



 zalando

NEUNMONATSBERICHT 2014

1. JANUAR BIS 30. SEPTEMBER 2014



3/4 2014

ZALANDO AUF EINEN BLICK**KENNZAHLEN**

	9M 2014	9M 2013	Q3 2014	Q3 2013
Leistungsindikatoren Konzern				
Site Visits (in Mio.)	976,2	860,0	321,7	291,0
Anteil der Site Visits über mobile Endgeräte (in % der Site Visits)	40,0 %	24,8 %	43,3 %	28,2 %
Aktive Kunden (in Mio.)	14,1	12,3	14,1	12,3
Anzahl Bestellungen (in Mio.)	29,8	25,3	9,7	8,2
Durchschn. Bestellungen pro aktivem Kunde	2,8	2,7	2,8	2,7
Durchschn. Warenkorbgröße (in EUR)	64,7	59,8	64,4	60,7
Ertragslage Konzern (in TEUR)				
Umsatzerlöse	1.548.481	1.212.404	501.391	403.821
EBIT	1.032	-125.671	-2.558	-50.940
EBIT-Marge (in % der Umsatzerlöse)	0,1 %	-10,4 %	-0,5 %	-12,6 %
Vermögens- und Finanzlage Konzern (in TEUR)				
Nettoumlaufvermögen (Net Working Capital)	-19.898	44.853	-19.898	44.853
Eigenkapitalquote (in % der Bilanzsumme)	61,2 %	38,5 %	61,2 %	38,5 %
Operativer Cashflow	99.926	-125.751	97.870	7.131
Investiver Cashflow	-49.741	-78.346	-17.512	-27.048
Liquide Mittel	466.846	183.220	466.846	183.220
Frei verfügbarer Cashflow	50.185	-204.097	80.358	-19.917
Sonstige Kennzahlen				
Mitarbeiter (zum 30.09.)	7.176	6.592	7.176	6.592
Ergebnis je Aktie (in TEUR)	0,00	-0,59	0,00	-0,24

SONSTIGE FAKTEN**> 976** MIO.

BESUCHE DER WEBSITE IN DEN LETZTEN NEUN MONATEN

IN 15

EUROPÄISCHEN MÄRKTEN VERTRETEN

> 1.500

MARKEN

> 2,1 MRD. EUR

UMSATZ IN DEN LETZTEN ZWÖLF MONATEN

OUR MISSION IS TO CREATE THE WORLD'S BEST ONLINE FASHION EXPERIENCE.

INHALT

01 KONZERN-ZWISCHENLAGEBERICHT

→ 01.1 WICHTIGE EREIGNISSE	S.05
→ 01.2 WIRTSCHAFTLICHE RAHMENBEDINGUNGEN	S.06
→ 01.3 ERTRAGSLAGE KONZERN	S.07
→ 01.4 ERTRAGSLAGE SEGMENTE	S.10
→ 01.5 FINANZLAGE KONZERN	S.11
→ 01.6 VERMÖGENSLAGE KONZERN	S.12
→ 01.7 MITARBEITER	S.12
→ 01.8 CHANCEN UND RISIKEN	S.13
→ 01.9 AUSBLICK 2014	S.15

02 KONZERN-ZWISCHENABSCHLUSS

→ 02.1 KONZERN-GESAMTERGEBNISRECHNUNG	S.19
→ 02.2 KONZERNBILANZ	S.20
→ 02.3 KONZERN-EIGENKAPITALVERÄNDERUNGSRECHNUNG	S.22
→ 02.4 KONZERN-KAPITALFLUSSRECHNUNG	S.24
→ 02.5 VERKÜRZTER KONZERNANHANG	S.25
→ 02.6 BESCHEINIGUNG NACH PRÜFERISCHER DURCHSICHT	S.33

03 SERVICE

→ 03.1 GLOSSAR	S.34
→ 03.2 FINANZKALENDER 2015	S.36
→ 03.3 IMPRESSUM	S.37

NAVIGATIONSHILFE



WEITERE INFORMATIONEN
IM BERICHT



WEITERE INFORMATIONEN
IM INTERNET



FÜR DEN SCHNELL-
LESER

01

3/4 2014

KONZERN-ZWISCHENLAGEBERICHT

SONSTIGE FAKTEN

> 150.000

ARTIKEL

43%

DER SEITENAUFRUFE KOMMEN ÜBER MOBILE DEVICES

> 7.000

MITARBEITER

> 14 MIO.

AKTIVE KUNDEN

01.1 WICHTIGE EREIGNISSE

01.1.1 ÄNDERUNGEN IN DER UNTERNEHMENS- UND KONZERNSTRUKTUR

Die Muttergesellschaft des Zalando-Konzerns hat im ersten Halbjahr 2014 ihre Rechtsform von einer deutschen Aktiengesellschaft (AG) in eine europäische Aktiengesellschaft (SE) im Wege der Verschmelzung durch Aufnahme des 100%-igen Tochterunternehmens Zalando PLC, London, Großbritannien, (übertragende Gesellschaft) gewechselt. Die Verschmelzung und der **Rechtsformwechsel** wurden mit der Eintragung im Handelsregister des Amtsgerichts Berlin-Charlottenburg am 28. Mai 2014 wirksam.

01.1.2 BÖRSENGANG (IPO)

Seit dem 1. Oktober 2014 werden Zalando-Aktien im Regulierten Markt (Prime Standard) an der Frankfurter Wertpapierbörse gehandelt.



Dem **Listing** ist ein Angebot für den Verkauf von 28.147.656 auf den Inhaber lautenden Stammaktien ohne Nennbetrag (Stückaktien) mit einem anteiligen Betrag am Grundkapital von jeweils 1,00 EUR und mit voller Dividendenberechtigung ab dem 1. Januar 2014 voraus gegangen. Das Angebot setzte sich zusammen aus 24.476.223 neu ausgegebenen, auf den Inhaber lautenden Stammaktien ohne Nennbetrag (Stückaktien) aus der IPO-Kapitalerhöhung und 3.671.433 auf den Inhaber lautenden Stammaktien ohne Nennbetrag (Stückaktien) in Zusammenhang mit einer möglichen Mehrzuteilung.

Die Aktien wurden den Investoren im Zeitraum vom 18. September 2014 bis zum 29. September 2014 in einer Preisspanne von 18,00 EUR bis 22,50 EUR zum Kauf angeboten. Die außerordentlich hohe Nachfrage der Investoren hat die Anzahl der angebotenen Aktien deutlich überstiegen. Das Angebot war am obersten Ende der Preisspanne deutlich mehr als zehnfach überzeichnet. Der Angebotspreis wurde am 29. September 2014 von der Gesellschaft auf 21,50 EUR festgelegt.

Zalando sind im Zuge des Börsengangs liquide Mittel in Höhe von 517,4 Mio. EUR nach Abzug der von den Banken einbehaltenen Basisgebühr zugeflossen. Die den platzierenden Banken eingeräumte Mehrzuteilungsoption, die bis einschließlich 27. Oktober 2014 ausübbar war, wurde nicht in Anspruch genommen.



[WEITER AUF S.07](#)

01.1.3 KREDITLINIE

Am 30. Juli 2014 haben die ZALANDO SE und bestimmte Tochtergesellschaften mit einigen der den IPO begleitenden Konsortialbanken oder deren verbundenen Unternehmen eine **revolvierende Kreditfazilität** in Höhe von 200 Mio. EUR abgeschlossen, die in verschiedenen Währungen in Anspruch genommen werden kann. Die revolvingierende Kreditfazilität kann für die allgemeinen Gesellschaftszwecke (einschließlich Akquisitionen) der Gruppe sowie für Avale in Anspruch genommen werden. Die Fazilität hat eine Laufzeit bis zum 30. Juli 2019. Sie wurde zum 30. September 2014 noch nicht in Anspruch genommen.



CORPORATE.ZALANDO.DE

01.2 WIRTSCHAFTLICHE RAHMENBEDINGUNGEN

Die Einzelhandelsunternehmen in Deutschland setzten im abgelaufenen Neunmonatszeitraum 2014 nach vorläufigen Ergebnissen des Statistischen Bundesamtes (Destatis)¹ real 1,3 % und nominal 1,8 % mehr um als im Vorjahreszeitraum. Im Einzelhandel mit Nicht-Lebensmitteln lagen die Umsätze real 1,5 % und nominal 1,6 % über den Werten des Vorjahreszeitraums. Der Einzelhandel mit Textilien, Bekleidung, Schuhen und Lederwaren verzeichnete ebenfalls nur ein moderates Wachstum von real 0,7 % und nominal 1,8 %.

Laut Destatis erzielten die deutschen Unternehmen des Internet- und Versandhandels ein Umsatzwachstum im abgelaufenen Neunmonatszeitraum von real 7,3 % und nominal 7,2 % im Vergleich zum Vorjahreszeitraum.

