

## 02.5 PROGNOSEBERICHT

- Für den Interneteinzelhandel in Europa und in Deutschland wird ein weiterhin starkes Wachstum prognostiziert
- 2017 wird für Online-Modeverkäufe in Europa ein Plus von 8,7 % und in Deutschland von 9,8 % erwartet
- Zalando will seinen profitablen Wachstumskurs fortsetzen und weitere Marktanteile hinzugewinnen
- Der Umsatz soll 2017 um 20 %-25 % wachsen, die bereinigte EBIT-Marge soll zwischen 5,0 % und 6,0 % liegen

### 02.5.1 KÜNFTIGE GESAMTWIRTSCHAFTLICHE UND BRANCHENBEZOGENE SITUATION

Es wird erwartet, dass der europäische Interneteinzelhandel weiterhin ein starkes Wachstum erzielt. So soll der europäische Einzelhandel<sup>34</sup> 2017 ein Wachstum von knapp 1,7 % gegenüber dem Vorjahr erreichen, während dem Online-Handel eine Steigerung um 11,4 % prognostiziert wird. In Deutschland zeichnet sich ein ähnliches Bild ab. Die Prognose für den Einzelhandel für 2017 liegt bei etwa 2,2 %, für den Internethandel hingegen bei über 13,6 %. Der Verband der deutschen Internetwirtschaft<sup>35</sup> geht zudem davon aus, dass E-Commerce-Aktivitäten bis 2017 für über die Hälfte (53 %) des deutschen BIP verantwortlich zeichnen werden – ein Anstieg um 16 % im Vergleich zur E-Commerce-Aktivität 2012.

Für die Online-Modebranche in Europa und Deutschland wird ebenfalls weiteres Wachstum erwartet. Auf europäischer Ebene wird eine Stagnation der Modeverkäufe prognostiziert (+0,5 %), und die Modeverkäufe in Deutschland sollen sogar leicht rückläufig ausfallen (Rückgang um 0,2 %). Demgegenüber wird für die Online-Modeverkäufe ein wesentlich schnelleres Wachstum in Europa und in Deutschland vorausgesagt. Die Online-Modeverkäufe werden sich 2017 um ca. 8,7 % erhöhen, für Deutschland wird von einem Wachstum um annähernd 9,8 % gegenüber dem Vorjahr ausgegangen<sup>36</sup>.

Mit der Weiterentwicklung von E-Commerce-Modellen und der zunehmenden Offenheit der Konsumenten gegenüber dem Online-Shopping erwartet Zalando, dass der Online-Anteil im Modehandel auch 2017 weiter stark ansteigen wird. Zalando sieht sich mit seiner hohen Markenbekanntheit in Europa, seinem großen Kundenstamm, guten Lieferantenbeziehungen und der bereits aufgebauten Infrastruktur sowie seinen Kapazitäten im Hinblick auf Mode und Mobiltechnologie gut positioniert, um von diesen günstigen Marktgegebenheiten für den Online-Handel 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.

34) Euromonitor, Europa ohne Russland

35) Verband der deutschen Internetwirtschaft

36) Euromonitor, Europa ohne Russland und Deutschland

### 02.5.2 KÜNFTIGE ENTWICKLUNG DES KONZERNS

Zalando will seinen profitablen Wachstumskurs auch in der Zukunft fortsetzen und Marktanteile gewinnen. Mit diesem Ziel hat das Management drei Investitionsbereiche definiert, die auch im Geschäftsjahr 2017 die Grundlage für den langfristigen Erfolg bilden sollen. Wir werden unseren Fokus auf Investitionen in unser Leistungsangebot für Kunden und Lieferanten sowie in unsere Technologien und operative Infrastruktur legen, um sicherzustellen, dass die Gesellschaft durch weitere Marktanteile und eine gestärkte Wettbewerbsposition weiter wachsen kann. Die Finanzstrategie des Managements zielt auf Umsatzsteigerungen unter Beibehaltung eines soliden Rentabilitätsniveaus ab.

Vor dem Hintergrund eines fortgeführten Online-Marktwachstums prognostiziert das Management für das Geschäftsjahr 2017 ein Umsatzwachstum in einem Korridor von 20 %–25 %. Im Geschäftsjahr 2017 wird sich das Umsatzwachstum erwartungsgemäß vor allem aus einer weiterhin starken Zunahme der Bestellungen ergeben. Für die durchschnittliche Warenkorbgröße gehen wir im Jahresvergleich von keinen wesentlichen Veränderungen aus.

Das Management erwartet neben den fortlaufenden Investitionen in das Leistungsangebot an Kunden und Lieferanten sowie in die Infrastruktur wieder starke Profitabilität mit einer bereinigten EBIT-Marge von 5,0 %–6,0 % für das Geschäftsjahr 2017 (unbereinigten EBIT-Marge von 4,6 %–5,6 %).

### 02.5.3 GESAMTAUSSAGE DES VORSTANDS DER ZALANDO SE

Insgesamt beurteilt der Vorstand den Verlauf des Geschäftsjahres 2016 und die wirtschaftliche Lage von Zalando als sehr positiv. Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurde wieder Profitabilität auf Konzernebene erreicht. Zalando verzeichnete ein deutliches Wachstum, tätigte wichtige langfristige Investitionen und erreichte eine starke Profitabilität. Das Unternehmen ist in allen Märkten beachtlich gewachsen und hat seine Marktposition weiter verbessert. Zalando wird 2017 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 über die voraussichtliche Entwicklung abweichen, wenn eine der genannten oder andere Unsicherheiten eintreten oder sich die den Aussagen zugrunde liegenden Annahmen als unzutreffend erweisen.



Ende der  
Schnelleseinformationen