



# Unternehmenspräsentation

## SdK Schutzgemeinschaft der Kapitalanleger e.V.

8. Juni 2021  
Jan Edelmann, Investor Relations





## Enorme Reichweite



**20**  
Europäische Märkte



**>85%**  
Mobile Nutzung



**>5 Mrd**  
Seitenbesuche



**~42 Mio**  
Aktive Kunden

## Lokalisiertes Angebot



**>4.000**  
(lokale) Marken



**>20**  
Bezahlmethoden



**>20**  
Logistikpartner



**13**  
Sprachen

Starting  
Point for  
Fashion

## Von einem Keller voller Schuhe...



~2009

## ...zur größten europäischen Modeplattform



2012+

**Zalando wird noch immer von seinen Gründern geführt,**

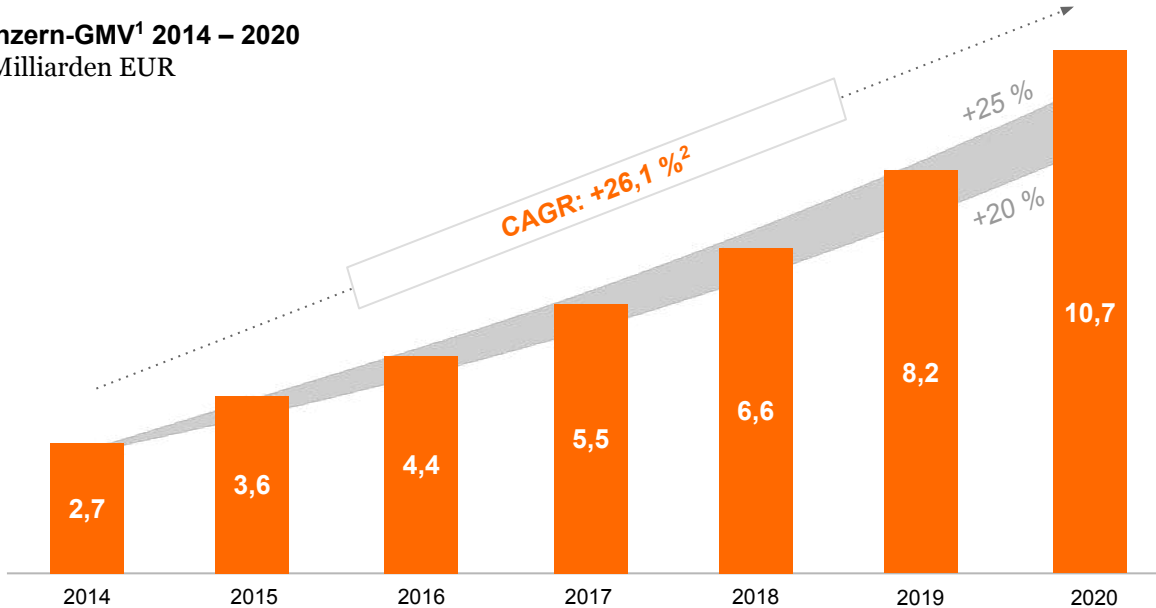
ergänzt durch hochqualifizierte Experten, die einen abgerundeten Blick auf das Geschäft sicherstellen



# Zalando ist ein Wachstumsunternehmen: Seit 2014 haben wir unser Geschäft vervierfacht



**Konzern-GMV<sup>1</sup> 2014 – 2020**  
in Milliarden EUR



- ✓ **2–3 mal schneller gewachsen** als der europäische Online-Modemarkt<sup>3</sup>
- ✓ **Das 2017 für 2020 gesetzte Ziel von 10 Mrd. EUR GMV übertroffen**
- ✓ **Nachhaltig profitabel** bei weiter hohen Wachstumsinvestitionen

1) Bruttowarenvolumen (GMV) inkl. MwSt.

2) Compound Annual Growth Rate (CAGR): dt. Durchschnittliche jährliche Wachstumsrate

3) Quelle: Euromonitor International, Februar 2021. Werte auf Basis von Ist-Werten und Schätzungen; feste Wechselkurse. Modedaten inkl. Bekleidung und Schuhe, Taschen und Gepäck, Schmuck und Uhren. Daten für Europa (ohne Russland) inkl. MwSt.

