4	13,7	19,1 %	16,4	13,7	19,1 %
Anzahl Bestellungen (in Mio.)	14,0	10,4	35,1 %	26,0	20,1	29,5 %
Durchschn. Bestellungen pro aktivem Kunden	2,9	2,8	4,4 %	2,9	2,8	4,4 %
Durchschn. Warenkorbgröße (in EUR)	67,4	65,7	2,5 %	67,7	64,8	4,4 %
Umsatzerlöse (in Mio. EUR)	733,0	546,4	34,1 %	1.376,6	1.047,1	31,5 %
Bereinigtes Fulfillmentkostenverhältnis (in % der Umsatzerlöse)	28,3	22,9	5,4pp	26,6	23,4	3,2pp
Bereinigtes Marketingkostenverhältnis (in % der Umsatzerlöse)	12,0	13,3	-1,3pp	11,9	13,6	-1,7pp

Zalando ist in den ersten beiden Quartalen 2015 weiter stark gewachsen. Zalando erzielte im zweiten Quartal des Geschäftsjahres 2015 einen Konzernumsatz in Höhe von 733,0 Mio. EUR. Damit lag der Umsatz um 34,1 % über dem Niveau des Vorjahreszeitraums (546,4 Mio. EUR). In der gesamten ersten Jahreshälfte 2015 stieg der Konzernumsatz um 31,5 % auf 1.376,6 Mio. EUR (Vorjahr: 1.047,1 Mio. EUR). Der Umsatzanstieg basiert im Wesentlichen auf einem deutlich **größeren Kundenstamm**, einem **Plus an Bestellungen** sowie einer **höheren durchschnittlichen Warenkorbgröße**. So verzeichnete der Konzern zum 30. Juni 2015 16,4 Millionen aktive Kunden im Vergleich zu 13,7 Millionen aktiven Kunden zum 30. Juni 2014. Das entspricht einer Steigerung von 19,1 %. Der gewachsene Kundenstamm hat im Vergleich zum Vorjahreszeitraum häufiger und mehr bestellt. So konnte ein Plus an Bestellungen von 35,1 % verzeichnet werden; die durchschnittliche Warenkorbgröße hat um 2,5 % zugenommen und stieg in der ersten Jahreshälfte 2015 sogar um 4,4 %.

Die gestiegene Anzahl an Kundenbestellungen wurde insbesondere durch eine Zunahme der Site-Visits um 27,6 % 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 zweiten Quartal 2015 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 15,9 Prozentpunkte auf 56,6 % angestiegen.

Die gute Entwicklung der Abverkaufsquote sowohl im ersten als auch im zweiten Quartal 2015 ist vor allem auf eine kundenspezifischere Produktauswahl zurückzuführen. Die enge Zusammenarbeit von Zalando mit Topshop und Topman sowie die Erweiterung des Sortiments um renommierte Marken wie Mango und Gap trugen zur weiteren Steigerung des Bekanntheitsgrads von Zalando im Fashion-Bereich bei. Zusätzlich profitierte Zalando von einer deutlich gestiegenen Nachfrage durch jüngere Kundengruppen dank der größeren Auswahl an preisgünstigen Marken sowie des guten mobilen Zugriffs auf das Angebot. Darüber hinaus konnte das Umsatzwachstum mit proportional geringeren Marketing- und Verwaltungskosten erreicht werden.



WEITER AUF S. 18

Im zweiten Quartal 2015 hat der Konzern ein EBIT von 25,7 Mio. EUR (Vorjahr: 31,5 Mio. EUR) erwirtschaftet. Die operative Leistung war anhaltend stark und führte zu einem deutlichen Rückgang der Umsatzkosten in Prozent vom Umsatz sowie zu wesentlich geringeren bereinigten Marketingkosten als im Vorjahr. Der Rückgang der EBIT-Marge um 2,3 Prozentpunkte von 5,8 % im zweiten Quartal 2014 auf 3,5 % im zweiten Quartal 2015 ist vor allem auf das bereinigte Fulfillmentkostenverhältnis zurückzuführen, das sich um 5,4 Prozentpunkte erhöht hat. Dieser Anstieg ist in erster Linie höheren Paymentkosten zuzuschreiben. Zalando arbeitet beständig daran, kundenfreundlichere Zahlungsmethoden anzubieten. Der gestiegene Anteil von Bestellungen auf Rechnung im Vergleich zum Vorjahreszeitraum kombiniert mit einem höheren Niveau von betrügerischem Handeln im Markt haben zu höheren Wertminderungen auf Forderungen aus Lieferungen und Leistungen geführt.

In diesem Zusammenhang hat Zalando auch die Annahmen für die Bewertung der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen aus früheren Perioden überprüft. Auf der Grundlage neuer Informationen ergab sich für diese Bestände ein zusätzlicher Wertminderungsbedarf in Höhe von 18,5 Mio. EUR. Die Wertberichtigung wurde im zweiten Quartal 2015 gemäß IAS 8 als Schätzungsänderung ergebniswirksam erfasst. Diese Schätzungsänderungen beziehen sich hauptsächlich auf Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, die im ersten Quartal 2015 entstanden sind.

Die EBIT-Marge auf Konzernebene verbesserte sich in der Berichtsperiode im Vergleich zum Vorjahr um rund 3,3 Prozentpunkte von 0,3 % im ersten Halbjahr 2014 auf 3,7 % im ersten Halbjahr 2015. Absolut ist das EBIT um 47,2 Mio. EUR auf 50,8 Mio. EUR gestiegen. Diese deutliche Verbesserung ist auf gestiegene Umsatzerlöse zurückzuführen. Die Fulfillmentkosten in Prozent vom Umsatz sind leicht von 37,4 % in der ersten Jahreshälfte 2014 auf 38,8 % in der ersten Jahreshälfte 2015 gestiegen. Dies resultiert hauptsächlich aus höheren Paymentkosten im Zusammenhang mit einer kundenfreundlicheren Zahlartenaussteuerung.

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. Im zweiten Quartal 2015 hat Zalando ein bereinigtes EBIT von 30,2 Mio. EUR (Vorjahr: 35,1 Mio. EUR) erwirtschaftet. Dieser Rückgang der bereinigten EBIT-Marge um 2,3 Prozentpunkte von 6,4 % im zweiten Quartal 2014 auf 4,1 % im zweiten Quartal 2015 ist auf den oben erläuterten Anstieg der Paymentkosten zurückzuführen, der im Grunde sehr starken operativen Leistung des Geschäfts entgegenstand.

