

**SCHLECKER-PLEITE****„Die Situation war ausweglos“**

STUTTGART. Ein ehemaliger Verwaltungsdirektor zeichnete im Bankrottprozess gegen Anton Schlecker ein düsteres Bild über die letzten Jahre der Drogeriemarktkette: „Das Ergebnis ist in der Summe von Jahr zu Jahr schlechter geworden, weil halt die Gesamtumsätze pro Filiale schlechter geworden sind“, sagte der ehemalige Leiter der Verwaltung, der bis 2010 Mitglied der Geschäftsleitung war, vor dem Stuttgarter Landgericht.

**Sparen war wirkungslos**

Von 2002 bis 2010 sei der Umsatz wegen der wachsenden Konkurrenz anderer Drogeriemärkte, aber auch von Diskontern und Supermärkten, um ein Drittel gesunken; Sparmaßnahmen wie Filialschließungen hätten keine Wirkungen mehr gezeigt.

2008 habe Schlecker (im Bild: Anton Schlecker) erstmals einen Verlust ausweisen müssen, weil das operative Minus nicht mehr mit anderen Mitteln ausgeglichen werden konnte. Er sei damals zu dem Schluss gekommen, dass Sparmaßnahmen keine Wirkung mehr zeigen würden. „Ab dem Zeitpunkt habe ich auch gegenüber der Familie meine Einschätzung immer wieder preisgegeben.“ 2009 habe er auf die Frage Schleckers, ob er glaube, dass die Firma zum Jahresende pleite sei, mit „ja“ geantwortet. (APA)



© APA/dpa/Stefan Puchner



© Steffen Jänicke

**Expansiv**

Zalando-Maschinenterminde Rubin Ritter hält am Expansionsgtempo fest und will für 2017 profitables Wachstum generieren.

# Zalando investiert 200 Mio. Euro

Der Online-Riese setzt weiter auf rasches Wachstum und will um zehn Prozent mehr investieren als 2016.

BERLIN. Der Onlinehändler Zalando befindet sich nach wie vor auf einem zackigen Expansionskurs: Der Umsatz kletterte von Jänner bis März 2017 um 23,1% auf 980,2 Mio. €. Für das Gesamtjahr peilt das Unternehmen eine Steigerung zwischen 20 und 25% an. „Zalando gewinnt Marktanteile“, sagte entsprechend Analyst Christian Salis von der Privatbank Hauck & Aufhäuser.

Der Wermutstropfen: Hohe Investitionen lassen den Gewinn von Europas größtem Online-Modehändler Zalando trotz der wachsenden Umsätze stagnieren. Das bereinigte Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) lag im ersten Quartal mit 20,3 Mio. € auf dem Niveau des Vorjahreszeitraums. Die Gewinnmarge blieb mit 2,1 Prozent unter der vor einem Jahr von 2,5 Prozent. Für das Gesamtjahr bestätigte Zalando allerdings das Ziel, hier auf einen Wert zwischen fünf

und sechs Prozent kommen zu wollen. „Unsere Top-Priorität ist ein profitables Wachstum“, bestätigte Zalando Co-Vorstandschef Rubin Ritter den Kurs.

**200 Mio. Euro Investkapital**

Zalando investiert weiter stark in seine Infrastruktur sowie in das Kunden- und Markenangebot; das belastete derzeit den Gewinn. Das Unternehmen will in diesem Jahr rund 200 Mio. € investieren – das sind um rund zehn Prozent mehr als 2016.

Das Geld fließt z.B. in das Logistiknetzwerk: Bis Jahresende soll ein Verteilzentrum in Schweden eröffnet werden, mit dem die durchschnittliche Lieferzeit in der Region auf ein bis zwei Tage gedrückt werden soll. Weiters steckt Zalando viel Geld ins Marketing. So wurde mit dem US-Schauspieler James Franco als Aushängeschild gezielt die männliche Kundschaft angesprochen. „Bei Männern

sehen wir großes Potenzial“, meint Ritter. Schließlich würden derzeit überwiegend Frauen bei Zalando bestellen.

Ende März zählte das Unternehmen mehr als 20 Mio. aktive Kunden. Die hätten auch häufiger bestellt, wohl wegen der zunehmenden Nutzung von Smartphones und anderer mobiler Geräte. (APA/nov)

**Zalando-Facts****Zielgruppe**

Das 2008 gegründete Unternehmen verkauft online etwa 1.500 Marken in 15 Ländern – bis dato vorwiegend an weibliche Kunden. Nun sollen die Männer als Kunden stärker beachtet werden.

**Erlös & Gewinn**

Zalando legte einen fulminanten Jahresstart hin und steigerte den Erlös von Jänner bis März um 23,1% auf 980,2 Mio. €. Allerdings blieb die Gewinnmarge mit 2,1% unter dem Vorjahreswert von 2,5%.