Die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen für den Online-Vertrieb von Mode bieten unserer Auffassung nach große und wachsende Marktchancen:

- Der Online-Handel mit Modeartikeln ist Teil einer **zweiten Welle des E-Commerce**. Der Anteil der über das Internet verkauften Mode wird im Vergleich zu der in traditionellen Läden verkauften Mode weiter wachsen.
- Mode in Europa² ist ein großer Markt mit Verbraucherausgaben von etwa 420 Mrd. EUR im Jahr 2013; dabei verzeichnete der Online-Vertrieb von Mode einen Anteil von etwa 38 Mrd. EUR oder ca. 9 % am gesamten Modeeinzelhandel.³ Der Gesamtmarkt für Mode in Europa blieb zwischen 2008 und 2013 nahezu unverändert, während der Online-Vertrieb für Mode mit einem durchschnittlichen jährlichen Zuwachs (CAGR)⁴ von etwa 19 % zwischen 2008 und 2013 wesentlich schneller wuchs.⁵
- Europa ist mit seinem konzentrierten Wohlstand und hoher Bevölkerungsdichte ein **hochattraktiver Modemarkt**. In unseren Hauptabsatzmärkten in Westeuropa lagen die Modeausgaben pro Person in 2013 mit 774 EUR nur knapp hinter Nordamerika und Australasien.⁶ Darüber hinaus besitzt der europäische Modemarkt die höchsten Ausgaben pro km² weltweit (Schätzungen zufolge belaufen sich die Ausgaben auf 63 TEUR pro km²; im Vergleich dazu sind die Ausgaben in der Region mit den zweithöchsten Ausgaben pro km² im asiatisch pazifischen Raum mit geschätzten 24 TEUR pro km² gering). Im westeuropäischen Teil von Europa ist die Ausgabendichte mit 87 TEUR pro km² sogar noch höher.⁷ Die Ausgaben pro km² sind für Online-Händler eine wichtige Kennzahl, weil höhere Ausgaben pro km² eine vergleichsweise schnellere und kostengünstigere Lieferung ermöglichen.
- 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 können.⁸



WWW.EUROMONITOR.COM

1) Vgl. Destatis Pressemitteilung zum Einzelhandelsumsatz im September 2014 vom 31.10.2014: https://www.destatis.de/DE/PresseService/Presse/Pressemitteilungen/2014/10/PD14_381_45212.html (Stand: 13.11.2014).

2) Die Angaben zum europäischen Modemarkt beziehen sich auf Europa exklusive Russland.

3) Vgl. Euromonitor International, Juni 2014.

4) 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.

5) Vgl. Euromonitor International, Juni 2014.

6) Vgl. Euromonitor International, Juni 2014.

7) Vgl. Euromonitor International, Juni 2014.

8) Gesellschaftsangabe; Durchschnitt der Bruttogewinnmargen ausgewählter börsennotierter E-Commerce-Unternehmen wie Asos, Yoox und Boohoo für 2013 basierend auf öffentlich zugänglichen Informationen.

- Mobile Endgeräte haben erheblich zum starken Wachstum im Online-Einzelhandel beigetragen. Das gilt auch für den Online-Vertrieb von Mode. Smartphones und Tablets versetzten die Kunden in die Lage, sich jederzeit und praktisch überall Zugang zu Modeprodukten zu verschaffen. Die Anzahl der in Europa genutzten mobilen Endgeräte ist von nur 208 Mio. im Jahr 2009 auf 480 Mio. im Jahr 2013 angestiegen. In 2013 beträgt die Anzahl der europäischen mobilen Onlinekäufer aber erst 51 Mio.

01.3 ERTRAGSLAGE KONZERN

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



MEHR INFORMATIONEN
KONZERN-GESAMTERGEBNIS-
RECHNUNG S.19



WEITER AUF S.08

GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

IN TEUR	9M 2014	9M 2013	Q3 2014	Q3 2013
Umsatzerlöse	1.548.481	1.212.404	501.391	403.821
Umsatzkosten	-903.948	-737.881	-299.106	-252.431
Bruttoergebnis vom Umsatz	644.533	474.523	202.285	151.390
Vertriebskosten	-565.301	-529.650	-173.923	-173.652
Verwaltungskosten	-83.668	-75.609	-30.196	-29.746
Sonstige betriebliche Erträge	9.218	6.484	1.391	1.854
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-3.750	-1.419	-2.115	-786
Betriebliches Ergebnis (EBIT)¹	1.032	-125.671	-2.558	-50.940
Sonstige Konzern-Finanzdaten				
Bereinigtes EBIT	16.225	-122.088	3.830	-49.922
<i>Bereinigtes EBIT (in % der Umsatzerlöse)</i>	<i>1,0 %</i>	<i>-10,1 %</i>	<i>0,8 %</i>	<i>-12,4 %</i>
EBITDA	20.473	-114.917	4.538	-46.313
Bereinigtes EBITDA	35.666	-111.334	10.926	-45.295

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

IN TEUR	9M 2014	9M 2013	Q3 2014	Q3 2013
Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütung mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente	15.193	3.583	6.388	1.018
Umsatzkosten	3.284	358	1.597	102
Vertriebskosten	7.254	1.433	3.194	407
Verwaltungskosten	4.655	1.791	1.597	509

Das Management nutzt zusätzlich zu den Leistungsindikatoren EBITDA und dem um aktienbasierte Vergütung bereinigten EBIT und EBITDA („bereinigtes EBIT“; „bereinigtes EBITDA“) auch andere Leistungskennzahlen zur Steuerung des Unternehmens. Die für die Unternehmenssteuerung wichtigsten Leistungsindikatoren haben sich im Berichtszeitraum wie folgt entwickelt.



LEISTUNGSINDIKATOREN

	9M 2014	9M 2013	Q3 2014	Q3 2013
Site Visits (in Mio.)	976,2	860,0	321,7	291,0
Anteil der Site Visits über mobile Endgeräte (in % der Site Visits)	40,0 %	24,8 %	43,3 %	28,2 %
Aktive Kunden (in Mio.)	14,1	12,3	14,1	12,3
Anzahl Bestellungen (in Mio.)	29,8	25,3	9,7	8,2
Durchschn. Bestellungen pro aktivem Kunden	2,8	2,7	2,8	2,7
Durchschn. Warenkorbgröße (in EUR)	64,7	59,8	64,4	60,7
Umsatzerlöse (in Mio. EUR)	1.548,5	1.212,4	501,4	403,8
Bereinigtes Fulfillmentkostenverhältnis (in % der Umsatzerlöse)	23,2 %	25,7 %	22,7 %	23,5 %
Bereinigtes Marketingkostenverhältnis (in % der Umsatzerlöse)	12,8 %	17,9 %	11,4 %	19,4 %

Der Handel mit Mode ist **saisonalen Schwankungen** ausgesetzt. Typischerweise werden die Herbst- und Winterkollektionen zu höheren Preisen verkauft als die Frühlings- und Sommerware. Somit werden in der zweiten Hälfte des Geschäftsjahres tendenziell höhere Umsätze erzielt als in der ersten Hälfte. Um Umsatz- und Ergebnisentwicklung einschätzen zu können, ist es sinnvoll, die aktuelle Berichtsperiode mit der Vorjahresperiode zu vergleichen.



WEITER AUF S.09



WWW.ZALANDO.COM

Der Zalando-Konzern hat im dritten Quartal 2014 seinen Umsatz im Vergleich zum entsprechenden Vorjahreszeitraum um 24,2 % von 403,8 Mio. EUR auf 501,4 Mio. EUR gesteigert. Der **Umsatzanstieg** basiert im Wesentlichen auf einem Plus an Bestellungen in Höhe von 18,7 % und einer Zunahme der durchschnittlichen Warenkorbgröße um 6,1 %. Die gestiegene Anzahl an Kundenbestellungen wurde insbesondere durch eine Zunahme der Site Visits um 10,5 % 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 dritten Quartal 2014 im Vergleich zum entsprechenden Vorjahreszeitraum um 15,1 Prozentpunkte auf 43,3 % angestiegen.

Im Segment Übriges Europa wurden im dritten Quartal 2014 197,8 Mio. EUR (im entsprechenden Vorjahreszeitraum: 141,4 Mio. EUR) umgesetzt, was einem Umsatzanstieg im Vergleich zum dritten Quartal 2013 von 39,9 % entspricht. Im umsatzstärksten Segment DACH wurde im dritten Quartal 2014 ein Umsatz in Höhe von 276,3 Mio. EUR (im entsprechenden Vorjahreszeitraum: 243,4 Mio. EUR) erzielt; gleichbedeutend mit einem Umsatzanstieg im Vergleich zum

entsprechenden Vorjahreszeitraum von 13,5 %. 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 dritten Quartal 2014 die **umsatzstärkste Produktkategorie** von Zalando.

Im dritten Quartal 2014 hat der Zalando-Konzern ein EBIT von –2,6 Mio. EUR (im entsprechenden Vorjahreszeitraum: –50,9 Mio. EUR) erwirtschaftet. Die deutliche Verbesserung der EBIT-Marge um 12,1 Prozentpunkte von –12,6 % im dritten Quartal 2013 auf –0,5 % im dritten Quartal 2014 ist auf signifikante **Profitabilitätssteigerungen** entlang aller wesentlichen Kostenpositionen zurückzuführen.



Um die operative Leistung des Geschäfts beurteilen zu können, betrachtet das Zalando-Management auch das EBIT und die EBIT-Marge vor Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütung mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente. Die errechneten Kennzahlen werden als „bereinigtes EBIT“ und „bereinigte EBIT-Marge“ bezeichnet. Die bereinigten Ergebnisgrößen geben dem Management einen unverzerrten Einblick in die operative Entwicklung der Gesellschaft. Der Aufwandsberechnung von anteilsbasierten Vergütungszusagen liegt das sog. Frontloading-Modell (graded vesting) zugrunde, was bewirkt, dass im Laufe des Erdienungszeitraums stetig weniger Aufwand aus einem Plan erfasst wird. Dieser Frontloading-Effekt ist auch im abgelaufenen Neunmonatszeitraum deutlich sichtbar: Aufgrund der Anzahl der Ende 2013 und Mitte 2014 getätigten Vertragsabschlüsse haben vergleichsweise hohe Aufwendungen das bisherige Geschäftsjahr belastet.

Im dritten Quartal 2014 hat Zalando ein bereinigtes EBIT von 3,8 Mio. EUR (im entsprechenden Vorjahreszeitraum: –49,9 Mio. EUR) erwirtschaftet. Das entspricht einer **deutlichen Verbesserung** der bereinigten EBIT-Marge um 13,1 Prozentpunkte von –12,4 % im dritten Quartal 2013 auf 0,8 % im dritten Quartal 2014.