03.2.3 ERTRAGSLAGE SEGMENTE

Die verkürzte Segmentergebnisrechnung für das zweite Quartal 2015 zeigt eine signifikante Umsatzsteigerung in allen Segmenten sowie eine wachsende Profitabilität in den Segmenten Übriges Europa und Sonstige.

KONZERN-SEGMENTERGEBNISRECHNUNG

IN MIO. EUR	01.04.- 30.06.2015	01.04.- 30.06.2014	VER- ÄNDERUNG	01.01.- 30.06.2015	01.01.- 30.06.2014	VER- ÄNDERUNG
Umsatzerlöse						
DACH	411,0	310,3	100,7	758,1	594,2	163,9
Übriges Europa	285,3	206,1	79,3	550,3	399,3	151,0
Sonstige	36,6	30,0	6,6	68,1	53,6	14,5
Betriebliches Ergebnis (EBIT)						
DACH	11,9	25,5	-13,6	42,1	22,4	19,6
Übriges Europa	9,7	2,2	7,5	3,4	-21,4	24,8
Sonstige	4,1	3,8	0,3	5,3	2,5	2,8
Sonstige Segment- Finanzdaten						
Bereinigtes EBIT DACH	14,4	27,5	-13,1	46,8	27,3	19,5
Bereinigtes EBIT Übriges Europa	11,3	3,4	7,9	6,6	-18,4	25,0
Bereinigtes EBIT Sonstige	4,4	4,2	0,2	5,8	3,5	2,3



WEITER AUF S. 19

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

IN MIO. EUR	01.04.- 30.06.2015	01.04.- 30.06.2014	VER- ÄNDERUNG	01.01.- 30.06.2015	01.01.- 30.06.2014	VER- ÄNDERUNG
Aufwendungen für anteils- basierte Vergütung mit Aus- gleich durch Eigenkapital- instrumente						
DACH	2,5	2,0	0,5	4,7	4,9	-0,1
Übriges Europa	1,6	1,3	0,4	3,2	3,0	0,2
Sonstige	0,3	0,4	-0,1	0,5	1,0	-0,5
Summe	4,4	3,7	0,8	8,4	8,8	-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 32,5 %, im Segment Übriges Europa um 38,5 % und im Segment Sonstige um 21,9 % gewachsen. Das Kernsegment DACH bleibt mit 411,0 Mio. EUR (Vorjahr: 310,3 Mio. EUR) weiterhin das umsatzstärkste Segment, gefolgt von dem Segment Übriges Europa, in dem im zweiten Quartal 2015 ein Umsatz in Höhe von 285,3 Mio. EUR (Vorjahreszeitraum: 206,1 Mio. EUR) erzielt werden konnte.

Das DACH-Segment ist mit einer positiven EBIT-Marge von 2,9 % auch im zweiten Quartal 2015 klar profitabel. Allerdings sank die EBIT-Marge um 5,3 Prozentpunkte im Vergleich zum Vorjahreszeitraum, da insbesondere das DACH-Segment von Wertminderungen auf Forderungen aus Lieferungen und Leistungen betroffen war. Im Segment Übriges Europa konnte Zalando die EBIT-Marge um 2,3 Prozentpunkte von 1,1 % auf 3,4 % verbessern. Die Verbesserung der EBIT-Marge ist vor allem auf eine höhere Bruttogewinnmarge zurückzuführen. Das Segment Sonstige verzeichnete im zweiten Quartal 2015 einen leichten Rückgang um 1,5 Prozentpunkte auf eine EBIT-Marge von 11,2 %.

In der ersten Jahreshälfte 2015 stieg der Konzernumsatz im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 31,5 % von 1.047,1 Mio. EUR auf 1.376,6 Mio. EUR. Zalando setzt damit seine positive Entwicklung in allen Segmenten fort. Der Anstieg basiert vor allem auf Umsatzsteigerungen in den Segmenten DACH und Übriges Europa. Im Segment Übriges Europa stiegen die Umsatzerlöse von 399,3 Mio. EUR auf 550,3 Mio. EUR. Im umsatzstärksten Segment DACH konnte Zalando ebenfalls ein starkes Umsatzwachstum von 758,1 Mio. EUR in der ersten Jahreshälfte 2015 gegenüber dem Vorjahreszeitraum verzeichnen und die Marktposition ausbauen. Die Umsatzentwicklung wurde darüber hinaus auch durch das Segment Sonstige positiv beeinflusst, in dem die Geschäftstätigkeit der Zalando-Lounge und die Offline-Aktivitäten des Konzerns zusammengefasst sind. Bekleidung blieb auch im ersten Halbjahr 2015 die umsatzstärkste Produktkategorie.

Die EBIT-Marge im Segment DACH hat sich von 3,8 % im ersten Halbjahr 2014 auf 5,6 % im ersten Halbjahr 2015 verbessert. Dies ist insbesondere auf ein verbessertes Bruttoergebnis vom Umsatz im ersten Halbjahr 2015 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum zurückzuführen.

Die EBIT-Marge im Segment Übriges Europa hat sich um 0,6 Prozentpunkte auf 6,2 % zum 30. Juni 2015 verbessert. Die EBIT-Marge im Segment Sonstige stieg von 4,7 % im ersten Halbjahr 2014 auf 7,8 % im ersten Halbjahr 2015.

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 zweiten Quartal 2015 eine bereinigte EBIT-Marge von 3,5 % erwirtschaftet. Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ist die bereinigte EBIT-Marge um 5,4 Prozentpunkte zurückgegangen. Das Segment Übriges Europa erzielte eine Verbesserung der bereinigten EBIT-Marge um 2,4 Prozentpunkte von 1,6 % auf 4,0 %. Auch das Segment Sonstige zeigt im zweiten Quartal 2015 einen Rückgang der bereinigten EBIT-Marge um 2,0 Prozentpunkte auf 12,0 %.



