



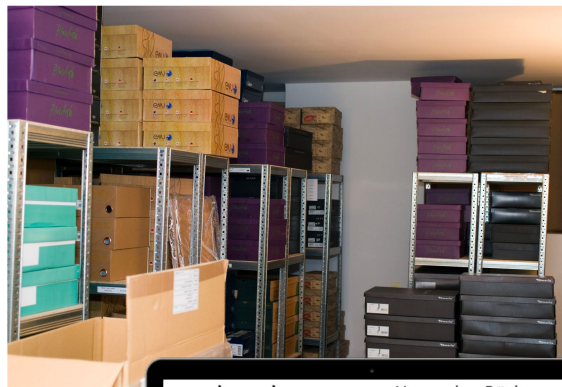
Bericht des Vorstands Hauptversammlung 2024

Robert Gentz, Co-CEO | David Schneider, Co-CEO
17. Mai 2024

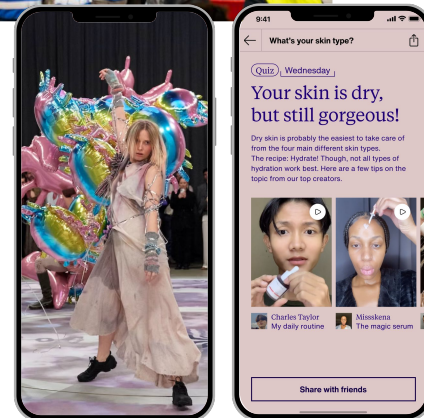
01 Unsere Geschichte



Unser Fokus auf die Bedürfnisse von Kund*innen und Partnern hat uns zu dem gemacht was wir heute sind



Best-in-class Erfahrungen
für Kund*innen und Partner





Wir sind DER Treffpunkt für Kund*innen und Mode-und Lifestyle-Marken in Europa



~50
Millionen
Kund*innen

61%

der Konsument*innen
ziehen es vor, Mode uf
Multi-Brand-Plattform
en zu kaufen¹

15

verschiedene
Marken bestellen
Zalando Kund*innen
im Durchschnitt²

>6.000
Marken



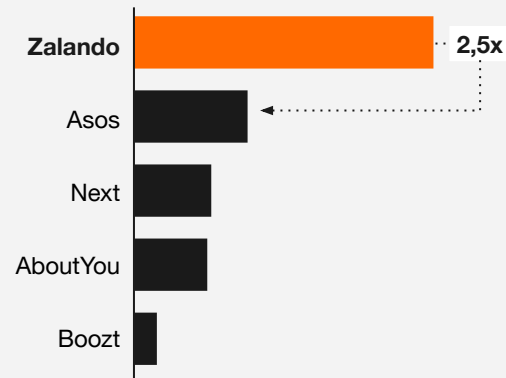
¹ Quelle: BCG consumer research (2023) "At which type of shop / retailer did you make your last purchase", Februar 202; ² average during customer lifetime