WEITER AUF S.10



MEHR INFORMATIONEN
SEGMENTBERICHTERSTATTUNG
S.30



WEITER AUF S.11

01.4 ERTRAGSLAGE SEGMENTE

Die verkürzte Segmentergebnisrechnung zeigt eine signifikante Umsatzsteigerung in dem Segment Übriges Europa und die wachsende Profitabilität in dem etablierten DACH-Segment.

SEGMENTERGEBNISRECHNUNG

IN TEUR	9M 2014	9M 2013	Q3 2014	Q3 2013
Umsatzerlöse	1.548.481	1.212.404	501.391	403.821
DACH	870.508	733.572	276.301	243.376
Übriges Europa	597.095	427.423	197.773	141.383
Sonstige	80.878	51.409	27.317	19.062
Betriebliches Ergebnis (EBIT)¹	1.032	-125.671	-2.558	-50.940
DACH	29.926	-24.092	7.480	-11.007
Übriges Europa	-33.043	-90.609	-11.666	-34.173
Sonstige	4.149	-10.970	1.628	-5.760
Sonstige Segment-Finanzdaten				
Bereinigtes EBIT DACH	38.209	-22.093	10.898	-10.432
Bereinigtes EBIT Übriges Europa	-27.754	-89.536	-9.367	-33.854
Bereinigtes EBIT Sonstige	5.770	-10.459	2.299	-5.636

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

IN TEUR	9M 2014	9M 2013	Q3 2014	Q3 2013
Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütung mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente	15.193	3.583	6.388	1.018
DACH	8.283	1.999	3.418	575
Übriges Europa	5.289	1.073	2.299	319
Sonstige	1.621	511	671	124

Zur **positiven EBIT-Entwicklung** haben alle Segmente des Zalando-Konzerns beigetragen. Das DACH-Segment ist mit einer EBIT-Marge von 2,7 % auch im dritten Quartal 2014 klar profitabel. Im Vergleich zum entsprechenden Vorjahreszeitraum hat sich die EBIT-Marge um 7,2 Prozentpunkte von -4,5 % auf 2,7 % verbessert. Das Segment Übriges Europa konnte noch deutlichere Profitabilitätszugewinne erzielen. Die EBIT-Marge im Segment Übriges Europa hat sich im Vergleich zum entsprechenden Vorjahreszeitraum um 18,3 Prozentpunkte von -24,2 % auf -5,9 % verbessert. Das Segment Sonstige konnte im dritten Quartal 2014 ein EBIT von 1,6 Mio. EUR erwirtschaften (im entsprechenden Vorjahreszeitraum: -5,8 Mio. EUR).

Um die operative Leistung der Segmente beurteilen zu können, betrachtet das Zalando-Management auch das EBIT und die EBIT-Marge vor Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütung mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente. Die errechneten Kennzahlen werden als „bereinigtes EBIT“ und „bereinigte EBIT-Marge“ bezeichnet.

Das DACH-Segment erwirtschaftete im dritten Quartal eine bereinigte EBIT-Marge von 3,9 %. Im Vergleich zum entsprechenden Vorjahreszeitraum hat sich die bereinigte EBIT-Marge somit um 8,2 Prozentpunkte von -4,3 % auf 3,9 % verbessert. Das Segment Übriges Europa erzielte im Vergleich zum entsprechenden Vorjahreszeitraum ebenfalls eine deutliche Verbesserung der bereinigten EBIT-Marge um 19,2 Prozentpunkte von -23,9 % auf -4,7 %. Das Segment Sonstige konnte im dritten Quartal 2014 mit einem bereinigten EBIT von 2,3 Mio. EUR aufwarten (im entsprechenden Vorjahreszeitraum: -5,6 Mio. EUR).

01.5 FINANZLAGE KONZERN

Zalando hat im abgelaufenen Neunmonatszeitraum einen **positiven Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit** von 99,9 Mio. EUR erwirtschaftet. Der Mittelzufluss aus dem operativen Geschäft resultiert im Vergleich zum entsprechenden Vorjahreszeitraum insbesondere aus der positiven Entwicklung des Periodenergebnisses zum 30. September 2014 von -0,4 Mio. EUR (im entsprechenden Vorjahreszeitraum: -129,0 Mio. EUR) und einer deutlich geringeren Kapitalbindung im Nettoumlaufvermögen.



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 30. September 2014 -19,9 Mio. EUR (zum 31. Dezember 2013: 9,7 Mio. EUR). Die **geringere Kapitalbindung** ist hauptsächlich auf den weniger starken Anstieg an Vorratsvermögen im Vergleich zu der Zunahme der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und ähnliche Schulden zurückzuführen. Die Verbesserung basiert im Wesentlichen auf einem schnellerem Abverkauf des Vorratsvermögens, längeren Zahlungszielen gegenüber Lieferanten und einer Ausweitung des Reverse Factoring-Volumens.

Der Cashflow aus Investitionstätigkeit in Höhe von -49,7 Mio. EUR (im entsprechenden Vorjahreszeitraum: -78,3 Mio. EUR) resultiert überwiegend aus Investitionen in die Logistikinfrastruktur in den Logistikzentren in Erfurt und Mönchengladbach. Zudem erfolgten Investitionen in EDV-Software und in die Betriebs- und Geschäftsausstattung.

Der frei verfügbare Cashflow hat sich im abgelaufenen Neunmonatszeitraum um 254,3 Mio. EUR von -204,1 Mio. EUR auf 50,2 Mio. EUR verbessert. Die Zunahme resultiert im Wesentlichen aus der deutlichen Verbesserung des Cashflows aus laufender Geschäftstätigkeit.

Der Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit beinhaltet überwiegend Tilgungen von Darlehen. Die **Kapitaleinzahlungen** aus dem IPO erfolgten erst im Oktober. Sie sind deshalb im Cashflow des abgelaufenen Neunmonatszeitraums nicht berücksichtigt.

Insgesamt ist der verfügbare Finanzmittelbestand seit Jahresbeginn um 49,7 Mio. EUR angewachsen, so dass Zalando zum 30. September 2014 über Kassenbestände in Höhe von 466,8 Mio. EUR verfügt. Der Konzern war jederzeit in der Lage allen Zahlungsverpflichtungen zeitnah nachzukommen. Der aus dem Börsengang resultierende Zufluss an liquiden Mitteln erfolgte erst nach dem Berichtsstichtag.



WEITER AUF S.12

01.6 VERMÖGENSLAGE KONZERN

Die Vermögenslage des Konzerns ist durch eine Zunahme der Bilanzsumme um 64,3 % zum 30. September 2014 gekennzeichnet.

Der Anstieg der sonstigen kurzfristigen finanziellen Vermögenswerte ist größtenteils auf die Aktivierung einer Forderung auf **Emissionserlöse** aus dem Börsengang in Höhe von 517,4 Mio. EUR zurückzuführen. Der Betrag errechnet sich aus den zu erwartenden Emissionserlösen in Höhe von 525,3 Mio. EUR von denen die Basisgebühr (base fee) in Höhe von 7,9 Mio. EUR in Abzug gebracht wurde. Die Forderung gründet auf der zu diesem Zeitpunkt bereits erfolgten Übertragung der neu geschaffenen Anteile auf die den Börsengang begleitenden Investmentbanken.

Das Vorratsvermögen beinhaltet zum Ende der Berichtsperiode im Wesentlichen Waren für das operative Kerngeschäft der Zalando-Gruppe. Die Vorräte sind im neunmonatigen Berichtszeitraum aufgrund der Anlieferung der **Herbst- und Winterkollektion** um 87,2 Mio. EUR auf 419,7 Mio. EUR angestiegen.

Das Eigenkapital erhöhte sich in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahrs von 546,5 Mio. EUR auf 1.076,9 Mio. EUR. Die Zunahme in Höhe von 530,4 Mio. EUR resultiert fast ausschließlich aus der im Zuge des IPO durchgeführten Kapitalerhöhung. Die **Eigenkapitalquote** stieg im Berichtszeitraum um 10,2 Prozentpunkte von 51,0 % zum Jahresanfang auf 61,2 % zum 30. September 2014 an.



WEITER AUF S.13

Die kurzfristigen Verbindlichkeiten haben sich im Berichtszeitraum um 161,1 Mio. EUR erhöht. Der Anstieg ist insbesondere auf die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und ähnliche Schulden zurückzuführen, die im Berichtszeitraum um 133,2 Mio. EUR von 410,0 Mio. EUR auf 543,2 Mio. EUR gestiegen sind.

Zum Berichtsstichtag bestehen mit verschiedenen Lieferanten sowie einer Factoring-Gesellschaft **Reverse Factoring-Verträge**. Im Rahmen dieser Verträge waren zum 30. September 2014 Lieferantenforderungen gegen Zalando von insgesamt 89,1 Mio. EUR an den Factor übertragen (zum 31. Dezember 2013: 37,6 Mio. EUR). Der Ausweis in der Bilanz erfolgt unter den Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und ähnlichen Schulden.

01.7 MITARBEITER

Aufgrund des weiterhin hohen Wachstums hat sich die Mitarbeiterzahl zum Ende des dritten Quartals gegenüber dem Stand vom 31. Dezember 2013 um 422 von 6.754 auf **7.176 Mitarbeiter** erhöht.

Um die Mitarbeiter direkt an der Wertentwicklung des Zalando-Konzerns noch stärker partizipieren zu lassen, hat Zalando im Zuge des IPO ein **Mitarbeiterprogramm** zur bevorrechtigten Zuteilung aufgelegt. Alle Beschäftigten der ZALANDO SE und ihrer inländischen Tochtergesellschaften waren berechtigt, in Aktien der ZALANDO SE zu investieren. Dabei konnten sie Gratisaktien, vergünstigte Aktien sowie Aktien zum Vollpreis mit einer garantierten Zuteilung erwerben. Das Mitarbeiterprogramm stieß auf große Resonanz. Mehr als 4.000 Mitarbeiter haben daran teilgenommen und sind nun Aktionäre von Zalando.