**Wir sind ein wahrhaft Europäisches Unternehmen, aktiv**  
in 20 Europäischen Märkten...



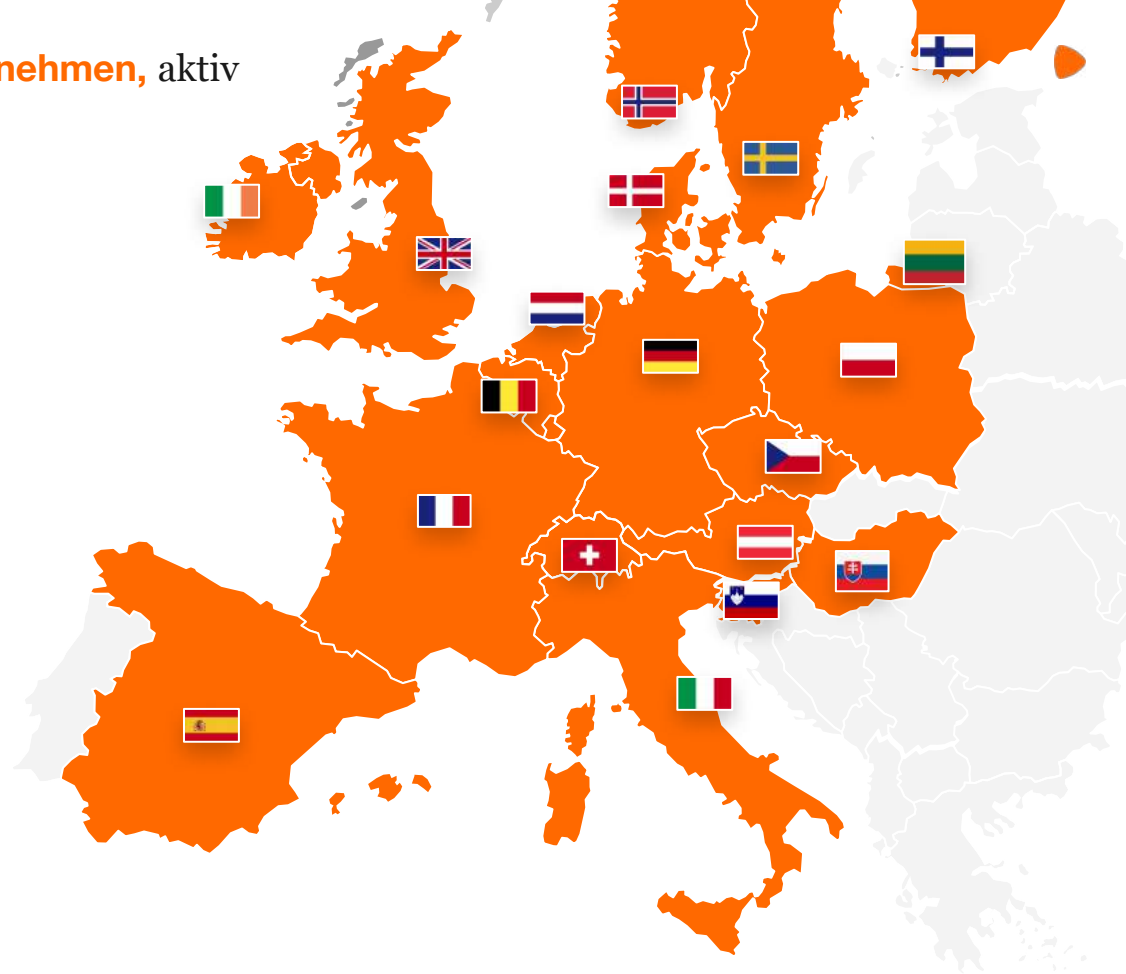
**>50% des GMV** wird außerhalb der  
**DACH-Region** erzielt



