

## 2.5 Prognosebericht

- Der Interneteinzelhandel soll in Europa und in Deutschland weiterhin signifikant wachsen
- Für Online-Modeverkäufe wird 2018 ein Plus von 9,7 % in Europa und von 14,8 % in Deutschland prognostiziert
- Zalando will seinen profitablen Wachstumskurs fortsetzen und weitere Marktanteile hinzugewinnen
- Der Umsatz soll 2018 um 20 %–25 % wachsen, das bereinigte EBIT soll zwischen 220 Mio. EUR und 270 Mio. EUR liegen

### 2.5.1 Künftige gesamtwirtschaftliche und branchenbezogene Situation

Es wird erwartet, dass der europäische Interneteinzelhandel weiterhin ein starkes Wachstum erzielt. Der europäische Einzelhandel soll 2018 ein Wachstum von knapp 1,5 % gegenüber dem Vorjahr erreichen, während dem Online-Handel eine Steigerung um 13,2 % prognostiziert wird.<sup>39</sup> Ähnlich wird in Deutschland für den Einzelhandel ein Wachstum von 1,9 % erwartet, während der Interneteinzelhandel 2018 um 10,9 % wachsen soll.<sup>40</sup>

Für die Online-Modebranche in Europa und Deutschland wird ebenfalls weiteres Wachstum erwartet. Auf europäischer Ebene wird ein minimales Wachstum der Modeverkäufe von 0,8 % prognostiziert, während Modeverkäufe in Deutschland sogar noch weniger (0,3 %) zunehmen sollen.<sup>41</sup> Demgegenüber wird für die Online-Modeverkäufe ein wesentlich schnelleres Wachstum in beiden Regionen vorausgesagt. Die Online-Modeverkäufe werden sich in Europa 2018 erwartungsgemäß um ca. 9,7 % erhöhen, für Deutschland wird von einem starken Wachstum von 14,8 %<sup>42</sup> gegenüber dem Vorjahr ausgegangen.

Zalando sieht sich mit seiner hohen Markenbekanntheit in Europa, seinem großen Kundenstamm, guten Lieferantenbeziehungen, der bereits aufgebauten Infrastruktur sowie seinen Kapazitäten im Hinblick auf Mode und Mobiltechnologie 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 darüber hinaus einen erheblichen Vorteil gegenüber nicht spezialisierten E-Commerce-Händlern.

### 2.5.2 Künftige Entwicklung des Konzerns

Das Ziel des Unternehmens besteht darin, wesentlich schneller zu wachsen als der Online-Markt und dabei den Marktanteil deutlich auszuweiten. Fortlaufende Investitionen in Zalandos Leistungsangebot an seine Kunden ermöglichen dieses Wachstum. Für das Zalando-Management ist dies die richtige Strategie zur Wertmaximierung.



Ende der  
Schnelleseinformationen

39) Euromonitor, Europa ohne Russland, Deutschland  
40) Euromonitor, Europa ohne Russland  
41) Euromonitor, Deutschland  
42) Euromonitor, Europa ohne Russland, Deutschland

Auch im Jahr 2018 investieren wir weiter in die wichtigsten Bestandteile des Leistungsangebots an die Kunden:

- **Digitales Erlebnis:** Wir konzentrieren uns darauf, das beste digitale Erlebnis für Online-Mode zu schaffen. Ein wichtiger Aspekt des Kundenerlebnisses ist der Grad an Personalisierung. Daher plant Zalando, allen Kunden ihren eigenen personalisierten Zalando-Store zu bieten, um aufgrund des immer weiter wachsenden Sortiments das Angebot individuell auf die einzelnen Kunden auszurichten.
- **Kundennutzen:** Zalando tätigt weiterhin umfangreiche Investitionen in den Kundennutzen. Im Jahr 2018 wird Zalando seine Logistikaktivitäten zur Erhöhung der Effizienz und Geschwindigkeit weiter automatisieren. Der Bau zweier Logistikzentren in Polen und eines in Italien sowie des Satellitenlagers in Schweden wird fortgesetzt. Darüber hinaus werden wir ein neues Logistikzentrum für unser Lounge-Geschäft errichten.
- **Sortiment:** Zalando bietet Kunden in 15 europäischen Märkten Zugriff auf mehr als 300.000 Artikel von rund 2.000 Marken und plant, dieses Angebot auf zwei weitere europäische Märkte auszuweiten. Wir arbeiten daran, uns ständig weiterzuentwickeln, indem wir unser Sortiment fortlaufend erweitern, u. a. durch den Launch weiterer Marken, die Einführung der neuen Beauty-Kategorie sowie die Ausweitung unseres Partnerprogramms.
- **B2B-Dienste:** Der weitere Ausbau von Plattforminitiativen wie etwa Zalando Media Solutions und Zalando Fulfillment Solutions wird zusätzliche Wachstumschancen schaffen.