01.8 CHANCEN UND RISIKEN

01.8.1 NUTZUNG MOBILER ENDGERÄTE

Im abgelaufenen Neunmonatszeitraum ist ein deutlicher Trend hin zum Online-Shopping über mobile Endgeräte zu beobachten gewesen. **Mobile Endgeräte** haben auch im Bereich des Online-Handels mit Mode zum starken Wachstum beigetragen, da sie den Kunden jederzeit und praktisch überall Zugang zu Modeprodukten verschaffen.



WEITER AUF S.14

Zalando ist dem Risiko ausgesetzt, der damit verbundenen technischen Entwicklung und Veränderung nicht adäquat nachzukommen und die **Zalando-App** für Smartphones sowie die mobile Version der Zalando-Website nicht entsprechend weiterentwickeln zu können. Dies kann sich negativ auf die Quote der mobilen Website-Besuche bzw. die Anzahl aktiver Kunden auswirken.

Mobile Endgeräte bieten aber auch zusätzliche Berührungspunkte mit unseren Kunden und weiteren Zugang zu unserem Angebot. Infolgedessen bietet sich die Chance, dass sich das Umsatzpotenzial über mobile Endgeräte für Zalando erweitert. Auf die verstärkte Nutzung von mobilen Endgeräten reagierte Zalando bereits im Dezember 2012 mit einer eigenen App für Smartphones. Die mobile Version der Zalando-Website ermöglichte es bereits zuvor, überall auf das große Produktsortiment des Konzerns zugreifen zu können. Mit der Zalando-App können nun auch weitere Vorteile des einfachen und sicheren Online-Shoppings über mobile Endgeräte genutzt werden.

01.8.2 LOKALE ANGEBOTSAUSRICHTUNG

Im internationalen Vergleich können sich Unterschiede in der Art und Weise wie Kunden einkaufen, bezahlen und in ihrem Verhalten in Bezug auf Retouren ergeben. Die lokale Ausrichtung des Angebots ist ein wichtiger Faktor, um den Zalando-Kunden ein inspirierendes und komfortables Einkaufserlebnis bieten zu können, und ist im heterogenen europäischen Markt mit seiner Vielfalt an regionalen Geschmäckern entscheidend für den Erfolg des Konzerns. Die zunehmende **internationale Expansion** birgt das Risiko, die individuellen landestypischen Kundenwünsche und Ansprüche nicht zu erkennen und dementsprechend das Angebot auf die jeweiligen Länder anpassen zu müssen.

Zalando hat verschiedene Internetauftritte entwickelt, die auf die lokalen Bedürfnisse der Kunden zugeschnitten sind. Dazu gehören **länderspezifische Sortimente**, eine nach lokalen Erfordernissen ausgerichtete Sortierung des Online-Katalogs und eine an die lokalen Verhältnisse angepasste visuelle Vermarktung. Diese länderspezifische Ausrichtung und stärkere Anpassung an die lokalen Kundenbedürfnisse hebt Zalando von rein global tätigen Unternehmen ab. Gleichzeitig nutzt der Konzern für ganz Europa eine zentrale Plattform und Infrastruktur für Einkauf, Logistik und Technologie. Dieser Ansatz bietet die Chance, Skaleneffekte zu erzielen und Zalando wiederum von kleinen, nur lokal tätigen Wettbewerbern abzuheben.

01.8.3 DATENSCHUTZ

Die **Datensicherheit** spielt in der zunehmend vernetzten Welt eine immer wichtigere Rolle. Über Websites, Netzwerke und andere Datensysteme werden sensible Daten über die Kunden des Konzerns, die Lieferanten und andere Parteien einschließlich Kreditkarteninformation und weiterer vertraulicher Daten übertragen, verarbeitet und gespeichert. Zudem werden Daten von Dienstleistern für Zalando verwaltet. Diese Daten müssen vor unberechtigtem Zugriff geschützt werden, um ihre Sicherheit, Vertraulichkeit und Integrität zu gewährleisten. Gleiches gilt für vertrauliche unternehmensinterne Daten über Geschäftsplanung und Strategien. Zalando wirkt dem Risiko von Sicherheitsverletzung von Daten durch den Einsatz und das ständige Update aktuellster Verschlüsselungs- und Authentifizierungstechnologie entgegen.

01.8.4 REPUTATION UND IMAGE VOR DEM HINTERGRUND KRITISCHER BERICHTERSTATTUNG

Zalando hat in sehr kurzer Zeit eine Marke geschaffen, die einen enormen Bekanntheitsgrad in den meisten europäischen Märkten erreicht hat. Die **Marke** wurde durch gezielte Kommunikation in den Bereichen Fashion, Technology und Retail in den internationalen Medien aufgebaut. Zalando diskutiert relevante Themen regelmäßig mit Fachjournalisten, die Öffentlichkeit wird über die Internetseiten des Konzerns mit Fakten und Inhalten zu den jeweiligen Bereichen informiert. Trotz allem sieht sich Zalando immer wieder mit kritischer Berichterstattung konfrontiert, die das Image von Zalando und somit die wirtschaftliche Situation der Gruppe beschädigen. Es handelt sich dabei um ein latentes Risiko.

Zalando ist durch die bestehenden Corporate Communications- sowie Governance-, Risk- und Compliance-Strukturen entsprechend organisiert und bestrebt, auf entsprechende Meldungen schnell reagieren zu können, diese klarzustellen und präventive Maßnahmen zu ergreifen.

01.8.5 GESAMTAUSSAGE

Über die genannten Chancen und Risiken der voraussichtlichen Entwicklung hinaus haben sich seit dem Zeitpunkt der Aufstellung des Zwischenlageberichts im Vergleich zu den im Konzernlagebericht 2013 dargestellten Chancen und Risiken keine wesentlichen Änderungen ergeben.



WEITER AUF S.17

01.9 AUSBLICK 2014

01.9.1 KÜNFTIGE GESAMTWIRTSCHAFTLICHE UND BRANCHENBEZOGENE SITUATION

Der **europäische Modemarkt**⁹ verzeichnete im Jahr 2013 Einzelhandelsumsätze von insgesamt etwa 420 Mrd. EUR¹⁰. Da Europäer mehr und mehr Zeit im Internet verbringen, verschiebt sich der Zielmarkt zunehmend in den Online-Bereich. Während die Einzelhandelsumsätze im Modebereich in Europa zwischen 2008 und 2013 insgesamt stabil blieben, haben sich die über das Internet erzielten Einzelhandelsumsätze im Modebereich von 16 Mrd. EUR im Jahr 2008 auf 38 Mrd. EUR im Jahr 2013 mehr als verdoppelt. Die Steigerung entspricht einem CAGR von 19%.¹¹ Zalando erwartet, dass dieser Trend anhalten wird, da der Anteil von Personen an der Gesamtbevölkerung, die schon in jungem Alter mit digitaler Technologie vertraut sind, weiter steigen wird.



WWW.EUROMONITOR.COM

Folgende Trends beeinflussen den von Zalando belieferten Zielmarkt:

- **Einfacher Zugang, überall, jederzeit:** Der Aufenthalt im Internet ist mehr und mehr ein fester Bestandteil des Alltags geworden und viele Menschen räumen der Zeit, die sie im Internet verbringen, zunehmende Priorität bei ihrer Zeiteinteilung ein.
- **Auswahl:** Der Online-Einkauf bietet eine große Auswahl an Produkten, die sich schnell durchsuchen lässt. Sobald eine große Auswahl höchste Wichtigkeit genießt, sind Online-Händler gegenüber Offline-Händlern im Vorteil. Online-Händler können zudem das Nutzerverhalten verfolgen und so Produkte den Kundenpräferenzen entsprechend bewerben.
- **Komfort:** Der Online-Einkauf erlaubt es den Kunden Waren jederzeit und von fast überall zu bestellen. Er bietet darüber hinaus eine größere Auswahl aktueller Sortimente, eine hohe Verfügbarkeit und einen Lieferservice nach Hause sowie eine einfache Handhabung von Rücksendungen.
- **Unterhaltung:** Der Online-Einkauf ermöglicht den Kunden, sich die neuesten Trends und Produkte wie im Schaufenster anzusehen und sich dabei inspirieren zu lassen.

Die zunehmende Verbreitung von mobilen Endgeräten wird den Online-Handel weiter fördern. Smartphones, Tablets und andere mobile Endgeräte bieten zusätzliche Berührungspunkte mit Kunden und einen zusätzlichen Zugang zum Angebot. Die Anzahl der in Europa genutzten mobilen Endgeräte ist von nur 208 Mio. im Jahr 2009 auf 480 Mio. im Jahr 2013 angestiegen. Die Zahl wird voraussichtlich mit einer CAGR von 12 % auf 852 Mio. im Jahr 2018 wachsen. Infolgedessen wird sich die Anzahl der europäischen mobilen Onlinekäufer von 51 Mio. in 2013 auf 110 Mio. in 2018 erhöhen, was einer CAGR von 17 % entspricht.¹²

9) Die Angaben zum europäischen Modemarkt beziehen sich auf Europa exklusive Russland.

10) Euromonitor International, Juni 2014.

11) Euromonitor International, Juni 2014.

12) Vgl. IDC, Worldwide New Media Market Model, 2H13, Mai 2014.

Der **Online-Einzelhandelsmarkt** in Europa verzeichnete im Jahr 2013 Umsätze von insgesamt 170 Mrd. EUR mit einer CAGR von 16 % seit 2008. Während sich der Online-Anteil im Einzelhandel in Nordamerika 2013 auf 6,7 % belief, stieg der Online-Anteil im Einzelhandel in unserem Zielmarkt Europa von 2,6 % im Jahr 2008 auf 5,3 % im Jahr 2013 an.¹³ Der Online-Anteil in Europa wird voraussichtlich entsprechend dem Trend in Nordamerika weiter zunehmen.