Mehr als **1 Mrd EUR in GMV** in  
**Skandinavien**



Stärkstes **Wachstum bei aktiven**  
**Kunden in Südeuropa**



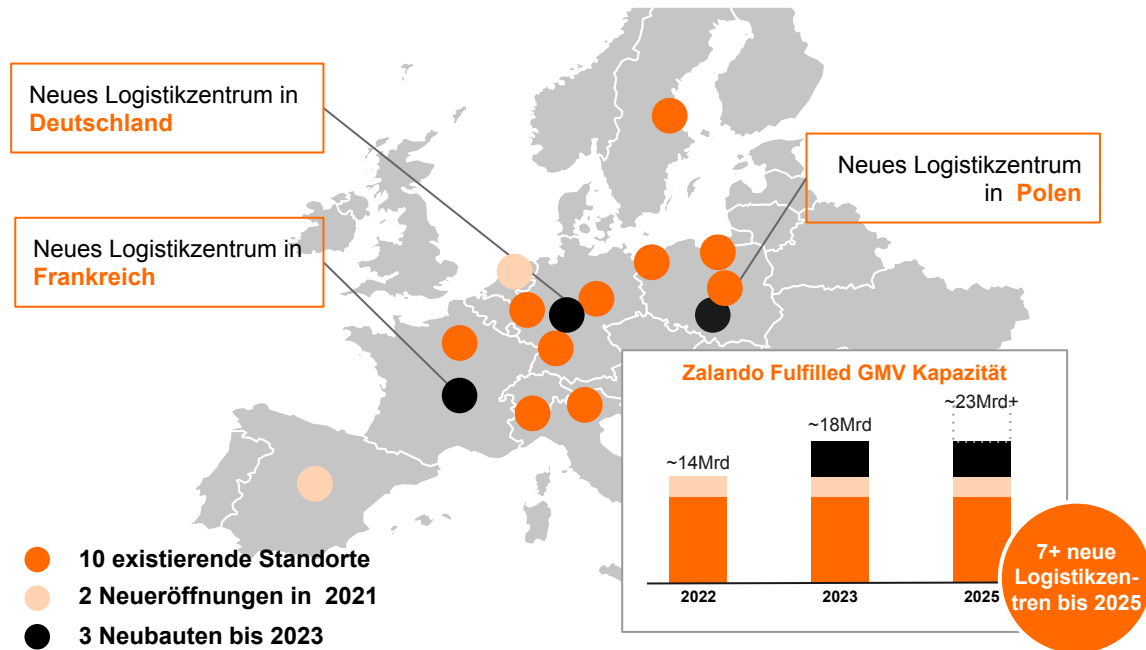


# ...wobei unser Europäisches Logistiknetzwerk eine Schlüsselrolle einnimmt

## Schwerpunktbereiche

- **Angebot** an immer **schnellerer** und **bequemeren Lieferoptionen** für unsere Kund\*innen.
- **Ausgeweitetes Angebot** an **nachhaltigen Logistiklösungen** für unsere Kund\*innen.
- **Ausreichende Kapazität** um unsere **langfristigen Wachstumsziele** zu erreichen.
- **Fokus auf Kosteneffizienz** durch speziell zugeschnittene Automatisierungslösungen.