Kurzum: Wir werden weiter hart daran arbeiten, das Kundenerlebnis noch attraktiver zu gestalten.

Zalando will 2018 seinen Marktanteil erneut ausweiten und wesentlich schneller wachsen als der europäische Online-Modemarkt, für den 2018<sup>43</sup> ein Wachstum von rund 10 % erwartet wird. So prognostiziert die Gesellschaft für das Geschäftsjahr 2018 ein Umsatzwachstum in einem Korridor von 20 % bis 25 % (Geschäftsjahr 2017: 23,4 %). Vor allem der Anstieg der Anzahl von aktiven Kunden sowie die Erhöhung der Anzahl der Bestellungen pro aktivem Kunden wird voraussichtlich für das starke Umsatzwachstum verantwortlich sein. Wir erwarten, dass wie in der Vergangenheit beide Faktoren in etwa gleich zum Umsatzwachstum beitragen werden.

Zalando geht davon aus, weiter profitabel zu wachsen und 2018 auch einen Anstieg des bereinigten EBIT zu verzeichnen. So rechnet die Gesellschaft mit einem bereinigten EBIT von 220,0 Mio. EUR bis 270,0 Mio. EUR (EBIT 185,0 Mio. EUR bis 235,0 Mio. EUR) (Geschäftsjahr 2017: bereinigtes EBIT von 215,1 Mio. EUR; EBIT von 187,6 Mio. EUR).

Aufgrund anhaltend hoher Logistikinvestitionen wird das Investitionsvolumen voraussichtlich auf einem erhöhten Niveau von 350 Mio. EUR bleiben.

43) Euromonitor, Europa ohne Russland, Deutschland

### 2.5.3 Gesamtaussage des Vorstands der ZALANDO SE

Insgesamt beurteilt der Vorstand den Verlauf des Geschäftsjahres 2017 und die wirtschaftliche Lage von Zalando als positiv. Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurde wieder Profitabilität auf Konzernebene erreicht. Zalando verzeichnete ein deutliches Wachstum, tätigte wichtige langfristige Investitionen und erreichte eine solide Profitabilität. Das Unternehmen ist in allen Märkten beachtlich gewachsen und hat seine Marktposition weiter verbessert. Zalando wird 2018 voraussichtlich an die starke Geschäftsentwicklung des vergangenen Geschäftsjahres anknüpfen können.

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

## 2.6 Ergänzende Lageberichterstattung zum Einzelabschluss der ZALANDO SE

Der Lagebericht und der Konzernlagebericht der ZALANDO SE wurden zusammengefasst. Die folgenden Erläuterungen basieren auf dem Jahresabschluss der ZALANDO SE, der nach den Vorschriften des deutschen Handelsgesetzbuchs (HGB) und des Aktiengesetzes in Verbindung mit Art. 61 EU-VO 2157/2001 aufgestellt wurde.

### 2.6.1 Geschäftstätigkeit

Die ZALANDO SE ist die Muttergesellschaft des Zalando-Konzerns. Ihr Sitz ist als Konzernzentrale in Berlin angesiedelt. Die Geschäftstätigkeit umfasst im Wesentlichen die Entwicklung, Beschaffung, Vermarktung und den Handel mit Waren verschiedener Art, insbesondere Bekleidung und Schuhe. Weitere Aufgaben umfassen das Management der Onlineshops, das Personalmanagement, die IT, das Finanzmanagement sowie das Risikomanagement. Die länderspezifischen Websites von Zalando sowie die Webseiten der Zalando Lounge sind Teil der ZALANDO SE.

GRI 102-3

Die ZALANDO SE wird als Konzernobergesellschaft durch ihren Vorstand vertreten, der für die Ausrichtung des Konzerns zuständig ist und die Strategie des Unternehmens bestimmt.

Der Jahresabschluss der ZALANDO SE wird nach deutschem Handelsrecht aufgestellt. Der Konzernabschluss wird nach den International Financial Reporting Standards (IFRS), wie sie in der EU anzuwenden sind, aufgestellt. Daraus ergeben sich Unterschiede bei den Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden. Die Unterschiede betreffen vor allem die Rückstellungen, das Anlagevermögen, Finanzinstrumente und latente Steuern.