Produktkategorien, die aus leicht vergleichbaren, preistransparenten Standardprodukten bestehen wie Unterhaltungselektronik oder Spielsachen und Spiele, konnten einen früheren Anstieg des Online-Anteils im Einzelhandel verzeichnen, während dieser Anteil bei Modeprodukten bisher nur 9 % beträgt.¹⁴ Mit der Weiterentwicklung von **E-Commerce-Modellen** und der zunehmenden Offenheit der Konsumenten gegenüber dem Online-Shopping erwartet Zalando, dass der Online-Anteil in emotionalen Konsumbereichen wie Mode 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 zu profitieren. Der hohe emotionale Wert, den sowohl Hersteller als auch Kunden Modemarken beimessen, verschafft unabhängigen und reinen E-Commerce-Modehändlern wie Zalando erheblichen Vorteil gegenüber nicht spezialisierten E-Commerce-Händlern.



HDE UMSATZPROGNOSE

Für das Gesamtjahr 2014 prognostiziert der Handelsverband Deutschland (HDE) für den deutschen Einzelhandel – trotz des Rückschlags im Spätsommer – ein **Umsatzplus** gegenüber dem Vorjahr von 1,8 %. Für den Online-Handel rechnet der HDE in diesem Jahr mit einem Umsatzplus von 17,0 %.¹⁵

Die IFH Retail Consultants GmbH rechnet dagegen für das Jahr 2014 mit einem **Zuwachs** von 13,4 % für den gesamten E-Commerce-Bereich und im Fashion E-Commerce sogar mit einer Steigerung von 14,3 %. In Summe werden deutlich zweistellige Wachstumsraten für den Online-Handel in Deutschland erwartet.¹⁶

13) Vgl. Euromonitor International, Juni 2014.

14) Vgl. Euromonitor International, Juni 2014.

15) Vgl. HDE Umsatzprognose 2014, online abrufbar unter www.einzelhandel.de/index.php/presse/aktuellemeldungen/item/124552-hde-bestatigt-umsatzprognose-fur-2014-e-commerce-als-wachstumsmotor (Stand: 11.11.2014).

16) Vgl. IFH Retail Consultants, Branchenreport Online-Handel 2014.

01.9.2 KÜNFTIGE ENTWICKLUNG DER ZALANDO-GRUPPE

Nach den erfolgreichen ersten drei Quartalen 2014 mit Umsatzerlösen von insgesamt über 1,5 Mrd. EUR (im entsprechenden Vorjahreszeitraum: 1,2 Mrd. EUR) erwarten wir für das Geschäftsjahr 2014 ein **Umsatzwachstum** von 20 % bis 25 % und eine gegenüber dem Vorjahr **verbesserte EBIT-Marge**. Das EBIT bewegt sich zum Ende des abgelaufenen Neunmonatszeitraums auf Break-even-Niveau. Die EBIT-Marge beträgt für den am 30. September 2014 endenden Neunmonatszeitraum 0,1 %, die bereinigte EBIT-Marge liegt bei 1,0 %.



In der Vergangenheit hat das Unternehmen in der ersten Hälfte eines Geschäftsjahres zumeist eine schwächere Geschäftsentwicklung verzeichnet als im zweiten Halbjahr. Darüber hinaus ist das vierte Quartal üblicherweise margenstärker als das abgelaufene dritte Quartal. Vor diesem Hintergrund prognostizieren wir, das Geschäftsjahr 2014 leicht **profitabel abzuschließen**. Die Leistungsindikatoren werden sich entsprechend positiv entwickeln. Im Konzernlagebericht 2013 wurde noch erwartet, ein im Vergleich zu 2013 signifikant verbessertes, allerdings weiterhin negatives EBIT, zu erwirtschaften.

01.9.3 GESAMTAUSSAGE DES VORSTANDS DER ZALANDO SE ZUR MITTELFRISTIGEN ENTWICKLUNG

Insgesamt beurteilt der Vorstand den Verlauf des 3. Quartals 2014 und die wirtschaftliche Lage der Zalando-Gruppe als sehr positiv. Im abgelaufenen Neunmonatszeitraum wurde auf Gruppenebene **EBIT-Break-even** erreicht.



ENDE

Die in diesem Lagebericht enthaltenen Aussagen über zukünftige Entwicklungen beruhen auf Einschätzungen des Vorstands nach bestem Wissen und Gewissen zum Zeitpunkt der Aufstellung des Zwischenabschlusses. Die Aussagen sind naturgemäß einer Reihe von Risiken und Unsicherheiten unterworfen. Die tatsächlichen Ergebnisse können daher von den Erwartungen über die voraussichtliche Entwicklung abweichen, wenn eine der genannten oder andere Unsicherheiten eintreten oder sich die den Aussagen zugrunde liegenden Annahmen als unzutreffend erweisen.

Berlin, im November 2014

Der Vorstand

02

3/4 2014

KONZERN-ZWISCHENABSCHLUSS

SONSTIGE FAKTEN

> 500

TECH-EXPERTEN

12

LABELS WERDEN EXKLUSIV FÜR ZALANDO
DESIGNT UND VERTRIEBEN

> 250

DESIGNER UND PRODUKTMANAGER

> 20

BEZAHLMETHODEN



02.1 KONZERN-GESAMTERGEBNISRECHNUNG

IN TEUR	9M 2014	9M 2013*	Q3 2014	Q3 2013*
Umsatzerlöse	1.548.481	1.212.404	501.391	403.821
Umsatzkosten	-903.948	-737.881	-299.106	-252.431
Bruttoergebnis vom Umsatz	644.533	474.523	202.285	151.390
Vertriebskosten	-565.301	-529.650	-173.923	-173.652
Verwaltungskosten	-83.668	-75.609	-30.196	-29.746
Sonstige betriebliche Erträge	9.218	6.484	1.391	1.854
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-3.750	-1.419	-2.115	-786
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	1.032	-125.671	-2.558	-50.940
Zinsertrag	102	245	22	54
Zinsaufwand	-2.718	-2.213	-973	-717
Übriges Finanzergebnis	1.789	-684	1.721	-228
Finanzergebnis	-827	-2.652	770	-891
Ergebnis vor Steuern (EBT)	205	-128.323	-1.788	-51.831
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-570	-659	1.270	-519
Periodenergebnis	-365	-128.982	-518	-52.350
davon den Gesellschaftern der ZALANDO SE zuzurechnendes Ergebnis	-365	-128.982	-518	-52.350
Periodenergebnis in % vom Umsatz	0,0 %	-10,6 %	-0,1 %	-13,0 %
unverwässertes Ergebnis je Aktie (in EUR)	0,00	-0,59	0,00	-0,24
verwässertes Ergebnis je Aktie (in EUR)	0,00	-0,59	0,00	-0,24

IN TEUR	9M 2014	9M 2013*	Q3 2014	Q3 2013*
Periodenergebnis	-365	-128.982	-518	-52.350
Posten, die in Folgeperioden in das Periodenergebnis umgliedert werden				
Effektiver Teil der Gewinne/Verluste aus Cashflow Hedges nach Steuern	156	538	-157	0
Währungsumrechnungsdifferenzen ausländischer Jahresabschlüsse	217	16	0	119
Sonstiges Ergebnis	373	554	-157	119
Gesamtergebnis	8	-128.428	-675	-52.231
davon den Gesellschaftern der ZALANDO SE zuzurechnendes Ergebnis	8	-128.428	-675	-52.231

* Die Darstellung von Zuwendungen der öffentlichen Hand wurde geändert. Für weitergehende Erläuterungen verweisen wir auf den Anhang unter Punkt B im Jahresabschlussbericht 2013.

02.2 KONZERNBILANZ

AKTIVA

IN TEUR	30.09.2014	31.12.2013
Langfristige Vermögenswerte		
Immaterielle Vermögenswerte	26.122	21.265
Sachanlagen	112.125	105.734
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	48.916	48.053
Latente Steueransprüche	869	1.017
	188.032	176.069
Kurzfristige Vermögenswerte		
Vorräte	419.728	332.526
Geleistete Anzahlungen	442	795
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	103.549	87.241
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	539.383	13.454
Sonstige nicht finanzielle Vermögenswerte	42.773	44.482
Liquide Mittel	466.846	417.161
	1.572.721	895.659
Bilanzsumme	1.760.753	1.071.728

PASSIVA

IN TEUR	30.09.2014	31.12.2013
Eigenkapital		
Gezeichnetes Kapital	244.762	118
Kapitalrücklage	1.119.027	833.264
Gewinnrücklagen	102	-271
Bilanzverlust	-286.965	-286.600
	1.076.926	546.511
Langfristige Schulden		
Rückstellungen	5.467	4.692
Zuwendungen der öffentlichen Hand	3.204	1.449
Finanzverbindlichkeiten	16.425	16.973
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	242	2.948
Sonstige nicht finanzielle Verbindlichkeiten	1.364	3.116
	26.702	29.178
Kurzfristige Schulden		
Rückstellungen	541	0
Finanzverbindlichkeiten	3.243	3.243
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und ähnliche Schulden	543.175	410.022
Erhaltene Anzahlungen	12.913	7.353
Verbindlichkeiten aus Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	317	126
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	44.220	34.946
Sonstige nicht finanzielle Verbindlichkeiten	52.716	40.349
	657.125	496.039
Bilanzsumme	1.760.753	1.071.728

02.3 KONZERN-EIGENKAPITAL- VERÄNDERUNGSRECHNUNG

KONZERN-EIGENKAPITAL-VERÄNDERUNGSRECHNUNG 9M 2014

IN TEUR	GEZEICHNETES KAPITAL	KAPITAL- RÜCKLAGE
Stand 01.01.2014	118	833.264
Periodenergebnis	0	0
Sonstiges Ergebnis	0	0
Gesamtergebnis	0	0
Kapitalerhöhung	24.594	500.808
Kapitalerhöhung aus Gesellschaftsmitteln	220.050	-220.050
Transaktionskosten	0	-10.188
Anteilsbasierte Vergütungen	0	15.193
Stand 30.09.2014	244.762	1.119.027