WEITER AUF S. 21



MEHR INFORMATIONEN
KONZERN-KAPITAL-
FLUSSRECHNUNG S.32

03.2.4 FINANZLAGE

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

VERKÜRZTE KAPITALFLUSSRECHNUNG

IN MIO. EUR	01.04.- 30.06.2015	01.04.- 30.06.2014	01.01.- 30.06.2015	01.01.- 30.06.2014
Mittelzufluss aus laufender Geschäftstätigkeit	35,0	23,6	23,3	2,1
Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit	-25,4	-13,4	-108,0	-32,2
Mittelzufluss aus der Finanzierungstätigkeit	3,2	-0,8	3,9	0,3
Zahlungswirksame Veränderungen des Finanzmittelfonds	12,8	9,4	-80,8	-29,9
Wechselkursbedingte und sonstige Veränderung des Finanzmittelbestands	-0,2	0,0	3,4	0,0
Finanzmittelfonds am Anfang der Periode	960,9	377,9	1.051,0	417,2
Finanzmittelfonds am 30.06.	973,5	387,3	973,5	387,3

Zalando hat einen positiven Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit von 35,0 Mio. EUR (Vorjahreszeitraum: 23,6 Mio. EUR) erwirtschaftet. Die positive Entwicklung resultiert insbesondere aus längeren Zahlungszielen gegenüber Lieferanten.

Der Cashflow aus der Investitionstätigkeit enthält Auszahlungen für Investitionen in langfristige Vermögenswerte sowie Veränderungen der Zahlungsmittel, die einer Verfügungsbeschränkung unterliegen. Dabei wirkte sich die Freigabe von Zahlungsmitteln, die zuvor einer Verfügungsbeschränkung unterlagen, positiv auf den Cashflow aus der Investitionstätigkeit aus.

Der frei verfügbare Cashflow ist im zweiten Quartal 2015 um 0,7 Mio. EUR von 12,6 Mio. EUR im zweiten Quartal 2014 auf 11,9 Mio. EUR zurückgegangen.

Insgesamt ist der Finanzmittelbestand seit Jahresbeginn um 77,4 Mio. EUR gesunken, sodass Zalando zum 30. Juni 2015 über liquide Mittel in Höhe von 973,5 Mio. EUR verfügt. Hauptgrund für diese Entwicklung war die Anlage finanzieller Mittel in Termingeldern, die den Mittelzufluss aus laufender Geschäftstätigkeit mehr als kompensiert hat.

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

03.2.5 VERMÖGENSLAGE

Die Vermögenslage des Konzerns wird in folgender verkürzter Bilanz dargestellt.

AKTIVA

IN MIO. EUR	30.06.2015		31.12.2014		VERÄNDERUNG	
Langfristige Vermögenswerte	175,6	9,0 %	194,0	10,9 %	-18,4	-9,5 %
Kurzfristige Vermögenswerte	1.767,1	91,0 %	1.591,6	89,1 %	175,6	11,0 %
Gesamtvermögen	1.942,7	100,0 %	1.785,5	100,0 %	157,1	8,8 %

PASSIVA

IN MIO. EUR	30.06.2015		31.12.2014		VERÄNDERUNG	
Eigenkapital	1.182,0	60,8 %	1.126,7	63,1 %	55,3	4,9 %
Langfristige Verbindlichkeiten	33,0	1,7 %	30,9	1,7 %	2,1	6,7 %
Kurzfristige Verbindlichkeiten	727,6	37,5 %	627,9	35,2 %	99,7	15,9 %
Gesamtkapital	1.942,7	100,0 %	1.785,5	100,0 %	157,1	8,8 %

Die Bilanzsumme von Zalando hat sich im ersten Halbjahr 2015 um 8,8 % im Vergleich zum 31. Dezember 2014 erhöht. Das Vermögen der Gesellschaft setzt sich vornehmlich aus kurzfristigen 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 zweiten Quartals 2015 im Wesentlichen Waren. Der Anstieg der Vorräte um 84,1 Mio. EUR auf 432,5 Mio. EUR resultiert überwiegend aus der Anlieferung der Herbst-/Winter-Kollektion.

Die zum 30. Juni 2015 ausgewiesenen Forderungen aus Lieferungen und Leistungen des Konzerns waren sämtlich kurzfristig. Der Anstieg um 27,2 Mio. EUR auf 167,3 Mio. EUR ist im Wesentlichen auf höhere Absatzmengen zurückzuführen.



MEHR INFORMATIONEN
KONZERNBILANZ S. 28



WEITER AUF S. 22



WEITER AUF S. 23

Die kurzfristigen Verbindlichkeiten haben sich im Berichtszeitraum um 99,7 Mio. EUR erhöht. Der Anstieg ist insbesondere auf die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und ähnliche Schulden zurückzuführen, die im Berichtszeitraum um 77,1 Mio. EUR von 492,1 Mio. EUR auf 569,1 Mio. EUR gestiegen sind. Die Zunahme ist im Wesentlichen der Warenanlieferung sowie längeren Zahlungszielen gegenüber Lieferanten geschuldet. Im Rahmen von Reverse Factoring-Verträgen hatten zum 30. Juni 2015 bestimmte Lieferanten ihre Forderungen gegen Zalando von insgesamt 128,2 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 ähnlichen Schulden.

Das Nettoumlaufvermögen, das sich aus den Vorräten, den Forderungen aus Lieferungen und Leistungen abzüglich der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und ähnlichen Schulden zusammensetzt, beträgt zum 30. Juni 2015 30,7 Mio. EUR (31. Dezember 2014: -3,7 Mio. EUR). Die Verschlechterung der Kapitalbindung basiert im Wesentlichen auf einer Zunahme der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen.

Das Eigenkapital erhöhte sich in der ersten Jahreshälfte 2015 von 1.126,7 Mio. EUR auf 1.182,0 Mio. EUR. Die Zunahme in Höhe von 55,3 Mio. EUR resultiert hauptsächlich aus dem positiven Periodenergebnis. Die Eigenkapitalquote reduzierte sich im Berichtszeitraum von 63,1 % zum Jahresanfang auf 60,8 % zum 30. Juni 2015.

GESAMTAUSSAGE

Insgesamt ist die Entwicklung in den ersten zwei Quartalen 2015 sehr positiv verlaufen, da sowohl ein anhaltend starkes Wachstum als auch eine deutliche Verbesserung der Bruttogewinnmarge verzeichnet werden konnte. Das Umsatzwachstum war überaus stark und spiegelt die erfolgreichen Maßnahmen zur Wachstumsförderung wider. Die deutlich positive EBIT-Marge resultiert aus der starken operativen Leistung. Sie wurde jedoch durch den Anstieg der Paymentkosten negativ beeinflusst. Insgesamt kann Zalando auf ein erfolgreiches erstes Halbjahr 2015 zurückblicken.

03.2.6 MITARBEITER

Die Zahl der Mitarbeiter erhöhte sich gegenüber dem Stand vom 31. Dezember 2014 von 7.588 um 1.491 auf 9.079 Mitarbeiter. Das **signifikante Wachstum** ist vor allem auf den Personalaufbau in den Logistikzentren und im Bereich Technology zurückzuführen.