## Zalando' Europäisches Logistiknetzwerk





# **Unsere Vision:** Der Starting Point for Fashion in Europa

# Erste Anlaufstelle für Mode



Wir machen unseren Kunden ein individuelles und überzeugendes **Modeangebot...**



**Grenzenlose Auswahl**

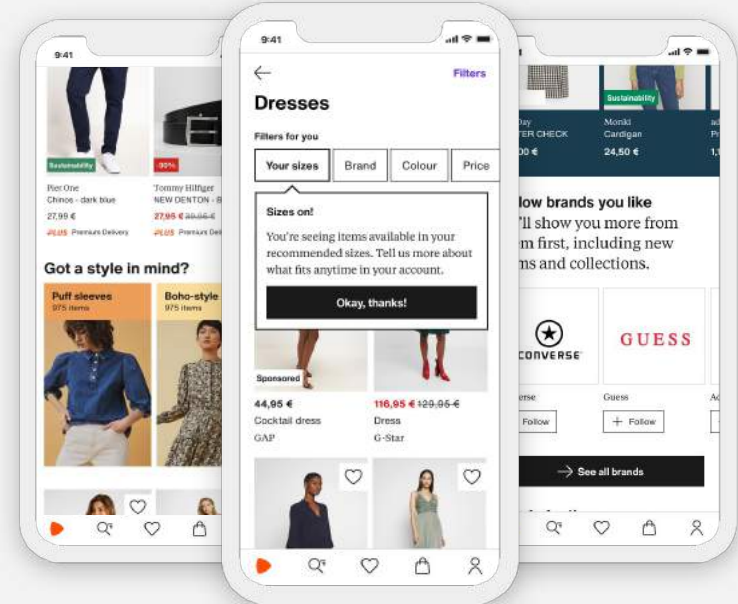


**Nahtlose Bequemlichkeit**



**Maßgeschneiderte digitale Kundenerfahrung**

...und Zalando zu DER **App für Mode**

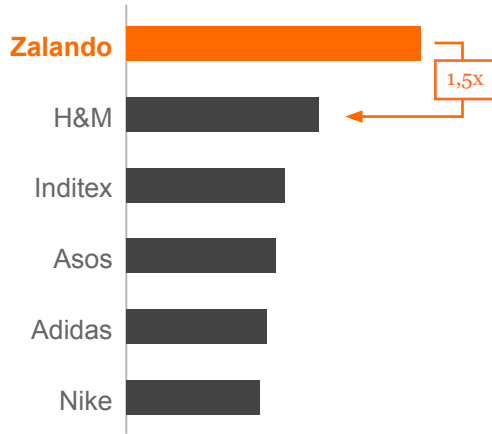




## Starting Point Vision:

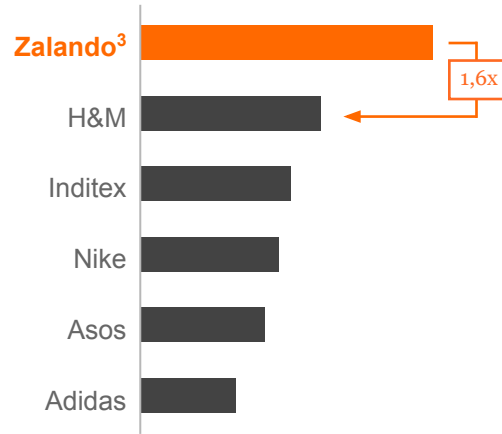
Wichtige Kennzahlen zeigen eindeutig in richtige Richtung

### Meistbesuchte Anlaufstelle für Mode Unique Visitors gesamt 2020<sup>1</sup>



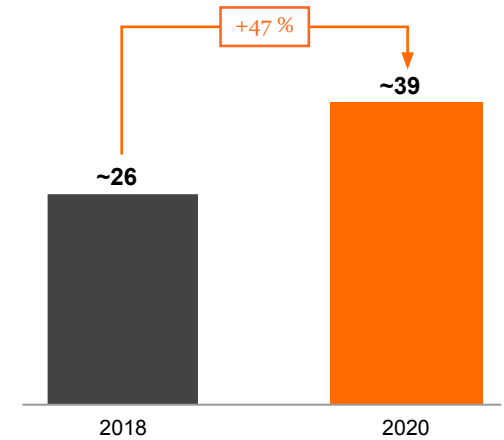
**~5,4 Mrd. Besuche insgesamt in 2020**

### Meist heruntergeladene Mode-App App-Downloads gesamt 2020<sup>2</sup>



**57 % der Bestellungen über die App**

### ~39 Mio. aktive Kund\*innen Aktive Kund\*innen # Mio.



**4,8 Bestellungen pro aktive\*r Kund\*in**

1) Quelle: Comscore, Februar 2021  
2) Quelle: SensorTower, Februar 2021



# Um unsere Vision zu erreichen: Transformation zur Plattform

## Kern-Baustein unserer Starting Point Vision:

Transformation zu einem Plattform-Geschäftsmodell...



### Einzelhandelsgeschäft

Zalando kauft die Ware von Modemarken, lagert diese in eigenen Logistikzentren ein und verkauft die Ware auf eigene Rechnung an Kunden. Zalando übernimmt die Preissetzung und das Merchandising. Das Warenrisiko liegt bei Zalando.

## Plattformgeschäft (Direct-to-Consumer)



### Partner Program

Partner werden an Zalando Plattform angebunden und verkaufen auf eigene Rechnung an Zalando Kunden. Partner übernimmt Preissetzung und Merchandising. Partner trägt das Warenrisiko.

Höhere Verfügbarkeit + zusätzliches Angebot.



### Connected Retail

Anbindung physischer Geschäfte an Zalando Plattform und Verkauf auf eigene Rechnung an Zalando Kunden. Einzelhändler übernimmt Preissetzung und Merchandising. Partner trägt das Warenrisiko.

Höhere Verfügbarkeit + zusätzliches Angebot.