Wir sind die führende Multi-Marken Destination in Europa

Meistbesuchte Multi-Marken Destination für Mode

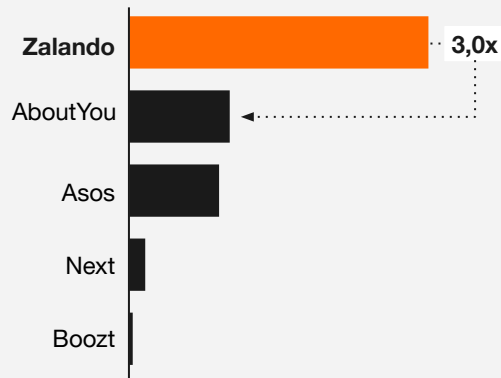
Gesamtanzahl Besucher Website 2023¹



56% Kund*innen besuchen uns 5+ Mal im Monat⁴

Am häufigsten heruntergeladene Multi-Marken App für Mode

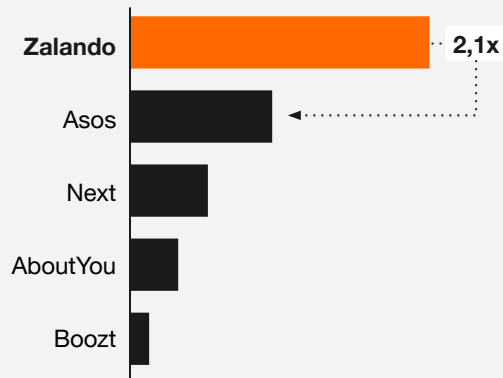
Gesamte Downloads 2023²



61% Bestellungen über unsere App

Meiste Kund*innen in Europa

Aktive Kund*innen in Europa³



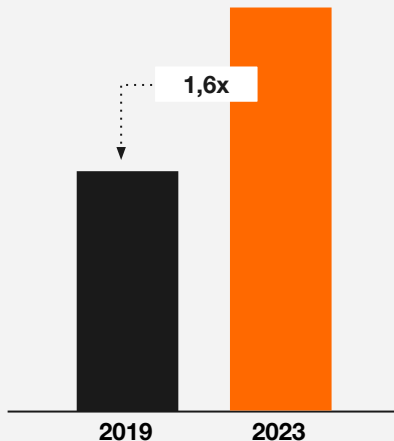
~300 EUR geben Kund*innen bei uns aus⁵

^{1,2} Quelle: SimilarWeb, Februar 2024; ³ Unternehmensangaben, zuletzt veröffentlichte Zahlen der letzten 12 Monate, Q4/23; ; ⁴ Definiert als „eingeloggter Besucher“ und nur Fashion Store; ⁵ Definiert als GMV geteilt durch die Anzahl der aktiven Kunden, letzte 12 Monate, Q4/23

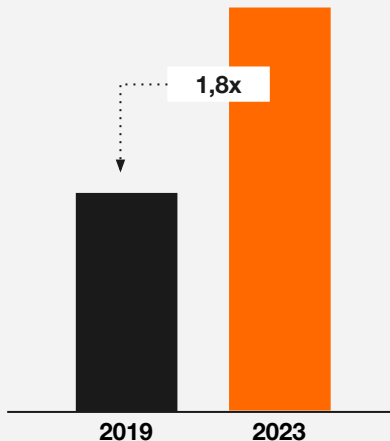


Unsere Plattform-Strategie hat sich ausgezahlt

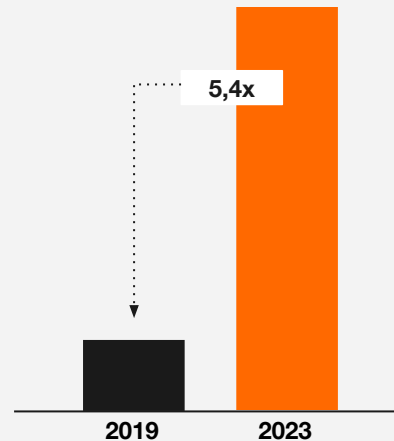
Anzahl
Aktive Kund*innen



Kund*innen die >500
Euro pro Jahr ausgeben



Partnergeschäft
Bruttowarenvolumen



¹ via Zalando Fulfillment Solutions (ZFS)



Wir haben unsere Profitabilität im Jahr 2023 gesteigert

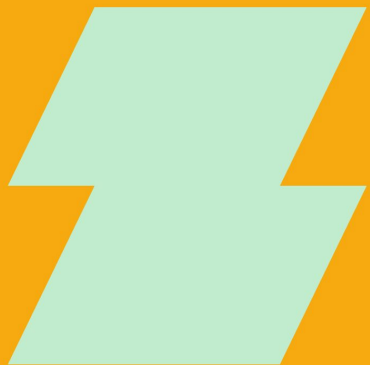
Bruttowaren- volumen (GMV)	Umsatz	Bereinigtes EBIT ¹	Verfügbare Finanzmittel
14,6 Mrd. Euro	10,1 Mrd. Euro	350 Mio. Euro	2,5 Mrd. Euro

¹ Ohne Aufwendungen für aktienbasierte Vergütungen mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente ("SBC"), Restrukturisierungskosten, nicht-operative Einmaleffekte und akquisitionsbedingte Aufwendungen