WEITER AUF S. 24

03.3 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.

03.4 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.

03.5 PROGNOSEBERICHT

03.5.1 KÜNFTIGE GESAMTWIRTSCHAFTLICHE UND BRANCHENBEZOGENE SITUATION

Gemäß dem Deutschen Institut für Wirtschaftsforschung zeigt die deutsche Wirtschaft leichtes Wachstum während des zweiten Quartals in 2015, in vielen anderen europäischen Ländern wurde sogar ein deutlicher Anstieg gemessen. Viele Faktoren können einen negativen Einfluss auf den Markt haben, zu erwähnen sind hier die Euro-Krise in Griechenland, die EU-Skepsis in Großbritannien und die fortwährenden politischen Spannungen in der Ukraine.⁶

Trotz der wirtschaftlichen Unsicherheiten in der EU ist der Einzelhandel laut dem IFO Institut nur unbedeutend betroffen. Die Unternehmen beurteilen die derzeitige Lage als optimistisch in Hinblick auf die zukünftige Entwicklung ihres Geschäfts.⁷

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 3 % gegenüber dem Vorjahr erreichen, während dem Onlinehandel eine Steigerung um etwa 16 % zugetraut wird. In Deutschland zeichnet sich ein ähnliches Bild ab. Die Prognose für den Einzelhandel insgesamt in 2015 liegt bei einem Plus von 4 %, im gleichen Zeitraum soll der Internethandel hingegen 19 % hinzugewinnen.⁸ Auch der Handelsverband Deutschland **prognostiziert für den Onlinehandel 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.⁹

Dem Modehandel insgesamt in Europa und Deutschland wird für das aktuelle Jahr 2015 eine leichte Erholung vorhergesagt. Auf europäischer Ebene wird ein Wachstum der Umsätze von 1 % prognostiziert, während die Modeverkäufe in Deutschland sogar mit einem Anstieg von 2 % erwartet werden.¹⁰ 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.

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



WWW.CESIFO-GROUP.DE



WEITER AUF S. 25

6) Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung, Konjunkturbarometer Juni 2015

7) CES ifo Institute Munich

8) Euromonitor International, Einzelhandel inkl. Lebensmitteleinzelhandel

9) Handelsverband Deutschland (HDE)

10) Euromonitor International, Europa exkl. Russland

03.5.2 ANGEPASSTE PROGNOSE

Aufgrund einer starken Frühjahr-/Sommersaison entwickelten sich die Umsatzerlöse im zweiten Quartal 2015 weiterhin über den Erwartungen. Auf Basis der Entwicklung des ersten Halbjahrs geht Zalando jetzt davon aus, den für das Geschäftsjahr 2015 erwarteten Korridor für das Umsatzwachstum von 20–25 % zu übertreffen. Das Management passt deshalb seine Prognose für das Umsatzwachstum 2015 auf 28–31 % an.

Die Prognose für die EBIT-Marge 2015 bleibt unverändert bei rund 3,9 % (entspricht einer bereinigten EBIT-Marge von rund 4,5 %).



ENDE DER SCHNELLESE-
INFORMATION

03.5.3 GESAMTAUSSAGE DES VORSTANDS DER ZALANDO SE

Zusammengefasst zeigt die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage, dass sich der Konzern zum Zeitpunkt der Erstellung des Berichts für das erste Halbjahr 2015 weiterhin in einer soliden wirtschaftlichen Lage befand.

Berlin, den 10. August 2015

Der Vorstand

David Schneider

Robert Gentz

Rubin Ritter



04

HJ 2015 KONZERN-ZWISCHENABSCHLUSS

SONSTIGE FAKTEN

9.079

MITARBEITER

100+

STYLISTEN ARBEITEN FÜR ZALON

04.1 KONZERN-GESAMT- ERGEBNISRECHNUNG



MEHR INFORMATIONEN
ERTRAGSLAGE KONZERN S. 14

IN MIO. EUR	ANHANG	01.04.– 30.06. 2015	01.04.– 30.06. 2014	01.01.– 30.06. 2015	01.01.– 30.06. 2014
Umsatzerlöse	(1.)	733,0	546,4	1.376,6	1.047,1
Umsatzkosten	(2.)	-378,5	-293,6	-732,0	-604,8
Bruttoergebnis vom Umsatz		354,5	252,8	644,6	442,2
Vertriebskosten		-297,4	-199,4	-534,2	-391,4
Verwaltungskosten		-31,7	-24,6	-60,8	-53,5
Sonstige betriebliche Erträge		2,2	3,6	5,2	7,8
Sonstige betriebliche Aufwendungen		-2,0	-0,9	-4,0	-1,6
Betriebliches Ergebnis (EBIT)		25,7	31,5	50,8	3,6
Zinsertrag		0,3	0,0	0,4	0,1
Zinsaufwand		-1,0	-0,9	-2,3	-1,7
Ergebnis aus nach der Equity-Methode bilanzierten Finanzanlagen	(5.)	-0,4	0,0	-0,4	0,0
Übriges Finanzergebnis		0,2	0,1	6,8	0,1
Finanzergebnis		-0,9	-0,8	4,5	-1,6
Ergebnis vor Steuern (EBT)		24,8	30,7	55,3	2,0
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	(3.)	-1,8	-1,6	-8,1	-1,8
Periodenergebnis		23,0	29,0	47,3	0,2
davon den Gesellschaftern der ZALANDO SE zuzurechnendes Ergebnis		23,0	29,0	47,3	0,2
Periodenergebnis in Prozent vom Umsatz		3,1 %	5,3 %	3,4 %	0,0 %
Unverwässertes Ergebnis je Aktie (in EUR)	(4.)	0,09	0,13	0,19	0,00
Verwässertes Ergebnis je Aktie (in EUR)	(4.)	0,09	0,13	0,19	0,00

IN MIO. EUR	01.04.– 30.06. 2015	01.04.– 30.06. 2014	01.01.– 30.06. 2015	01.01.– 30.06. 2014
Periodenergebnis	23,0	29,0	47,3	0,2
Posten, die in Folgeperioden in das Periodenergebnis umgliedert werden				
Effektiver Teil der Gewinne/Verluste aus Cashflow-Hedges nach Steuern	2,8	0,0	-3,5	0,3
Währungsumrechnungsdifferenzen ausländischer Jahresabschlüsse	0,0	0,1	0,0	0,2
Sonstiges Ergebnis	2,7	0,1	-3,5	0,5
Gesamtergebnis	25,7	29,1	43,8	0,7
davon den Gesellschaftern der ZALANDO SE zuzurechnendes Ergebnis	25,7	29,1	43,8	0,7