KONZERN-EIGENKAPITAL-VERÄNDERUNGSRECHNUNG 9M 2013

IN TEUR	GEZEICHNETES KAPITAL	KAPITAL- RÜCKLAGE
Stand 01.01.2013	111	628.625
Periodenergebnis	0	0
Sonstiges Ergebnis	0	0
Gesamtergebnis	0	0
Kapitalerhöhung	3	0
Anteilsbasierte Vergütungen	0	3.583
Stand 30.09.2013	114	632.208

GEWINNRÜCKLAGEN

ERGEBNISSE AUS CASH-FLOW HEDGES	DIFFERENZEN AUS DER WÄHRUNGSUMRECHNUNG	BILANZVERLUST	SUMME
-144	-127	-286.600	546.511
0	0	-365	-365
156	217	0	373
156	217	-365	8
0	0	0	525.402
0	0	0	0
0	0	0	-10.188
0	0	0	15.193
12	90	-286.965	1.076.926

GEWINNRÜCKLAGEN

ERGEBNISSE AUS CASH-FLOW HEDGES	DIFFERENZEN AUS DER WÄHRUNGSUMRECHNUNG	BILANZVERLUST	SUMME
-499	-33	-170.008	458.196
0	0	-128.982	-128.982
538	16	0	554
538	16	-128.982	-128.428
0	0	0	3
0	0	0	3.583
39	-17	-298.990	333.354

02.4 KONZERN- KAPITALFLUSSRECHNUNG

IN TEUR	9M 2014	9M 2013	Q3 2014	Q3 2013
1. Periodenergebnis/Ergebnis nach Steuern	-365	-128.982	-518	-52.350
2. + Zahlungen unwirksamer Aufwand aus anteilsbasierten Vergütungen	15.193	3.583	6.388	1.019
3. + Abschreibungen auf Anlagevermögen	19.441	10.754	7.096	4.627
4. + Zunahme der Rückstellungen	684	139	586	82
5. +/- Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen/Erträge	-1.449	544	-149	544
6. - Zunahme der Vorräte	-87.202	-149.808	-140.343	-136.159
7. +/- Zunahme/Abnahme der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	-16.308	-22.224	12.153	-3.739
8. + Zunahme der sonstigen Aktiva/Passiva	26.080	32.773	17	22.160
9. + Zunahme der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und ähnlichen Schulden	143.852	127.470	212.640	170.947
10. = Mittelzufluss/Mittelabfluss aus laufender Geschäftstätigkeit	99.926	-125.751	97.870	7.131
11. - Auszahlungen für Investitionen in das Sachanlagevermögen	-34.276	-49.186	-11.560	-18.887
12. - Auszahlungen für Investitionen in immaterielle Vermögenswerte	-14.939	-14.532	-6.011	-6.916
13. +/- Zunahme/Abnahme der Zahlungsmittel, die einer Verfügungsbeschränkung unterliegen	-526	-14.628	59	-1.245
14. = Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit	-49.741	-78.346	-17.512	-27.048
15. + Einzahlungen aus Kapitalerhöhungen der Gesellschafter abzgl. Transaktionskosten	47	3	0	3
16. + Einzahlungen aus der Aufnahme von Krediten	1.885	7.440	0	3.726
17. - Auszahlungen für die Tilgung von Krediten	-2.432	-2.433	-810	-811
18. = Mittelabfluss/Mittelzufluss aus der Finanzierungstätigkeit	-500	5.010	-810	2.918
19. = Zahlungswirksame Veränderungen des Finanzmittelbestands	49.685	-199.087	79.548	-16.999
20. + Verfügbarer Finanzmittelbestand zu Beginn des Geschäftsjahres	417.161	382.307	387.298	200.219
21. = Verfügbarer Finanzmittelbestand am 30.09.	466.846	183.220	466.846	183.220

02.5 VERKÜRZTER KONZERNANHANG

02.5.1 INFORMATIONEN ZUM UNTERNEHMEN

Der verkürzte Konzern-Zwischenabschluss zum 30. September 2014 wurde am 24. November 2014 durch den Beschluss des Vorstands zur Veröffentlichung freigegeben.

Die ZALANDO SE ist eine in Deutschland gegründete europäische Aktiengesellschaft. Die ZALANDO SE mit Sitz in Berlin ist Mutterunternehmen der Zalando-Gruppe (nachfolgend auch „Zalando“ oder „Konzern“ genannt).

Die ZALANDO SE entstand durch **Rechtsformwechsel** aus der Zalando AG. Die Zalando AG hat ihre Rechtsform von einer deutschen Aktiengesellschaft in eine europäische Aktiengesellschaft (SE) im Wege der Verschmelzung durch Aufnahme der Zalando PLC, London, Vereinigtes Königreich, (übertragende Gesellschaft) gewechselt. Bei der Zalando PLC handelte es sich um eine 100 %-ige Tochtergesellschaft der Zalando AG. Die Verschmelzung und der Rechtsformwechsel wurden mit der Eintragung im Handelsregister des Amtsgerichts Berlin-Charlottenburg am 28. Mai 2014 wirksam.

Am 11. Juli 2014 hat eine außerordentliche Hauptversammlung der ZALANDO SE einen Beschluss zur **Umwandlung der Namensaktien** der Gesellschaft in auf den Inhaber lautende Stammaktien ohne Nennbetrag (Stückaktien) unter Beibehaltung der aktuellen Stückelung gefasst.

Am 30. Juli 2014 haben die ZALANDO SE und bestimmte Tochtergesellschaften mit einigen der den IPO begleitenden Konsortialbanken oder deren verbundenen Unternehmen eine **revolvierende Kreditfazilität** in Höhe von 200 Mio. EUR abgeschlossen, die in verschiedenen Währungen in Anspruch genommen werden kann. Die revolvingende Kreditfazilität kann für allgemeine Gesellschaftszwecke (einschließlich Akquisitionen) der Gruppe sowie für Avale in Anspruch genommen werden. Die Fazilität hat eine Laufzeit bis 30. Juli 2019. Sie wurde zum 30. September 2014 noch nicht in Anspruch genommen.

Seit dem 1. Oktober 2014 werden Zalando-Aktien im **Regulierten Markt (Prime Standard)** an der Frankfurter Wertpapierbörse gehandelt.

Dem Listing ist ein Angebot für den Verkauf von 28.147.656 auf den Inhaber lautenden Stammaktien ohne Nennbetrag (Stückaktien) mit einem anteiligen Betrag am Grundkapital von jeweils 1,00 EUR und mit voller Dividendenberechtigung ab dem 1. Januar 2014 voraus gegangen. Das Angebot setzte sich zusammen aus 24.476.223 neu ausgegebenen, auf den Inhaber lautenden Stammaktien ohne Nennbetrag (Stückaktien) aus der **IPO-Kapitalerhöhung** und 3.671.433 auf den Inhaber lautenden Stammaktien ohne Nennbetrag (Stückaktien) in Zusammenhang mit einer möglichen Mehrzuteilung.

Die Aktien wurden den Investoren im Zeitraum vom 18. September 2014 bis zum 29. September 2014 in einer **Preisspanne** von 18,00 EUR bis 22,50 EUR zum Kauf angeboten. Die außerordentlich hohe Nachfrage der Investoren hat die Anzahl der angebotenen Aktien deutlich überstiegen. Das Angebot war am obersten Ende der Preisspanne deutlich mehr als zehnfach überzeichnet. Der Angebotspreis wurde am 29. September 2014 von der Gesellschaft auf 21,50 EUR festgelegt.

Zalando sind im Zuge des Börsengangs liquide Mittel in Höhe von 517,4 Mio. EUR nach Abzug der von den Banken einbehaltenen Basisgebühr zugeflossen. Die den platzierenden Banken eingeräumte Mehrzuteilungsoption, die bis einschließlich 27. Oktober 2014 ausübbar war, wurde nicht in Anspruch genommen.

02.5.2 ALLGEMEINE GRUNDSÄTZE

Die ZALANDO SE, Berlin, ist Mutterunternehmen der Zalando-Gruppe (nachfolgend auch „Zalando“ oder „Konzern“ genannt). Der verkürzte und ungeprüfte Konzern-Zwischenabschluss der ZALANDO SE zum 30. September 2014 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 2013 zu lesen.

Die im Konzernabschluss zum 31. Dezember 2013 angewandten Rechnungslegungsgrundsätze sowie Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden wurden, soweit im Folgenden und in Abschnitt 02.5.3. des verkürzten Konzernanhangs nicht anders vermerkt, für die Aufstellung des Konzern-Zwischenabschlusses zum 30. September 2014 unverändert übernommen.

Die Aufstellung des verkürzten Konzern-Zwischenabschlusses erfolgt grundsätzlich auf der Basis einer Bilanzierung der Vermögenswerte und Schulden zu fortgeführten Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten. Die Gewinn- und Verlustrechnung ist nach dem Umsatzkostenverfahren aufgestellt. Die Bilanzgliederung erfolgt nach der Fristigkeit der Vermögenswerte und Schulden.

Der verkürzte Konzern-Zwischenabschluss wird in Euro aufgestellt.

02.5.3 NEUE RECHNUNGSLEGUNGS- VORSCHRIFTEN DES IASB

ANZUWENDENDEN REGELWERK

Grundlage der Rechnungslegung nach IFRS ist entsprechend der EU-Verordnung Nr. 1606/2002 i. V. m. § 315a Abs. 1 HGB die von der Kommission der Europäischen Gemeinschaften im Rahmen des Endorsement-Verfahrens für die Europäische Union übernommenen Rechnungslegungsstandards des IASB. Die durch das IASB neu herausgegebenen IFRS bzw. Überarbeitungen von IFRS sind erst nach einem entsprechenden Beschluss der Kommission im Rahmen des Endorsement-Verfahrens verpflichtend anzuwenden.