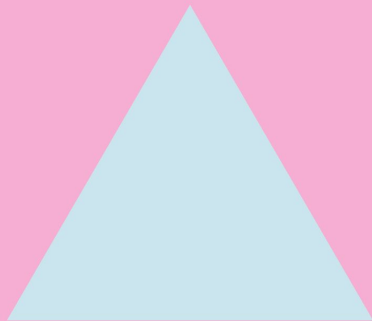
02 Unsere Zukunft



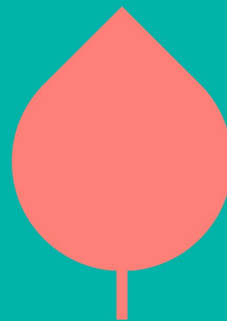
Gesellschaftliche Veränderungen und sich wandelnde Bedürfnisse von Kund*innen und Partnern schaffen neue Möglichkeiten



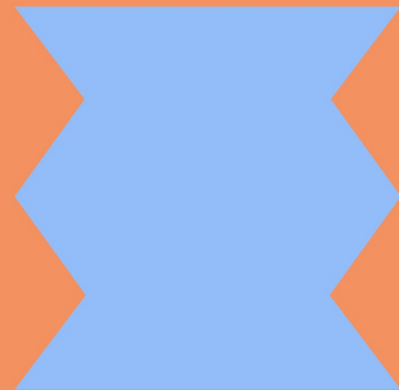
Die **digitale Generation** kauft anders ein und lässt sich beim Einkaufen inspirieren



Generative Künstliche Intelligenz verändert radikal die Art und Weise, wie Unternehmen Inhalte erstellen und mit Kund*innen interagieren



Regulierungsbehörden und Konsument*innen treiben die Modeindustrie hin zu einem **geringeren ökologischen Fußabdruck** und eine fairere und kreislaforientiertere Lieferkette zu schaffen



Marken und Einzelhändler sind mit einer zunehmend **komplexen, anspruchsvollen und fragmentierten** europäischen Markt und Vertriebskanälen konfrontiert.



Jetzt erweitern wir unsere Strategie und bauen das führende E-Commerce-Ökosystem für Mode und Lifestyle

B2C

Erste Anlaufstelle

für qualitative hochwertiges Mode- und Lifestyle-Shopping und Inspiration

Transaktions-orientierte
Modeplattform



ÖKOSYSTEM

PLATTFORM

B2B

Betriebssystem für den europaweiten E-Commerce für Markenpartner und -händler auf Zalando und darüber hinaus.

Partner Enablement
auf der Zalando Plattform



Unser Ökosystem ermöglicht eine nachhaltigere Mode und Lifestyle-Industrie

Strategy

Ermöglichen einer nachhaltigeren und inklusiveren Zukunft

Kund*innen und Partnern helfen besser informierte Entscheidungen zu treffen



ÖKOSYSTEM

PLATTFORM

Ambition



Netto-Null

Emissionen in seinem eigenen operativen Betrieb und Eigenmarken bis 2040 und im Unternehmen bis 2050

Endkund*innengeschäft — B2C

Die erste Adresse für hochwertiges
Mode-und Lifestyle-Shopping
und Inspiration



Unser B2C-Geschäft hat drei Wachstumstreiber

MULTIBRAND-PLATTFORM

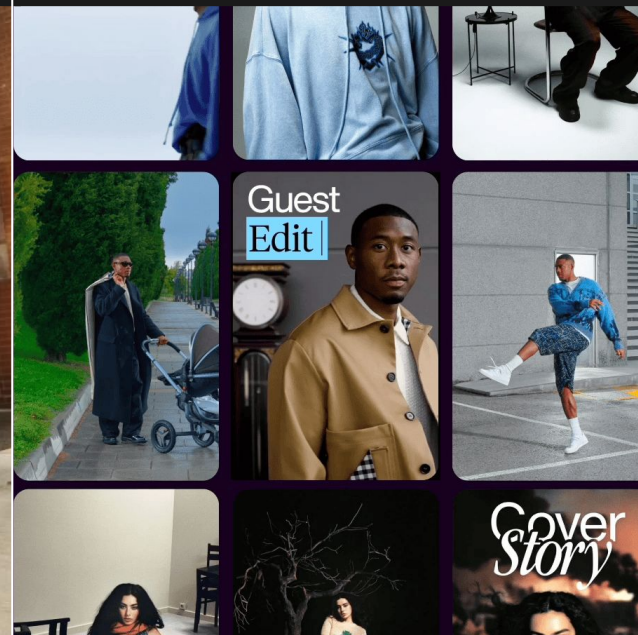
Differenzierung durch Qualität



Ausbau Lifestyle- und Modeangebot



Inspiration & Unterhaltung





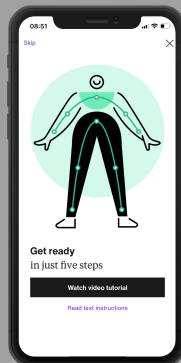
Wir differenzieren uns durch Qualität vom ersten Klick bis zur Lieferung