MEHR INFORMATIONEN
VERMÖGENSLAGE S. 21

04.2 KONZERNBILANZ

AKTIVA

IN MIO. EUR	ANHANG	30.06.2015	31.12.2014
Langfristige Vermögenswerte			
Immaterielle Vermögenswerte		34,4	29,0
Sachanlagen		110,1	111,0
Nach der Equity-Methode bilanzierte Finanzanlagen	(5.)	8,7	0,0
Finanzielle Vermögenswerte	(6.)	17,6	49,4
Latente Steueransprüche		0,8	0,9
Nicht finanzielle Vermögenswerte		4,0	3,7
		175,6	194,0
Kurzfristige Vermögenswerte			
Vorräte		432,5	348,4
Geleistete Anzahlungen		0,9	0,9
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	(7.)	167,3	140,1
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	(6.)	130,0	13,6
Sonstige nicht finanzielle Vermögenswerte		62,8	37,7
Liquide Mittel		973,5	1.051,0
		1.767,1	1.591,6
Bilanzsumme		1.942,7	1.785,5

PASSIVA

IN MIO. EUR	ANHANG	30.06.2015	31.12.2014
Eigenkapital			
Gezeichnetes Kapital		246,6	244,8
Kapitalrücklage		1.130,1	1.120,4
Gewinnrücklage		-2,6	1,0
Bilanzverlust		-192,2	-239,5
	(8.)	1.182,0	1.126,7
Langfristige Schulden			
Rückstellungen		6,0	5,8
Zuwendungen der öffentlichen Hand		2,1	3,0
Finanzverbindlichkeiten		16,0	17,6
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten		2,4	0,6
Sonstige nicht finanzielle Verbindlichkeiten		3,0	1,3
Latente Steuerschulden		3,4	2,6
		33,0	30,9
Kurzfristige Schulden			
Rückstellungen		0,1	0,5
Finanzverbindlichkeiten		3,2	3,2
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und ähnliche Schulden	(9.)	569,1	492,1
Erhaltene Anzahlungen		14,4	6,7
Verbindlichkeiten aus Ertragsteuern		12,7	6,1
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten		62,6	61,9
Sonstige nicht finanzielle Verbindlichkeiten		65,5	57,3
		727,6	627,9
Bilanzsumme		1.942,7	1.785,5

04.3 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	(8.)	1,9	3,6
Ablösung von Ansprüchen anteilsbasierter Vergütungen		0,0	-2,3
Anteilsbasierte Vergütungen		0,0	8,4
Stand 30.06.2015		246,6	1.130,1

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
Kapitalerhöhung		0,1	0,0
Transaktionskosten abzgl. Steuern		0,0	-0,1
Anteilsbasierte Vergütungen		0,0	8,8
Stand 30.06.2014		0,2	842,0

GEWINNRÜCKLAGEN

CASHFLOW-HEDGES	WÄHRUNGSUMRECHNUNG	BILANZVERLUST	SUMME
1,0	0,0	-239,5	1.126,7
0,0	0,0	47,3	47,3
-3,5	0,0	0,0	-3,5
-3,5	0,0	47,3	43,8
0,0	0,0	0,0	5,5
0,0	0,0	0,0	-2,3
0,0	0,0	0,0	8,4
-2,5	0,0	-192,2	1.182,0

GEWINNRÜCKLAGEN

CASHFLOW-HEDGES	WÄHRUNGSUMRECHNUNG	BILANZVERLUST	SUMME
-0,1	-0,1	-286,6	546,5
0,0	0,0	0,2	0,2
0,3	0,2	0,0	0,5
0,3	0,2	0,2	0,7
0,0	0,0	0,0	0,1
0,0	0,0	0,0	-0,1
0,0	0,0	0,0	8,8
0,2	0,1	-286,4	556,0



MEHR INFORMATIONEN
FINANZLAGE S. 20

04.4 KONZERN- KAPITALFLUSSRECHNUNG

IN MIO. EUR		AN- HANG	01.04.–	01.04.–	01.01.–	01.01.–
			30.06. 2015	30.06. 2014	30.06. 2015	30.06. 2014
1.	Periodenergebnis		23,0	29,0	47,3	0,2
2.	+ Zahlungen unwirksamer Aufwand aus anteilsbasierten Vergütungen		4,4	3,7	8,4	8,8
3.	- Zahlungen zur Ablösung von Ansprüchen aus anteilsbasierten Vergütungen		-0,3	0,0	-2,3	0,0
4.	+ Abschreibungen auf Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte		8,0	6,9	15,5	12,3
5.	+/- Zunahme/Abnahme der Rückstellungen		0,1	0,1	-0,3	0,1
6.	-/+ Sonstige zahlungsunwirksame Erträge/Aufwendungen		-1,6	-0,6	-2,5	-1,3
7.	+/- Abnahme/Zunahme der Vorräte		42,1	112,6	-84,1	53,1
8.	+/- Abnahme/Zunahme der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	(7.)	2,5	-15,5	-26,6	-28,5
9.	+/- Zunahme/Abnahme der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und ähnlichen Schulden	(9.)	-39,3	-125,8	78,2	26,1
10.	+/- Zunahme/Abnahme der sonstigen Aktiva/Passiva		-3,9	13,2	-10,2	-68,8
11.	= Mittelzufluss aus laufender Geschäftstätigkeit		35,0	23,6	23,3	2,1
12.	- Auszahlungen für Investitionen in das Sachanlagevermögen		-6,1	-6,0	-7,5	-22,7
13.	- Auszahlungen für Investitionen in immaterielle Vermögenswerte		-4,8	-5,0	-11,8	-8,9
14.	- Auszahlungen für den Erwerb von Anteilen an assoziierten Unternehmen sowie den Erwerb von Unternehmen und Anzahlungen für entsprechende Erwerbe	(5.)	-12,2	0,0	-12,2	0,0
15.	- Auszahlungen für Investitionen in Termingelder		-20,0	0,0	-110,0	0,0
16.	+/- Änderung von Zahlungsmitteln, die einer Verfügungsbeschränkung unterliegen		17,8	-2,4	33,5	-0,6
17.	= Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit		-25,4	-13,4	-108,0	-32,2
18.	+ Einzahlungen aus Kapitalerhöhungen der Gesellschafter abzgl. Transaktionskosten	(8.)	4,0	0,0	5,5	0,0
19.	+ Einzahlungen aus der Aufnahme von Krediten		0,0	0,0	0,0	1,9
20.	- Auszahlungen für die Tilgung von Krediten		-0,8	-0,8	-1,6	-1,6
21.	= Mittelzufluss/-abfluss aus der Finanzierungstätigkeit		3,2	-0,8	3,9	0,3
22.	= Zahlungswirksame Veränderungen des Finanzmittelbestands		12,8	9,4	-80,8	-29,9
23.	+ Zunahme der Finanzmittel durch Wechselkursveränderungen		-0,2	0,0	3,4	0,0
24.	+ Verfügbarer Finanzmittelbestand zu Beginn der Periode		960,9	377,9	1.051,0	417,2
25.	= Verfügbarer Finanzmittelbestand am 30.06.		973,5	387,3	973,5	387,3