...ergänzt um **Plattform-Dienstleistungen**, welche unsere Partner auf Zalando zusätzlich erfolgreich macht



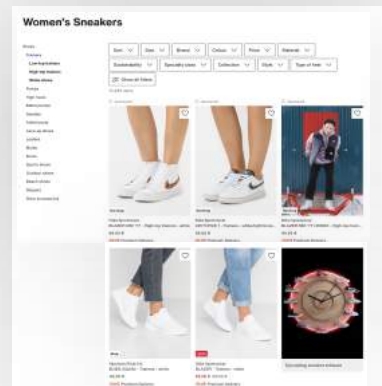
## Zalando Fulfillment Solutions

### Bündeln von Paketen und Retouren



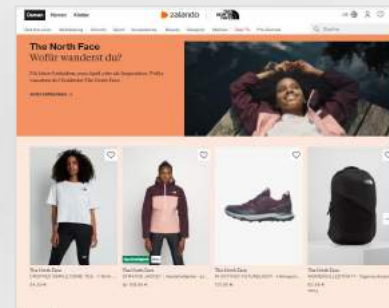
## Zalando Marketing Services

### Nachfragestimulierung



Nachfragestimulierung durch **gezielte Produktplatzierung im Katalog**

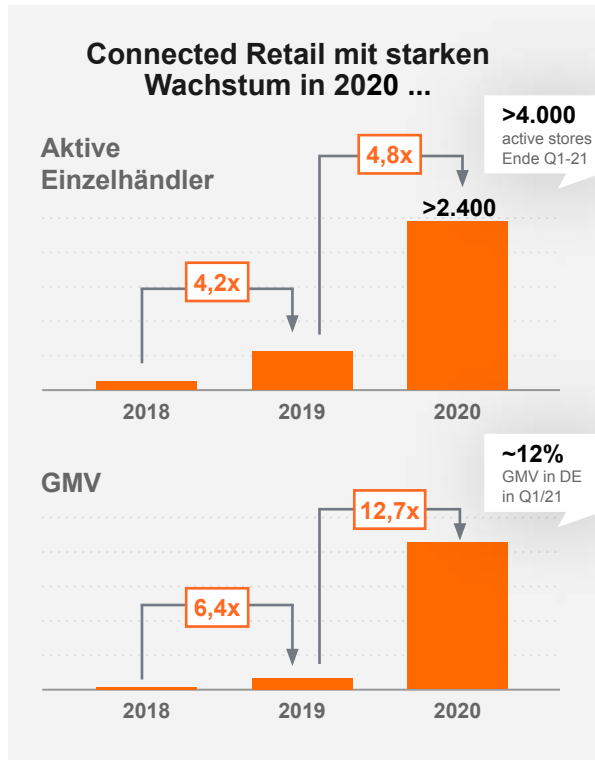
### Branding



Steigerung der **Markenbekanntheit auf Zalando und anderen Kanälen**

## Connected Retail

### Anbindung des stationären Einzelhandels an unsere Plattform



**... und Einzelhändler machen es zum festen Bestandteil ihrer Strategie...**

“Für den Kunden ist die enge Verknüpfung von stationärem und online Einzelhandel ein **großer Vorteil**, da dies ihnen **Möglichkeiten bietet**, über die wir heute wahrscheinlich noch gar nicht kennen. Und ich denke, wir kratzen hier nur an der Oberfläche.”

Heiko Ronge, CEO PTH Group



**... bietet ein enormes Wachstumspotenzial**

**~300.000** Modegeschäfte in Europa

**~75%** des Umsatzes wird im stationären Einzelhandel erzielt

Expansion von Connected Retail in **13 Märkte** und **Verdreifachung # angebundener Einzelhändler** bis Jahresende 2021

