

Please note that this translation is for information purposes only. In case of any discrepancies between this version and the English/German, the English/German version shall prevail.

Zalando blijft groeien in 2015

- **Verwachte omzetstijging van 20-25 procent**
- **Verwachte EBIT-marge voor 2015 ongeveer op gelijk niveau ten opzichte van 2014**
- **Bedrijf zal in 2015 modeplatform uitbreiden, er wordt op grote schaal nieuw personeel geworven**
- **2014 met succes afgesloten, DACH duidelijk winstgevend**

Berlijn, 5 maart 2015 – Zalando SE, Europa's toonaangevende online modeplatform, beoogt een groeistijging in 2015. Het doel is een omzetstijging van 20-25 procent. Het bedrijf blijft zich concentreren op winstgevende groei en kapitaalefficiëntie. Voor 2015 verwacht Zalando een EBIT-marge vergelijkbaar met het sterke niveau van 2014 gevoerd door groei-investeringen op lange termijn: Zalando zal zijn modeplatform verder uitbreiden en meer mogelijkheden bieden om klanten en merken met elkaar te verbinden. Er lopen al diverse projecten waaronder Zalando's onlangs gelanceerde personal shopping-optie en extra categorieën, bijvoorbeeld binnen sportkleding voor dames. Om de uitbreiding van zijn modeplatform te ondersteunen, gaat Zalando op grote schaal nieuw personeel werven.

Rubin Ritter, lid van de Raad van Bestuur, zei: “Zalando is in de positie om sneller te blijven groeien dan de Europese online modemarkt alsmede om deze te stimuleren. We hebben ongeëvenaarde toegang tot klanten en merken en beschikken over de nodige infrastructuur met een capaciteit voor toekomstige groei. We gaan zeker niet afremmen, niet eens een beetje.”

Zalando had een zeer succesvol jaar in 2014 met aanhoudende sterke omzetgroei boven het marktgemiddelde en bereikte voor de eerste keer in zijn gehele groep jaarlijkse EBIT-winstgevendheid, waarmee de voorlopige cijfers bevestigd werden. De bedrijfsomzet steeg in 2014 met ongeveer 26 procent tot 2,2 miljard euro (2013: 1,8 miljard euro), waarmee het marktaandeel van Zalando in de Europese online modemarkt verder gestegen is. Het DACH-segment groeide met ongeveer 17 procent tot 1,2 miljard euro (2013: 1,1 miljard euro), terwijl de rest van het Europa-segment met ongeveer 37 procent groeide tot 0,9 miljard euro (2013: 0,6 miljard euro). Zalando bereikte in zijn gehele groep een aangepaste EBIT van 82 miljoen euro¹ (2013: -109 miljoen euro), hetgeen overeenkomt met een aangepaste EBIT-marge van 3,7 procent. De DACH-

¹ Justerat för att exkludera aktiebaserade kompensationskostnader på eget kapital.

regio is nu duidelijk winstgevend met een aangepaste EBIT van 83 miljoen euro (2013: 8 miljoen euro) of een marge van 6,7 procent (2013: 0,8 procent). Het segment Europa-overig is op een versnelde weg richting winstgevendheid met een marge van -1,3 procent (2013: -15,7 procent).

In het vierde kwartaal van 2014 bereikte Zalando een omzet van 666 miljoen euro, een stijging van ongeveer 21 procent ten opzichte van het voorjaarskwartaal (K4 2013: 550 miljoen euro). Blijvende operationele verbetering over verschillende kostenlijnen, vooral de kosten van verkoop en marketing, leidde tot een sterke winstgevendheid in het vierde kwartaal. Aangepaste EBIT bedroeg 66 miljoen euro op groepsniveau, hetgeen overeenkomt met een EBIT-marge van 9,9 per cent, en zelfs 12,3 procent in de DACH-regio. Zalando genereerde een sterke vrije cashflow van 73 miljoen euro in het vierde kwartaal (2013: 36 miljoen euro), gedreven door een sterke operationele cashflow en de voortdurende focus op het efficiënt gebruik van kapitaal.