NEUE, ERSTMALIG IM GESCHÄFTSJAHRE 2014 ANZUWENDENDE VORSCHRIFTEN DES IASB

Die folgenden neuen Standards, Interpretationen und Überarbeitungen vom IFRS wurden innerhalb des Berichtszeitraums erstmals verpflichtend angewendet.

IFRS 10 – Konzernabschlüsse

IFRS 10 wurde im Mai 2011 veröffentlicht. Der Standard ersetzt die Konsolidierungsleitlinien von IAS 27 Konzern und separate Einzelabschlüsse und SIC 12 Konsolidierung – Zweckgesellschaften. Mit IFRS 10 besteht nur noch ein einziges Konsolidierungsmodell für alle beherrschten Unternehmen. Der Beherrschungstatbestand ist hiernach erfüllt, wenn ein Investor über Bestimmungsmacht über das Investitionsobjekt verfügt und diese nutzen kann, um auf die Erträge des Investitionsobjekts einzuwirken. Die Vorschriften für separate Abschlüsse bleiben Bestandteil des IAS 27 und werden im Gegensatz zu den anderen Teilen von IAS 27, die durch den neuen IFRS 10 ersetzt werden, nicht verändert. IFRS 10 hatte keine Auswirkungen auf die Einstufung der Beteiligungen, die vom Konzern zum Zwischenabschlussstichtag gehalten werden.

IFRS 12 – Angaben zu Beteiligungen an anderen Unternehmen

Der Standard regelt die Angabepflichten für den Bereich der Konzernrechnungslegung. IFRS 12 vereint die Angaben für Tochterunternehmen, die bislang in IAS 27 geregelt sind, die Angaben für gemeinschaftlich geführte und assoziierte Unternehmen, die bislang in IAS 31 und IAS 28 geregelt sind, sowie die Angaben für strukturierte Unternehmen. Der Standard definiert eine Reihe von Angaben, die keine wesentlichen Auswirkungen auf die Berichterstattung des Konzerns haben.

Darüber hinaus hat das IASB noch weitere Standards bzw. Änderungen von Standards veröffentlicht, die erstmalig in 2014 anzuwenden waren, die aber auf den Konzernabschluss von Zalando keine Auswirkung gehabt haben.

NEUE, NOCH NICHT IM GESCHÄFTSJAHR 2014 ANZUWENDENDE VORSCHRIFTEN DES IASB

Bis zum Zeitpunkt der Veröffentlichung des Konzernabschlusses bekanntgemachte, jedoch noch nicht verpflichtend anzuwendende Standards und Interpretationen werden nachfolgend dargestellt. Soweit nichts anderes angegeben ist, sind die Standards und Interpretationen bzw. Überarbeitungen von bestehenden Standards für Geschäftsjahre anzuwenden, die am oder nach dem angegebenen Anwendungszeitpunkt beginnen.

IFRS 9 – Finanzinstrumente: Klassifizierung und Bewertung

Im November 2009 hat das IASB den ersten Teil des IFRS 9 veröffentlicht, der zunächst nur die Klassifizierung und Bewertung von finanziellen Vermögenswerten regelt. Hiernach sind finanzielle Vermögenswerte abhängig von ihren Charakteristika und unter Berücksichtigung der Geschäftsmodelle entweder zu fortgeführten Anschaffungskosten oder erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert zu bilanzieren. Der im Oktober 2010 ergänzte Teil regelt die neuen Vorschriften für die Klassifizierung und Bewertung von finanziellen Verbindlichkeiten. Die neuen Regelungen ändern insbesondere die Bewertung von finanziellen Verbindlichkeiten, die in Anwendung der sogenannten „Fair-Value-Option“ erfolgswirksam bewertet werden. Im November 2013 gab das IASB Ergänzungen zu IFRS 9 heraus, die neue Regelungen zum Hedge-Accounting enthalten und die entsprechenden Regelungen in IAS 39 ersetzen. Mit diesen Ergänzungen wurde ein neues allgemeines Modell für die Bilanzierung von Sicherungsbeziehungen eingeführt, das den Umfang der infrage kommenden Grundgeschäfte und Sicherungsinstrumente erweitert.

Das IASB hat die finale Fassung des Standards im Zuge der Fertigstellung der verschiedenen Phasen seines umfassenden Projekts zu Finanzinstrumenten im Juli 2014 veröffentlicht. In dieser finalen Fassung wurden nunmehr auch die neuen Regelungen zur Wertminderung von finanziellen Vermögenswerten aufgenommen und einzelne vorherige Regelungen des IFRS 9 zur Klassifikation und Bewertung von finanziellen Vermögenswerten angepasst.

Die nunmehr veröffentlichte Version von IFRS 9 ersetzt alle vorherigen Versionen. Die erstmalige verpflichtende Anwendung ist für Geschäftsjahre vorgesehen, die am oder nach dem 1. Januar 2018 beginnen. Vorbehaltlich des noch nicht terminierten EU Endorsements ist eine vorzeitige Anwendung zulässig. Mit der Analyse der Auswirkungen von IFRS 9 haben wir begonnen und über eine mögliche vorzeitige Anwendung noch nicht entschieden.

IFRS 15 – Erlöse aus Verträgen mit Kunden

IFRS 15 wurde im Mai 2014 vom IASB veröffentlicht und ersetzt IAS 18 Erlöse, IAS 11 Fertigungsaufträge und eine Reihe von erlösbezogenen Interpretationen. IFRS 15 regelt, wann und in welcher Höhe Erlöse zu erfassen sind. Zudem wird von den Abschlusserstellern gefordert, den Abschlussadressaten informativere und relevantere Angaben als bisher zur Verfügung zu stellen. IFRS 15 gilt für fast alle Verträge mit Kunden – die wesentlichen Ausnahmen sind Leasingverhältnisse, Finanzinstrumente und Versicherungsverträge.

IFRS 15 ist erstmals verpflichtend für Berichtsperioden anzuwenden, die am oder nach dem 1. Januar 2017 beginnen (entsprechende Übernahme im Rahmen des EU-Endorsements vorausgesetzt). Eine vorzeitige Anwendung ist zulässig. Mit der Analyse der Auswirkungen von IFRS 15 haben wir begonnen und über eine mögliche vorzeitige Anwendung noch nicht entschieden.

Darüber hinaus hat das IASB noch weitere Standards bzw. Änderungen von Standards veröffentlicht, die auf künftige Konzernabschlüsse von Zalando voraussichtlich keine Auswirkung haben werden.

02.5.5 EIGENKAPITAL

Das **Gezeichnete Kapital** der Muttergesellschaft wurde im Mai 2014 im Rahmen einer **Bar-kapitalerhöhung** um insgesamt 0,1 Mio. EUR auf 0,2 Mio. EUR aufgestockt und ist voll eingezahlt. Alle Gesellschafter haben im Umfang ihrer Beteiligung an der Erhöhung teilgenommen.

Mit Beschluss der außerordentlichen Hauptversammlung der Gesellschaft vom 11. Juli 2014 wurde das Grundkapital von 0,2 Mio. EUR um 220,1 Mio. EUR auf 220,3 Mio. EUR durch **Umwandlung der Kapitalrücklage** der Gesellschaft in Gezeichnetes Kapital erhöht. Zusätzlich wurde die Umwandlung der Namensaktien der Gesellschaft in auf den Inhaber lautende Stammaktien ohne Nennbetrag unter Beibehaltung der aktuellen Stückelung beschlossen.

Daneben wurden im Rahmen des Börsengangs **neue Aktien** in Höhe von 24,5 Mio. EUR ausgegeben.

Mit der Eintragung der oben genannten Umwandlung sowie der Neuausgabe von Aktien beläuft sich das Gezeichnete Kapital zum 30. September 2014 auf 244,8 Mio. EUR auf den Inhaber lautende Stammaktien ohne Nennbetrag (Stückaktien).

Jede Aktie repräsentiert einen anteiligen Betrag des Gezeichneten Kapitals von 1,00 EUR. Jede Aktie berechtigt zu einer Stimme in der Hauptversammlung der Gesellschaft. Es bestehen keine Stimmrechtsbeschränkungen. Die Aktien sind für Geschäftsjahre ab dem 1. Januar 2014 vollständig dividendenberechtigt.

Die **Kapitalrücklage** beträgt 1.119,0 Mio. EUR (Vorjahr: 833,3 Mio. EUR). Bis zum 30. September 2014 erfolgten Beitragszuführungen aus anteilsbasierten Vergütungen nach IFRS 2 in Höhe von 15,2 Mio. EUR (Vorjahr: 5,3 Mio. EUR) sowie eine Umwandlung von Kapitalrücklagen in Gezeichnetes Kapital in Höhe von 220,1 Mio. EUR. In den anteilsbasierten Vergütungen



MEHR INFORMATIONEN
KONZERNBILANZ S.20

sind die im Rahmen des Mitarbeiterprogramms gewährten Gratis- und vergünstigten Aktien in Höhe von 0,9 Mio. EUR enthalten. Aus der IPO-Kapitalerhöhung wurden 500,8 Mio. EUR in die Kapitalrücklage eingestellt.

Die im Zusammenhang mit der Erstnotierung entstandenen **Transaktionskosten** der Eigenkapitalbeschaffung in Höhe von 11,5 Mio. EUR wurden, gemindert um den damit verbundenen Ertragssteuervorteil in Höhe von 1,4 Mio. EUR, als Abzug von der Kapitalrücklage bilanziert. Die zum Quartalsende erfolgsneutral verrechneten Eigenkapitalbeschaffungskosten berücksichtigen noch nicht die im freien Ermessen von Zalando stehenden Bankgebühren in Höhe von maximal 7,9 Mio. EUR. Diese freiwillig zahlbaren Gebühren sind zum 30. September 2014 nicht passivierungsfähig.

Der **Bilanzverlust** resultiert aus den Verlustvorträgen der vergangenen Berichtsperioden sowie aus dem in der aktuellen Berichtsperiode entstandenen Periodenergebnis.