Die im Mittelzufluss 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	01.04.–	01.04.–	01.01.–	01.01.–
	30.06.	30.06.	30.06.	30.06.
	2015	2014	2015	2014
Gezahlte Zinsen	-1,4	-0,6	-2,8	-1,1
Erhaltene Zinsen	0,2	0,0	0,3	0,1
Gezahlte Ertragsteuern	0,0	0,0	0,0	-0,1
Summe	-1,2	-0,6	-2,5	-1,2

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

FREI VERFÜGBARER CASHFLOW

IN MIO. EUR	01.04.–	01.04.–	01.01.–	01.01.–
	30.06.	30.06.	30.06.	30.06.
	2015	2014	2015	2014
Mittelzufluss aus laufender Geschäftstätigkeit	35,0	23,6	23,3	2,1
Auszahlungen für Investitionen in das Sachanlagevermögen	-6,1	-6,0	-7,5	-22,7
Auszahlungen für Investitionen in immaterielle Vermögenswerte	-4,8	-5,0	-11,8	-8,9
Auszahlungen für den Erwerb von Anteilen an assoziierten Unternehmen sowie den Erwerb von Unternehmen und Anzahlungen für entsprechende Erwerbe	-12,2	0,0	-12,2	0,0
Frei verfügbarer Cashflow	11,9	12,6	-8,2	-29,6

04.5 VERKÜRZTER KONZERNANHANG

04.5.1 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 Konzernzwischenabschluss der ZALANDO SE zum 30. Juni 2015 stimmt mit den International Financial Reporting Standards (IFRS), wie sie in der EU anzuwenden sind, überein. Dieser verkürzte Konzernzwischenabschluss 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 Konzernzwischenabschluss 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.

GRUNDSÄTZE DER BILANZIERUNG UND BEWERTUNG

Die im Konzernabschluss zum 31. Dezember 2014 angewandten Rechnungslegungsgrundsätze sowie Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden werden 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 verkürzten Konzernzwischenabschluss.

Im zweiten Quartal 2015 erwarb Zalando zum ersten Mal Anteile an einem assoziierten Unternehmen und wendet nun erstmalig die Vorschriften und Methoden zur Bewertung von Anteilen an assoziierten Unternehmen nach der Equity-Methode an.

Ein assoziiertes Unternehmen ist ein Unternehmen, bei welchem der Konzern einen maßgeblichen Einfluss verfügt. Der maßgebliche Einfluss ist die Möglichkeit, an den finanz- und geschäftspolitischen Entscheidungen des Beteiligungsunternehmens mitzuwirken, nicht aber die Beherrschung oder die gemeinschaftliche Führung der Entscheidungsprozesse. Die Anteile an assoziierten Unternehmen, die nach der Equity-Methode bewertet werden, werden zum Zeitpunkt der Erlangung des maßgeblichen Einflusses zu Anschaffungskosten in der Konzernbilanz angesetzt. In den Folgeperioden wird der Buchwert um die anteiligen Eigenkapitalveränderungen des Beteiligungsunternehmens fortgeschrieben. Ein bei dem Erwerb der Anteile entstandener Goodwill unter Berücksichtigung von kumulierten Wertminderungen ist in den ausgewiesenen Buchwerten enthalten. Erhaltene Dividenden aus diesen Beteiligungen mindern deren Buchwert. Das dem Konzern zuzurechnende, anteilige Jahresergebnis aus diesen Unternehmen wird als „Ergebnis aus nach der Equity-Methode bilanzierten Finanzanlagen“ im Finanzergebnis der Konzern-Gesamtergebnisrechnung erfasst.

Der verkürzte Konzernzwischenabschluss wird in Euro aufgestellt. Aufgrund von Rundungen ist es möglich, dass eine Addition von einzelnen Zahlen zur angegebenen Summe nicht genau möglich ist und dass dargestellte Prozentangaben nicht genau die Zahlen widerspiegeln, auf die sie sich beziehen.

04.5.2 AUSGEWÄHLTE ERLÄUTERUNGEN ZUR KONZERN-GESAMTERGEBNISRECHNUNG

(1.) UMSATZERLÖSE

IN MIO. EUR	01.04.–	01.04.–	01.01.–	01.01.–
	30.06.	30.06.	30.06.	30.06.
	2015	2014	2015	2014
Erträge aus dem Verkauf von Handelswaren	725,8	541,8	1.364,8	1.037,5
Erträge aus übrigen Dienstleistungen	7,1	4,6	11,7	9,6
Summe	733,0	546,4	1.376,6	1.047,1

Zalando konnte die Umsatzerlöse in allen Konzernsegmenten deutlich steigern. Die Umsatzerlöse im zweiten Quartal sind im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 34,1 % gestiegen. Bezogen auf das Halbjahr betrug der Umsatzanstieg im Vergleich zum Vorjahreszeitraum 31,5 %. Die Umsatzsteigerung ist im Wesentlichen auf den deutlich größeren Kundenstamm, eine höhere Anzahl an Bestellungen und einen größeren durchschnittlichen Warenkorb pro Bestellung zurückzuführen.

(2.) UMSATZKOSTEN

IN MIO. EUR	01.04.–	01.04.–	01.01.–	01.01.–
	30.06.	30.06.	30.06.	30.06.
	2015	2014	2015	2014
Sachkosten	365,8	283,8	706,5	584,8
Personalkosten	12,7	9,8	25,5	20,0
Summe	378,5	293,6	732,0	604,8

Die Umsatzkosten umfassen im Wesentlichen Materialaufwand, Personalaufwand, Abschreibungen auf Vorräte, Fremdleistungen sowie Kosten der Infrastruktur. Die Umsatzkosten sind im zweiten Quartal – aufgrund des Umsatzwachstums – um 28,9 % gegenüber dem Vorjahreszeitraum gestiegen.