## Wöhrl: Enabling direct-to-consumer leveraging Connected Retail

Video



Enabling DTC

Driving internationalisation

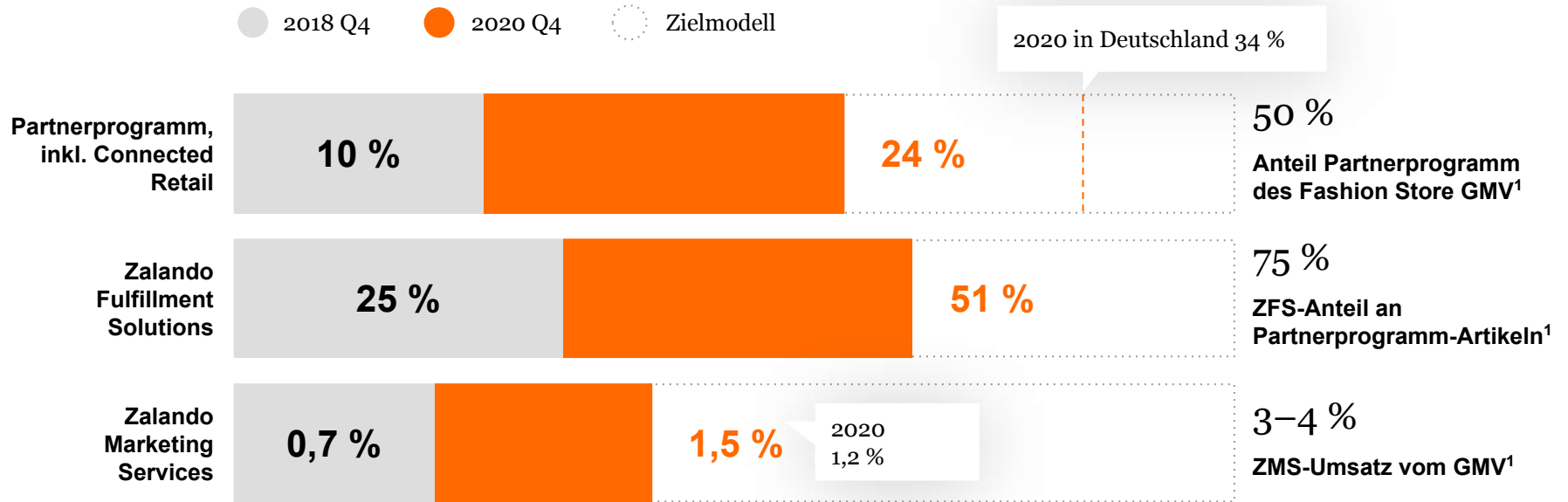
Deepening customer relationships



# Seit 2019 konnten wir unsere Transformation zur Plattform spürbar beschleunigen



## Zielmodell und Status



1) Bezogen auf unsere langfristigen Zielmodell-Ambitionen

## Nachhaltigkeit fest verankert in unserer Unternehmensstrategie

Wir wollen Teil der Lösung sein

### Unsere Nachhaltigkeitsvision:

Eine nachhaltige Modeplattform mit netto-positiver Auswirkung auf Mensch und Erde.



#### Take a Stand

Klimawandel, Ressourcennutzung, Arbeitnehmerrechte



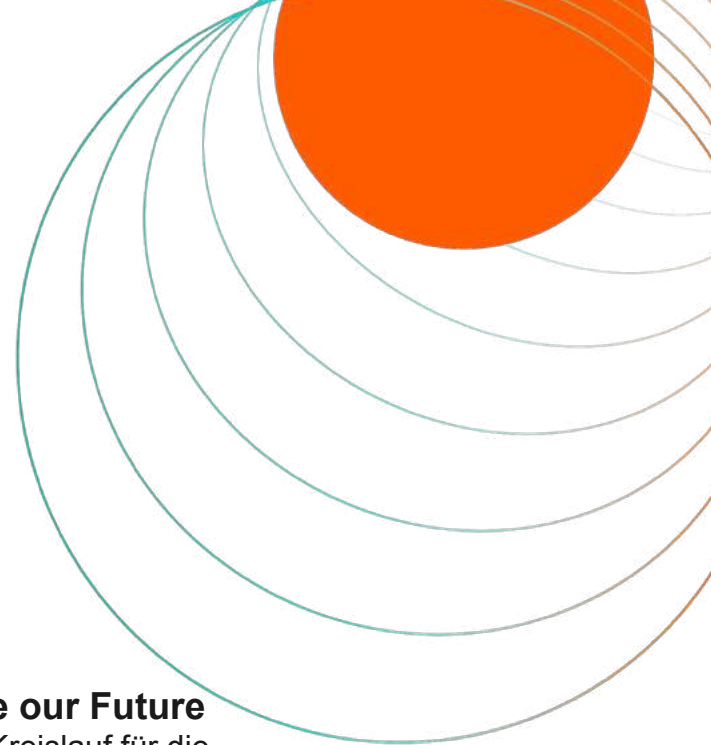
#### Style with Care

Es erleichtern, nachhaltige Mode zu kaufen



#### Shape our Future

Einen Kreislauf für die Modeindustrie vorantreiben





# Unsere Ambitionen

**Wir können langfristig mehr als 10 % des europäischen Modemarkts bedienen,**  
indem wir unsere Vision und Strategie konsequent weiterverfolgen



Die COVID-19-Pandemie hat den **Wandel in der Modeindustrie weiter beschleunigt** und die **Grenzen zwischen Offline und Online weitgehend aufgelöst**