Die Entwicklung des Eigenkapitals ist in der Eigenkapitalveränderungsrechnung detailliert dargestellt.

02.5.6 ERGEBNIS JE AKTIE

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

EPS UNVERWÄSSERT

	9M 2014	9M 2013	Q3 2014	Q3 2013
Periodenergebnis (in TEUR)	-365	-128.982	-518	-52.350
Unverwässerte gewichtete durchschnittliche Aktienanzahl (in tausend Stück)	220.376	220.279	220.552	220.279
Ergebnis je Aktie (in EUR)	0,00	-0,59	0,00	-0,24

EPS VERWÄSSERT

	9M 2014	9M 2013	Q3 2014	Q3 2013
Periodenergebnis (in TEUR)	-365	-128.982	-518	-52.350
Verwässerte gewichtete durchschnittliche Aktienanzahl (in tausend Stück)	220.376	220.279	220.552	220.279
Ergebnis je Aktie (in EUR)	0,00	-0,59	0,00	-0,24

Das den Gesellschaftern der ZALANDO SE zuzurechnende Ergebnis ist im Berichtszeitraum um 128,6 Mio. EUR von -129,0 Mio. EUR im Neunmonatszeitraum 2013 auf -0,4 Mio. EUR im Neunmonatszeitraum 2014 angestiegen. Das unverwässerte Ergebnis je Aktie hat sich von -0,59 EUR im Berichtszeitraum 2013 auf 0,00 EUR im Berichtszeitraum 2014 verbessert. Für den Berichtszeitraum errechnet sich ein verwässertes Ergebnis je Aktie von ebenfalls 0,00 EUR.

02.5.7 KAPITALFLUSSRECHNUNG

Im Mittelabfluss aus der laufenden Geschäftstätigkeit sind gezahlte Zinsen in Höhe von 2,1 Mio. EUR (Vorjahr: 1,9 Mio. EUR), vereinnahmte Zinsen in Höhe von 0,1 Mio. EUR (Vorjahr: 0,2 Mio. EUR) sowie gezahlte Ertragssteuern von 0,1 Mio. EUR (Vorjahr: 0,6 Mio. EUR) enthalten.

Die liquiden Mittel umfassen sowohl Bankguthaben und Kassenbestände als auch Anteile an Geldmarktfonds. Zum 30. September 2014 belaufen sich die **Geldmarktfondsanteile** auf 50,0 Mio. EUR (Vorjahr: 0 Mio. EUR).

02.5.8 VERBINDLICHKEITEN AUS LIEFERUNGEN UND LEISTUNGEN UND ÄHNLICHE SCHULDEN

Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und ähnliche Schulden beinhalten auch die Schulden aus **Reverse Factoring-Verträgen** in Höhe von 89,1 Mio. EUR (Vorjahr: 37,6 Mio. EUR). Zalando hat mit verschiedenen Lieferanten sowie mit einer Factoring-Gesellschaft Reverse Factoring-Verträge abgeschlossen, nach denen der Factor Forderungen des jeweiligen Lieferanten gegenüber der Zalando-Gruppe kauft.



MEHR INFORMATIONEN
KONZERN-KAPITALFLUSS-
RECHNUNG S.24

02.5.9 SONSTIGE FINANZIELLE VERMÖGENSWERTE

Die sonstigen kurzfristigen finanziellen Vermögenswerte enthalten im Wesentlichen die Forderung auf **Emissionserlöse** aus dem Börsengang in Höhe von 517,4 Mio. EUR. Der Betrag errechnet sich aus den zu erwartenden Emissionserlösen in Höhe von 525,3 Mio. EUR von denen die Basisgebühr (base fee) in Höhe von 7,9 Mio. EUR in Abzug gebracht wurde. Die Forderung gründet im Wesentlichen auf der zum 30. September 2014 bereits erfolgten Übertragung der neu geschaffenen Anteile auf die den Börsengang begleitenden Investmentbanken. Die aus dem Börsengang resultierenden Einzahlungen erfolgten erst nach dem Berichtsstichtag.

02.5.10 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. entscheidungsrelevant.

Die internationale Expansion sowie die zunehmende Etablierung in den von Zalando belieferten Märkten haben zu einer steigenden Diversifizierung der Umsatzverteilung über die verschiedenen Segmente geführt. Der Absatzkanal Zalando Shop wird für das Reporting nach IFRS weiter unterteilt in die geografischen Gebiete **DACH** (Deutschland, Österreich und Schweiz) und Übriges Europa (alle weiteren Länder, in denen wir operieren). Alle weiteren Verkaufskanäle werden zusammengefasst im Segment Sonstige.



MEHR INFORMATIONEN
ERTRAGSLAGE SEGMENTE S.10

Im abgelaufenen Neunmonatszeitraum haben sich die Unternehmensbereiche wie folgt entwickelt:

SEGMENTBERICHTERSTATTUNG 9M 2014

IN TEUR	DACH	ÜBRIGES EUROPA	SONSTIGE	9M 2014
Umsatzerlöse	870.508	597.095	80.878	1.548.481
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	29.926	-33.043	4.149	1.032

SEGMENTBERICHTERSTATTUNG 9M 2013

IN TEUR	DACH	ÜBRIGES EUROPA	SONSTIGE	9M 2013
Umsatzerlöse	733.572	427.423	51.409	1.212.404
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	-24.092	-90.609	-10.970	-125.671

Im dritten Quartal 2014 erwirtschafteten die Unternehmensbereiche folgende Umsätze und Betriebliche Ergebnisse:

SEGMENTBERICHTERSTATTUNG Q3 2014

IN TEUR	DACH	ÜBRIGES EUROPA	SONSTIGE	Q3 2014
Umsatzerlöse	276.301	197.773	27.317	501.391
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	7.480	-11.666	1.628	-2.558

SEGMENTBERICHTERSTATTUNG Q3 2013

IN TEUR	DACH	ÜBRIGES EUROPA	SONSTIGE	Q3 2013
Umsatzerlöse	243.376	141.383	19.062	403.821
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	-11.007	-34.173	-5.760	-50.940

Das Finanzergebnis der Gruppe ist den Segmenten nicht zugeordnet.

02.5.11 ANGABEN ÜBER BEZIEHUNGEN ZU NAHESTEHENDEN UNTERNEHMEN UND PERSONEN

Zalando hat im Berichtszeitraum Transaktionen im Rahmen des gewöhnlichen Geschäftsverkehrs mit nahestehenden Unternehmen getätigt. Die Geschäfte wurden wie unter fremden Dritten abgeschlossen. Die Unternehmen, mit denen Lieferung- und Leistungsbeziehungen bestehen, sind zum Berichtsstichtag als sonstige nahestehende Unternehmen und Personen einzuordnen. Seit Dezember 2013 ist das Unternehmen Bestseller A/S, Brande, Dänemark, Anteilseigner und nahestehendes Unternehmen der Zalando-Gruppe. Daneben bestehen mit Bestseller A/S, Brande, Dänemark Rahmenverträge über den Einkauf von Waren. Aus dieser Geschäftsbeziehung sind in der Berichtsperiode vom 1. Januar bis 30. September 2014 Waren in Höhe von 57,2 Mio. EUR gekauft worden.

Im Zusammenhang mit der Platzierung der Angebotsaktien handelte Morgan Stanley für Rechnung der Konsortialbanken bis zum 27. Oktober 2014 als Stabilisierungsmanager und konnte als solcher Mehrzuteilungen vornehmen und Stabilisierungsmaßnahmen ergreifen, um den Marktpreis der Aktien der Gesellschaft zu stützen und dadurch einem etwaigen Verkaufsdruck entgegenzuwirken. Im Rahmen einer solchen **Mehrzuteilung** wurden dem Stabilisierungsmanager 2.008.380 Aktien aus dem Aktienbesitz der Rocket Internet AG, Berlin, Deutschland, in Form eines Wertpapierdarlehens zur Verfügung gestellt.



MEHR INFORMATIONEN
02.5.1 INFORMATIONEN ZUM
UNTERNEHMEN S.25

02.5.12 EREIGNISSE NACH DEM BILANZSTICHTAG

Zu den Ereignissen im Rahmen des Börsengangs verweisen wir auf die oben genannten Angaben unter **Punkt 02.5.1**.

Darüber hinaus gab es nach dem Bilanzstichtag keine Ereignisse von besonderer Bedeutung, die einen wesentlichen Einfluss auf die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage hatten.

Berlin, den 24. November 2014

Der Vorstand

ROBERT GENTZ
VORSTANDSMITGLIED ZALANDO SE

DAVID SCHNEIDER
VORSTANDSMITGLIED ZALANDO SE

RUBIN RITTER
VORSTANDSMITGLIED ZALANDO SE

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 2014 bis 30. September 2014, 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, 24. November 2014

Ernst & Young GmbH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Ludwig Dr. Röders
Wirtschaftsprüfer Wirtschaftsprüfer

03.1 GLOSSAR

Den in diesem Lagebericht veröffentlichten Leistungsindikatoren kommt die im Folgenden beschriebene Bedeutung zu.

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

Wir definieren den Anteil der Site Visits über mobile Endgeräte 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 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 die Aufwendungen wegen 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.

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 der 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.

Frei verfügbarer Cashflow

Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit abzüglich Cashflow aus Investitionstätigkeit.

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.

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

<u>DATUM</u>	<u>TERMIN</u>
Donnerstag, 5. März	Veröffentlichung der Ergebnisse für das Geschäftsjahr 2014
Dienstag, 12. Mai	Veröffentlichung der Ergebnisse für das 1. Quartal 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, LAYOUT UND SATZ

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

BILDNACHWEIS

Zalando Lookbook AW 2014/2015, Fotograf: Ben Weller.
Hier gelangen Sie zum Lookbook.

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

ZALANDO SE
Tamara-Danz-Straße 1
10243 Berlin
Deutschland