Der Materialaufwand im Konzern beträgt im zweiten Quartal 2015 insgesamt 344,3 Mio. EUR (Vorjahreszeitraum: 262,1 Mio. EUR). Bezogen auf das erste Halbjahr 2015 beträgt der Materialaufwand 665,9 Mio. EUR im Vergleich zu 535,2 Mio. EUR im Vorjahreszeitraum.

Zalando erzielte im zweiten Quartal 2015 ein Bruttoergebnis vom Umsatz in Höhe von 354,5 Mio. EUR (Vorjahreszeitraum: 252,8 Mio. EUR). Die Bruttogewinnmarge hat sich damit um 2,1 % von 46,3 % im zweiten Quartal 2014 auf 48,4 % verbessert. Ursächlich dafür waren ein erfolgreicher Abverkauf der Frühjahr-/Sommermode und damit geringere Preisnachlässe zum Ende der Saison sowie geringere Wertberichtigungen auf Vorräte.

(3.) STEUERN VOM EINKOMMEN UND ERTRAG

IN MIO. EUR	01.04.– 30.06. 2015	01.04.– 30.06. 2014	01.01.– 30.06. 2015	01.01.– 30.06. 2014
Laufende Steuern	3,6	1,6	6,6	1,7
Latente Steuern	-1,8	0,1	1,5	0,1
Summe	1,8	1,6	8,1	1,8

(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

	01.04.– 30.06. 2015	01.04.– 30.06. 2014	01.01.– 30.06. 2015	01.01.– 30.06. 2014
Periodenergebnis (in Mio. EUR)	23,0	29,0	47,3	0,2
Unverwässerte gewichtete durchschnittliche Aktienanzahl (in Mio. Stück)	246	220	246	220
Gesamt	0,09	0,13	0,19	0,00

Das unverwässerte Ergebnis je Aktie hat sich entsprechend der Änderung des Periodenergebnisses von 0,13 EUR auf 0,09 EUR reduziert.

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

ERGEBNIS JE AKTIE (EPS) VERWÄSSERT

	01.04.– 30.06. 2015	01.04.– 30.06. 2014	01.01.– 30.06. 2015	01.01.– 30.06. 2014
Periodenergebnis (in Mio. EUR)	23,0	29,0	47,3	0,2
Verwässerte gewichtete durchschnittliche Aktienanzahl (in Mio. Stück)	253	224	253	224
Gesamt	0,09	0,13	0,19	0,00

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.

04.5.3 AUSGEWÄHLTE ERLÄUTERUNGEN ZUR KONZERNBILANZ

(5.) NACH DER EQUITY-METHODE BILANZIERTE FINANZANLAGEN

Zalando hat zum 20. Mai 2015 eine Beteiligung von 20,0 % an der Anatwine Ltd., Cheltenham, England erworben. Durch den Erwerb dieser Beteiligung verfügt Zalando über einen maßgeblichen Einfluss. Das Unternehmen bietet Integrationslösungen an, die es Modemarken ermöglichen, ihre Ware über Online-Marktplätze zu verkaufen.

Der Beteiligungsbuchwert der nach der Equity-Methode bilanzierten Finanzanlagen hat sich nach erfolgter Ergebnisfortschreibung um 0,4 Mio. EUR verringert.

(6.) SONSTIGE LANG- UND KURZFRISTIGE FINANZIELLE VERMÖGENSWERTE

Die langfristigen finanziellen Vermögenswerte beinhalten im Wesentlichen Zahlungsmittel in Höhe von 12,4 Mio. EUR (Vorjahr: 48,3 Mio. EUR), die einer Verfügungsbeschränkung unterliegen.

Die kurzfristigen finanziellen Vermögenswerte beinhalten im Wesentlichen Finanzanlagen mit einer Restlaufzeit von bis zu zwölf Monaten in Höhe von 110,0 Mio. EUR (Vorjahr: 0,0 Mio. EUR). Diese Vermögenswerte sind der Kategorie i. S. d. IAS 39 „Kredite und Forderungen“ zugeordnet. Aufgrund der Restlaufzeit von weniger als zwölf Monaten entspricht der beizulegende Zeitwert dieser Finanzanlagen dem Buchwert.

(7.) FORDERUNGEN AUS LIEFERUNGEN UND LEISTUNGEN

Zalando arbeitet beständig daran, kundenfreundlichere Zahlungsmethoden anzubieten. Der gestiegene Anteil von Bestellungen auf Rechnung im Vergleich zum Vorjahreszeitraum kombiniert mit einem höheren Niveau von betrügerischem Handeln im Markt haben zu höheren Wertminderungen auf Forderungen aus Lieferungen und Leistungen geführt.

In diesem Zusammenhang hat Zalando auch die Annahmen für die Bewertung der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen aus früheren Perioden überprüft. Auf der Grundlage neuer Informationen ergab sich für diese Bestände ein zusätzlicher Wertminderungsbedarf in Höhe von 18,5 Mio. EUR. Die Wertberichtigung wurde im zweiten Quartal 2015 gemäß IAS 8 als Schätzungsänderung ergebniswirksam erfasst. Diese Schätzungsänderungen beziehen sich hauptsächlich auf Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, die im ersten Quartal 2015 entstanden sind.

(8.) EIGENKAPITAL

Das Gezeichnete Kapital der Muttergesellschaft wurde im Laufe des ersten Halbjahres aus dem Genehmigten Kapital um insgesamt 1,9 Mio. EUR auf 246,6 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

	BETRAG IN MIO. EUR	ANZAHL DER STÜCK- AKTIEN	ZWECK
Genehmigtes Kapital 2013	3,5	3.502.510	Bedienung von Bezugsrechten aus den COPs und dem SOP 2011 bis 28. Oktober 2018*
Genehmigtes Kapital 2015	94,7	94.694.847	Kapitalerhöhung gegen Bar- oder Sacheinlagen bis 1. Juni 2020
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*
Bedingtes Kapital 2015	73,9	73.889.248	Ausgabe von Wandel- und/oder Optionsschuldverschreibungen bis zum 1. Juni 2020

*j) 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 Aufsichtsrates erforderlich. Der Erhöhung des Gezeichneten Kapitals durch die teilweise Ausnutzung des Genehmigten Kapitals 2013 wurde am 26. Februar, 10. März, 24. März, 8. Mai und 2. Juni 2015 vom Aufsichtsrat zugestimmt. Die Kapitalerhöhungen wurden am 9. März, 13. März, 16. April, 28. Mai und 18. Juni 2015 im Handelsregister eingetragen.