Unsere **Plattformstrategie** ermöglicht es uns, eine **noch größere Rolle** für unsere Kund\*innen und Partner zu spielen

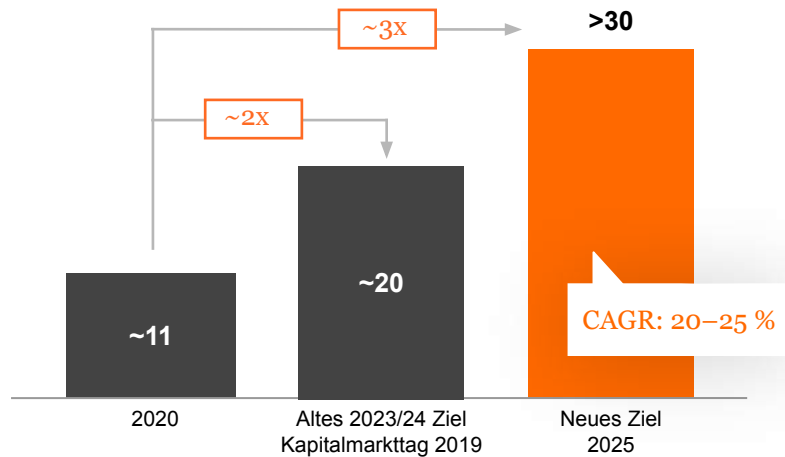


1) Quelle: Unternehmensschätzungen und Euromonitor International Prognosen, Februar 2021. Euromonitor prognostiziert, dass der gesamte europäische Modemarkt in den nächsten 5-10 Jahren auf rund 450 Mrd. EUR wachsen wird. Werte auf Basis von Ist-Werten und Schätzungen; feste Wechselkurse. Modedaten inkl. Bekleidung und Schuhe, Taschen und Gepäck, Schmuck und Uhren. Daten für Europa (ohne Russland) inkl. Umsatzsteuer

# In den kommenden 5 Jahren Verdreifachung von Zalando



## GMV<sup>1</sup> Wachstumsziele 2025 in Mrd. EUR



## Margenentwicklung

- 1 Fokus auf das **Wachstumspotenzial**
- 2 **Wachstumsinvestitionen** in den kommenden Jahren
- 3 Langfristige **Profitabilitätsziele** bleiben unverändert

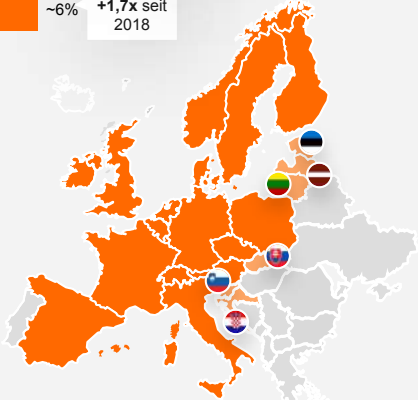
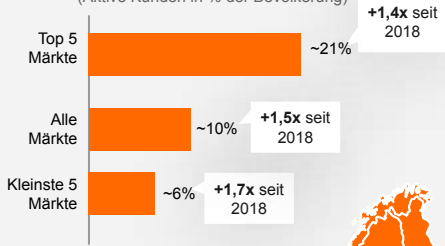
1) Gross Merchandise Volume (GMV) inkl. MwSt.

# Woher kommt das Wachstum?

## Drei strategische Prioritäten

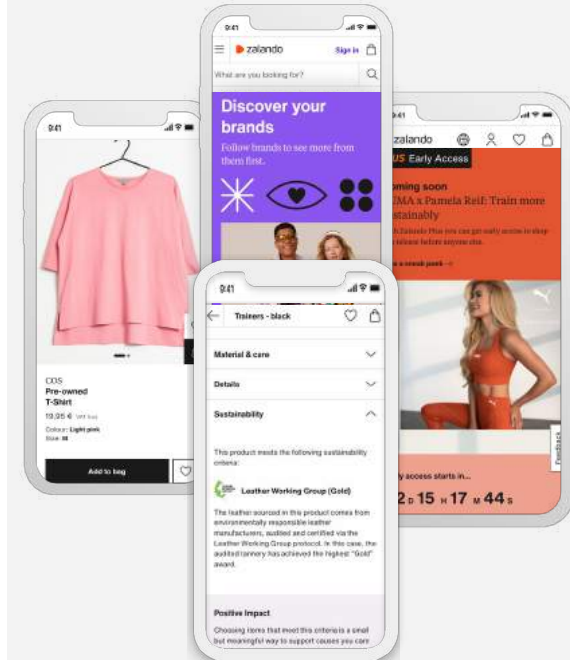
### Höhere Marktdurchdringung in bestehenden Märkten und Marktexpansion