Europäische Marken, denen Kund*innen vertrauen

Maßgeschneiderte und innovative digitale Erfahrung

60%

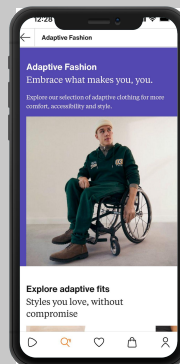
der auf Zalando verkauften Artikel mit Größenberatung



Nachhaltigere und inklusive Auswahl

>430

Adaptive Modestile



Lokalisiert, personalisiert und komfortabel

92%

Kund*innen-zufriedenheit mit der Einfachheit des Bezahlvorgangs.

Relevantes Sortiment & Inhalte

89%

Kund*innen-zufriedenheit bei 'Produktqualität'

crocs

HELMUT LANG

MISSONI

MOSCHINO



Rapha.



BOSS
HUGO BOSS

zalando **PLUS**



VISA

Invoice

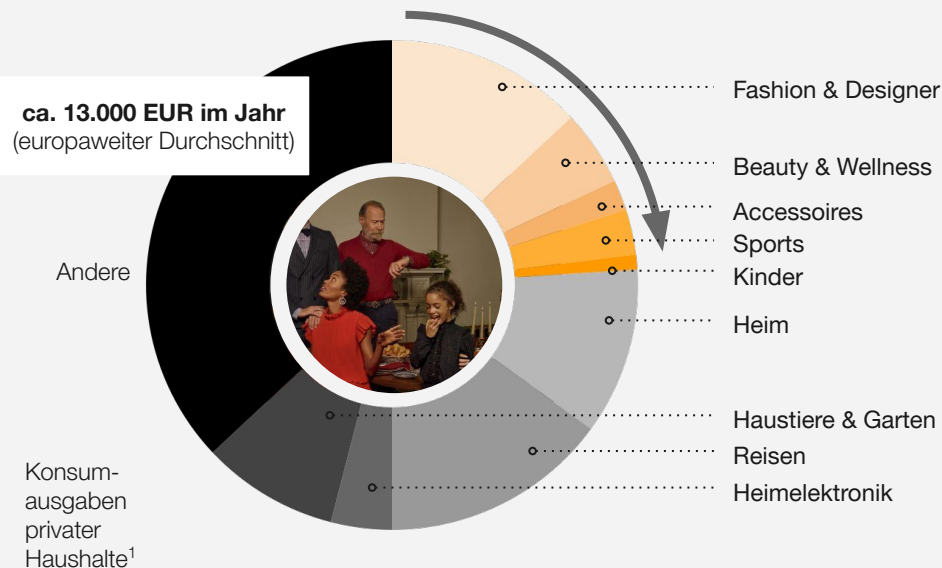
Cash on delivery





Mit wachsenden Angeboten erfüllen wir immer mehr Bedürfnisse unserer Kund*innen

Kund*innenbedürfnisse



¹ Quelle: Eurostat COICOP excl. Rent, Utilities, etc. (2020), Statista

Zalando Angebote

Fashion

Lounge by Zalando

Designer

Beauty

Pre-owned



Herausforderungen für Kund*innen beim Online-Shopping

“

Ich bin überfordert mit Informationen und Auswahl beim Online-Shopping.

Bedürfnis nach relevanten Informationen

“

Mir fehlt Beratung und Personalisierung.