Auf der Hauptversammlung der ZALANDO SE am 2. Juni 2015 wurde der Vorstand ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrates bis zum 1. Juni 2020 das Grundkapital der Gesellschaft um bis zu 94,7 Mio. EUR zu erhöhen (Genehmigtes Kapital 2015). Das Genehmigte Kapital 2014 wurde mit Wirksamwerden des Genehmigten Kapitals 2015 aufgehoben.

Weiterhin wurde das Grundkapital bedingt um bis zu 73,9 Mio. EUR durch die Ausgabe von bis zu 73.889.248 auf den Inhaber lautende Stückaktien (Bedingtes Kapital 2015) erhöht. Das Bedingte Kapital 2015 dient der Gewährung von Aktien an die Inhaber beziehungsweise Gläubiger von Wandel- und/oder Optionsschuldverschreibungen oder einer Kombination dieser Instrumente. Die Ermächtigung zur Begebung dieser Instrumente gilt bis zum 1. Juni 2020.

Darüber hinaus wurde der Vorstand durch die Hauptversammlung ermächtigt, bis zum 1. Juni 2020 eigene Aktien der Gesellschaft im Umfang von bis zu 10 % des zum Zeitpunkt der Beschlussfassung oder – falls dieser Wert geringer ist – des zum Zeitpunkt der Ausübung der Ermächtigung bestehenden Grundkapitals zu erwerben.

Die Entwicklung des Eigenkapitals ist in der Eigenkapitalveränderungsrechnung dargestellt.



MEHR INFORMATIONEN
ERFOLGREICHE 1. HAUPT-
VERSAMMLUNG S. 11

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

Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und ähnlichen Schulden haben sich um 77,0 Mio. EUR auf 569,1 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 128,2 Mio. EUR (Vorjahr: 90,5 Mio. EUR).

(10.) ANGABEN ZUR KAPITALFLUSSRECHNUNG

Insgesamt ist der verfügbare Finanzmittelbestand seit Jahresbeginn um 77,4 Mio. EUR gesunken, sodass Zalando zum 30. Juni 2015 über einen Finanzmittelbestand in Höhe von 973,5 Mio. EUR verfügt. Hauptgrund für diese Entwicklung war die Anlage finanzieller Mittel in Termingeldern, die den Mittelzufluss aus laufender Geschäftstätigkeit mehr als kompensiert hat.

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 Bankeinlagen mit ursprünglichen Laufzeiten bis drei Monaten und Geldmarktfondsanteilen zusammen.

04.5.4 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 37,3 Mio. EUR (zum 31. Dezember 2014: 32,0 Mio. EUR) aus. Davon bestehen 37,2 Mio. EUR (zum 31. Dezember 2014: 30,2 Mio. EUR) gegenüber einem Reverse Factoring-Anbieter, mit dem zwischen Zalando und einem nahestehenden Unternehmen ein Reverse Factoring-Vertrag besteht. Somit verbleiben gegenüber nahestehenden Personen und Unternehmen Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen in Höhe von 0,1 Mio. EUR (zum 31.12.2014: 1,8 Mio. EUR). Im Berichtszeitraum wurden Waren von nahestehenden Unternehmen in einem Umfang von 44,8 Mio. EUR geordert. Im Vergleichszeitraum wurden von nahestehenden Unternehmen i. S. d. IAS 24 Waren im Wert von 34,2 Mio. EUR geordert. Die im Quartalszeitraum verbuchten Aufwendungen aus erhaltenen Dienstleistungen betragen 0,2 Mio. EUR (Vergleichszeitraum: 0,5 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

IN MIO. EUR	01.04.–30.06.2015		01.04.–30.06.2014	
	UMSATZ	EBIT	UMSATZ	EBIT
DACH	411,0	11,9	310,3	25,5
Übriges Europa	285,3	9,7	206,1	2,2
Sonstiges	36,6	4,1	30,0	3,8
Total	733,0	25,7	546,4	31,5

IN MIO. EUR	01.01.–30.06.2015		01.01.–30.06.2014	
	UMSATZ	EBIT	UMSATZ	EBIT
DACH	758,1	42,1	594,2	22,4
Übriges Europa	550,3	3,4	399,3	-21,4
Sonstiges	68,1	5,3	53,6	2,5
Total	1.376,6	50,8	1.047,1	3,6

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 10. August 2015

Der Vorstand

David Schneider

Robert Gentz

Rubin Ritter

04.6 BESCHEINIGUNG NACH PRÜFERISCHER DURCHSICHT

An die ZALANDO SE

Wir haben den verkürzten Konzernzwischenabschluss – bestehend aus Konzern-Gesamtergebnisrechnung, Konzernbilanz, Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung, Konzern-Kapitalflussrechnung sowie ausgewählten erläuternden Anhangangaben – und den Konzernzwischenlagebericht der ZALANDO SE, Berlin, für den Zeitraum vom 1. Januar 2015 bis 30. Juni 2015, die Bestandteile des Halbjahresfinanzberichts nach § 37w sind, einer prüferischen Durchsicht unterzogen. Die Aufstellung des verkürzten Konzernzwischenabschlusses 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 Konzernzwischenabschluss 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 10. August 2015

Ernst & Young GmbH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Ludwig
Wirtschaftsprüfer

Dr. Röders
Wirtschaftsprüfer

A woman with blonde hair in a braid is looking at a tablet computer. The background is a blurred office setting. The number '05' is prominently displayed in the center of the image.

05

HJ 2015
SERVICE

FINANZKALENDER

12. November 2015

VERÖFFENTLICHUNG DER ERGEBNISSE FÜR DAS 3. QUARTAL 2015

05.1 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 aufgegebener 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 (außer Investitionen in Termingelder und Zahlungsmittel, die einer Verfügungsbeschränkung unterliegen).

Kundenservice

Unter Kundenservice verstehen wir den Service, den wir unseren Kunden über unsere Hotline sowie per E-Mail 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.

05.2 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, LAYOUT UND SATZ

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

BILDNACHWEIS

ZALANDO Bilderpool, Sonja Gutscherra & Leif Osthoff, Tony Haupt, Till Janz, Lukas Korschan, Alexander Rentsch

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 Quartalsberichts Vorrang gegenüber der englischen Übersetzung.



ZALANDO SE
Tamara-Danz-Straße 1
10243 Berlin
Deutschland