Marktdurchdringung in existierenden Märkten<sup>1</sup>  
(Aktive Kunden in % der Bevölkerung)



1) Exkl. UK & Irland

### Innovative Kundenerfahrung



### Aufbau einer Plattform die relevant für alle unserer Partner ist



### Internationalisierung

- ZFS < 50% des GMV
- ZFS > 50% des GMV



### Verbinde Marken und Konsumenten





Im ersten Quartal 2021 haben wir den ersten Schritt getan,  
um unsere Ambition und Vision in die Realität umzusetzen



**Aktive Kund\*innen**

**3,2 Mrd. EUR GMV**

**Bereinigte EBIT-Marge**

**41,8 Mio.**

**+55,6 %**

**4,2 %**

+30,9 % im Vgl.  
zu Q1 2020

Wachstum im Vgl.  
zu Q1 2020

93,3 Mio. EUR

# Beschleunigtes Wachstum in 2021

gegenüber Vorjahr angestrebt



## Prognose GJ/21

**GMV-Wachstum von 31 – 36 % (14,0 - 14,6 Mrd EUR)**  
**und Umsatzwachstum**  
**von 26 – 31 % (10,0 - 10,5 Mrd EUR)**

**Adj. EBIT<sup>1</sup> von**  
**400 – 475 Mio. EUR**

**Negatives Nettoumlaufvermögen und**  
**350 – 400 Mio. EUR in Capex<sup>2</sup>**

## Istwerte GJ/20

**GMV-Wachstum von 30.4% auf ~11 Mrd. EUR**  
**und Umsatzwachstum**  
**von 23.1% auf ~8 Mrd EUR**

**Adj. EBIT<sup>1</sup> von**  
**421 Mio. EUR**

**Negatives Nettoumlaufvermögen und**  
**250 Mio. EUR in Capex<sup>2</sup>**

- 1) Ohne Aufwendungen für aktienbasierte Vergütungen mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente ("SBC") in Höhe von EUR ~ 65 Mio (53 Mio.), Restrukturierungskosten und nicht-operative Einmaleffekte für GJ/21 (GJ/20).  
2) Ohne Berücksichtigung von M&A-Transaktionen

Vielen **Dank**





**Patrick Kofler**  
Head of IR

[Patrick.Kofler@zalando.de](mailto:Patrick.Kofler@zalando.de)



**Dorothee Schultz**  
Junior Manager IR - ESG

[Dorothee.Schultz@zalando.de](mailto:Dorothee.Schultz@zalando.de)



**Nils Pöppinghaus**  
Senior Manager IR

[Nils.Poeppinghaus@zalando.de](mailto:Nils.Poeppinghaus@zalando.de)



**Jan Edelmann**  
Manager IR

[Jan.Edelmann@zalando.de](mailto:Jan.Edelmann@zalando.de)



### Team Kontakt

T: +49 3020 9681 584  
Zalando Tamara-Danz-Straße 1  
10243 Berlin

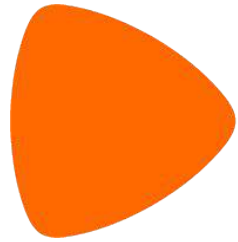
[investor.relations@zalando.de](mailto:investor.relations@zalando.de)  
<https://corporate.zalando.com/de>



# Haftungsausschluss

Diese Präsentation und ihr Inhalt sind streng vertraulich. Sie darf vom Empfänger weder ganz noch teilweise vervielfältigt, weiterverbreitet, veröffentlicht oder an andere Personen weitergegeben werden.

Die Informationen in dieser Präsentation wurden nicht unabhängig verifiziert. Es wird weder ausdrücklich noch stillschweigend eine Zusicherung oder Garantie für die Richtigkeit oder Vollständigkeit der Präsentation oder der darin enthaltenen Informationen gegeben. Die Information ist nicht als belastbar anzusehen. Es wird keine Verantwortung für Verluste übernommen, die sich direkt oder indirekt aus dieser Präsentation oder ihrem Inhalt ergeben.



**zalando**