Bedürfnis nach Personalisierung

“

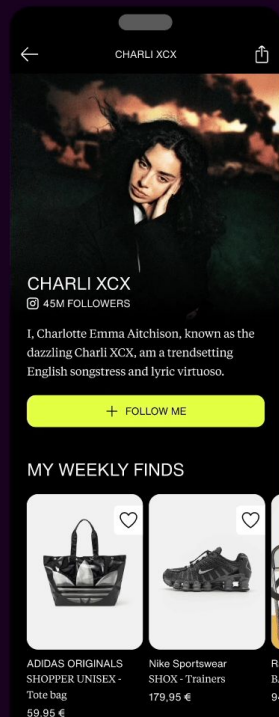
Das Online-Shopping ist zu langweilig und wenig unterhaltsam. Mir fehlt die Inspiration.

Bedürfnis nach Inspiration



Kund*innen lieben unsere inspirierenden und unterhaltsamen Inhalte

Qualitativ hochwertige
Inhalte mit Stories



~5M

Begeisterte
Kund*innen
seit Einführung

Personalisiert und
inspiriert mit
Zalando Assistant

~0.5M

Kund*innen nutzen
Zalando Assistant
in 4 Märkten



Firmenkundengeschäft – B2B:
Das Betriebssystem, das europa-
weite E-Commerce-Transaktionen
auf Zalando ermöglicht –
und darüber hinaus.



Die Komplexität des grenzüberschreitenden E-Commerce

Die Möglichkeiten

**Gesamter
Modemarkt
Europa**



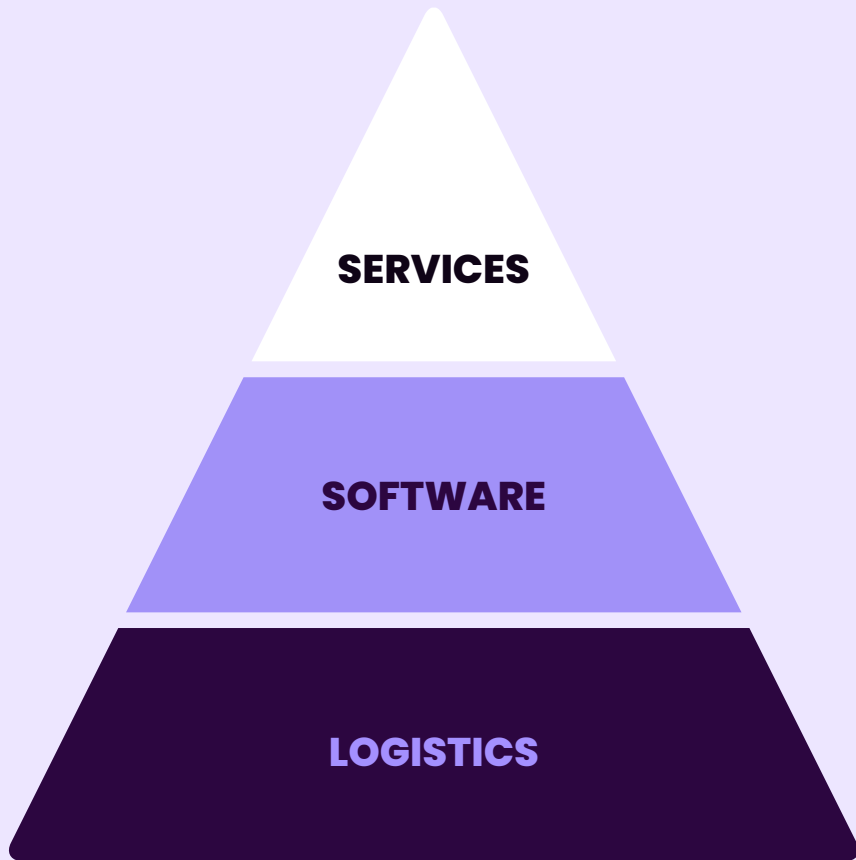
Die Herausforderungen

-  40+ Länder
-  30+ Sprachen
-  30 Währungen
-  Dutzende von Zahlungs-, Lieferungs & Retourenlösungen
-  Unterschiedliche Verkaufskanäle

¹ Source: Euromonitor market size 2023 as of February 2024, International forecasts, values based on actuals and estimates; fixed exchange rates. Fashion data incl. apparel and footwear, bags and luggage, jewelry and watches. Data for Europe (excluding Russia) inclusive of sales tax