Tegen het einde van 2014 telde Zalando 14,7 miljoen actieve klanten, waarbij in het vierde kwartaal ongeveer 600.000 nieuwe actieve klanten werden toegevoegd. Zalando heeft zich ook als aantrekkelijke partner gepositioneerd voor internationale merken zoals Topshop of GAP, evenals voor lokale modelabels. Het aantal mobiele bezoekers bereikte een nieuw record: 48 procent van de bezoekers in het vierde kwartaal bezocht Zalando vanaf een smartphone of tablet. In een aantal landen steeg dit aantal zelfs tot 60 procent tijdens de Kerstperiode. Het streven naar mobiel verkeer was een belangrijk thema gedurende het hele jaar, waarbij het mobiele aandeel steeg van 27 procent in 2013 tot 42 procent in 2014. De Zalando-App werd tegen het einde van 2014 meer dan 7 miljoen keer gedownload.

Meer informatie is te vinden in ons online jaarverslag "De Zalando Code": <https://corporate.zalando.com/en/annual-report-2014>. Zalando publiceert de jaarcijfers voor het eerste kwartaal van 2015 op 12 mei 2015.

Tabel 1: Zalando Group – Omzet en aangepaste EBIT (in miljoen euro)

	BJ 2014	BJ 2013	K4 2014	K4 2013
Omzet van de groep	2.214,0	1.762,0	665,6	549,6
% groei	25,7%	52,1%	21,1%	36,1%
DACH ¹	1.234,0	1.056,1	363,5	322,5
% groei	16,8%	36,6%	12,7%	28,8%
Rest van Europa ²	862,6	630,2	265,5	202,8
% groei	36,9%	87,6%	31,0%	47,4%
Overig ³	117,4	75,7	36,5	24,3
% groei	55,0%	51,9%	50,2%	53,0%
Aangepaste EBIT van de groep⁴	81,9	(108,6)	65,7	13,5
Aangepaste EBIT-marge van de groep	3,7%	(6,2%)	9,9%	2,4%
DACH ^{1 4}	83,0	8,2	44,8	30,3
Aangepaste EBIT-marge	6,7%	0,8%	12,3%	9,4%
Rest van Europa ^{2 4}	(11,6)	(99,1)	16,2	(9,6)
Aangepaste EBIT-marge	(1,3%)	(15,7%)	6,1%	(4,7)
Overig ^{3 4}	10,5	(17,7)	4,8	(7,3)
Aangepaste EBIT-marge	9,0%	(23,5%)	13,0%	(30,0%)

1. Het segment DACH bestaat uit Duitsland, Oostenrijk en Zwitserland.

2. Het segment Rest van Europa bestaat uit alle overige Europese landen waarin Zalando thans actief is.

3. Alle overige verkoopkanalen zijn gegroepeerd in het segment "Overig", waar onder meer de Zalando Lounge en onze Zalando-outletwinkels in Berlijn en Frankfurt in ondergebracht zijn.

4. Exclusief de kosten van op aandelen gebaseerde vergoedingsregelingen.

Over Zalando

Zalando (<https://corporate.zalando.com>) is een toonaangevende pure play online fashion shop in Europa voor vrouwen, mannen en kinderen. Wij bieden onze klanten op één plek een praktische shopervaring met een uitgebreid aanbod aan fashion: schoenen, kleding en accessoires. Dit wordt aangeboden met gratis verzending en retour. Ons assortiment van meer dan 1.500 internationale merken bestaat uit wereldwijde populaire, fast fashion en lokale merken, aangevuld met artikelen van onze private labels. Ons lokale aanbod richt zich op de verschillende voorkeuren van onze klanten in elk van de 15 Europese markten waar we leveren: Oostenrijk, België, Denemarken, Finland, Frankrijk, Duitsland, Italië, Luxemburg, Nederland, Noorwegen, Spanje, Zweden, Zwitserland, Polen en het Verenigd Koninkrijk. Ons logistieke netwerk met drie centraal gelegen distributiecentra in Duitsland laat ons toe om onze klanten in heel Europa efficiënt te bedienen. Wij geloven dat wij met onze integratie van mode, bedrijfsprocessen en online technologie een overtuigend aanbod kunnen bieden aan zowel onze klanten als partners.

Zalando's websites hebben meer dan 100 miljoen bezoekers per maand waarvan, in het vierde kwartaal van 2014, 48 procent de online retailer via mobiele apparaten bereikte. Dit resulteerde in 15 miljoen actieve klanten aan het einde van het kwartaal.

Contact

Boris Radke

Head of Corporate Communications

Phone: +49 (0)30-209 68 1038

Email: Boris.Radke@zalando.de