ZEOS

**Drei Angebote.
Ein Betriebssystem.**



03 Unsere Chancen



Europa hat riesiges (ungenutztes) Potenzial

Bevölkerung
in Europa

~600

Millionen Menschen

Quelle: Statista, Februar 2024, Daten für Europa (ohne Russland)

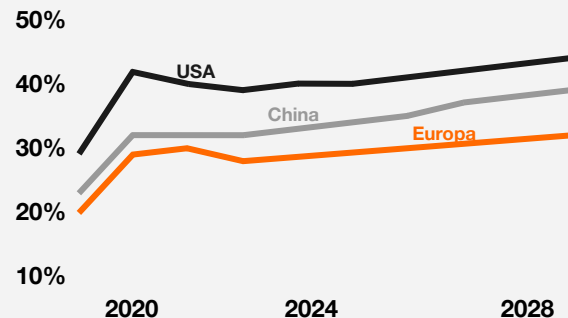
Mode und Lifestyle in Europa

~450

Milliarden Euro

Quelle: Euromonitor Marktgröße 2023, Stand Februar 2024, Internationale Prognosen, 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) inklusive Mehrwertsteuer

Anteil Online-Modeverkäufe in
Europa, China und USA



Quelle: Boston Consulting Group, firmeneigenes Modell, Februar 2024



Wir haben die Größenvorteile und die Fähigkeiten das ungenutzte Potenzial zu nutzen

Focus on continued organic investments, support by selective M&A

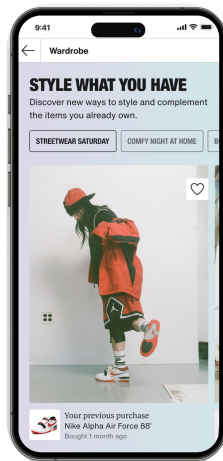
Reichweite & Interaktion mit Marken



Starke Markenpartnerschaften



Nachhaltigkeit und Diversität & Inklusion



Logistiknetzwerk



Technologie & Daten





Ergebnis im ersten Quartal 2024

Bruttowaren- volumen (GMV)	Umsatz	Bereinigtes EBIT ¹
3,3 Mrd. Euro	2,2 Mrd. Euro	28,3 Mio. Euro

¹ Ohne Aufwendungen für aktienbasierte Vergütungen mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente ("SBC"), Restrukturisierungskosten, nicht-operative Einmaleffekte und akquisitionsbedingte Aufwendungen



Unser mittelfristiger Ausblick bis 2028

5-jährige kumulierte durchschnittliche
Wachstumsrate (CAGR) (2023–2028)
Bereinigte EBIT Marge in % vom Umsatz

		Zalando Gruppe
Wachstum	Bruttowaren- volumen (GMV)	5% – 10% CAGR
	Umsatz	5% – 10% CAGR
Profitabilität	Bereinigte EBIT Marge ¹	6% – 8% in 2028

¹ Ohne Aufwendungen für aktienbasierte Vergütungen mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente ("SBC"), Restrukturisierungskosten, nicht-operative Einmaleffekte und akquisitionsbedingte Aufwendungen



Unser Ausblick 2024

		Zalando Gruppe
Wachstum	Bruttowarenvolumen (GMV)	0 % – 5 %
	Umsatz	0 % – 5 %
Profitabilität	Bereinigtes EBIT ¹	380 – 450 Millionen Euro

¹ Ohne Aufwendungen für aktienbasierte Vergütungen mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente ("SBC"), Restrukturisierungskosten, nicht-operative Einmaleffekte und akquisitionsbedingte Aufwendungen



Key Takeaways

1

Wir schaffen das europaweite **Ökosystem für Mode und Lifestyle E-Commerce**. Mit unseren Wachstumsfeldern B2C und B2B. Dadurch können wir einen größeren Teil des **Mode- und Lifestyle Marktes** abdecken.

2

In unserem **B2C**-Geschäft wachsen wir über **Qualität** als Differenzierungsmerkmal, der Erweiterung unseres **Lifestyle Angebotes**, und unsere Investitionen in **Inspiration und Unterhaltung**. In unserem **B2B**-Geschäft öffnen wir unsere **Logistik**.

3

Unsere **Möglichkeiten** sind enorm. Und wir haben einen klaren Weg, um zu **starkem Wachstum zurückzukehren**.

