

Halbjahresbericht 2022



zalando



Zalando auf einen Blick

Kennzahlen

| | 01.04. – 30.06.2022 | 01.04. – 30.06.2021 | Veränderung | 01.01. – 30.06.2022 | 01.01. – 30.06.2021 | Veränderung |
|--|------------------------|------------------------|-------------|------------------------|------------------------|-------------|
| Leistungsindikatoren | | | | | | |
| Bruttowarenvolumen (GMV**) (in Mio. EUR) | 3.781,0 | 3.780,0 | 0,0% | 6.937,8 | 6.931,9 | 0,1% |
| Umsatzerlöse (in Mio. EUR) | 2.623,0 | 2.733,1 | -4,0% | 4.828,1 | 4.970,9 | -2,9% |
| EBIT (in Mio. EUR) | 61,0 | 186,4 | -67,3% | -7,1 | 264,9 | -102,7% |
| EBIT Marge (in %) | 2,3 | 6,8 | -4,5pp | -0,1 | 5,3 | -5,5pp |
| Bereinigtes EBIT (in Mio. EUR) | 77,4 | 184,1 | -57,9% | 25,6 | 277,4 | -90,8% |
| Bereinigte EBIT Marge (in %) | 3,0 | 6,7 | -3,8pp | 0,5 | 5,6 | -5,1pp |
| Nettoumlaufvermögen (Net Working Capital)*** (in Mio. EUR) | 206,6 | -162,1 | 227,5% | 206,6 | -162,1 | 227,5% |
| Capex (in Mio. EUR) | -74,5 | -51,6 | 44,4% | -140,8 | -91,4 | 54,0% |
| Aktive Kund*innen (in Mio.) | 49,3 | 44,5 | 10,6% | 49,3 | 44,5 | 10,6% |
| Anzahl Bestellungen (in Mio.) | 67,8 | 65,6 | 3,2% | 125,8 | 121,6 | 3,8% |
| Durchschnittliches GMV pro aktivem*r Kund*in (LTM*) (in EUR) | 291,0 | 289,5 | 0,5% | 291,0 | 289,5 | 0,5% |
| Durchschnittliche Bestellungen pro aktivem*r Kund*in (LTM*) | 5,2 | 5,0 | 3,6% | 5,2 | 5,0 | 3,6% |
| Durchschnittliche Warenkorbgröße (LTM*) (in EUR) | 55,9 | 57,7 | -3,0% | 55,9 | 57,7 | -3,0% |
| Sonstige Kennzahlen | | | | | | |
| Eigenkapitalquote (in % der Bilanzsumme)*** | 30,6 | 32,2 | -1,6pp | 30,6 | 32,2 | -1,6pp |
| Operativer Cashflow (in Mio. EUR) | 136,2 | 361,8 | -62,3% | -325,3 | 259,0 | -225,6% |
| Investiver Cashflow (in Mio. EUR) | -77,5 | -51,8 | -49,7% | -147,7 | -91,6 | -61,3% |
| Frei verfügbarer Cashflow (in Mio. EUR) | 56,2 | 310,2 | -81,9% | -475,5 | 167,6 | -383,7% |
| Finanzmittelbestand (in Mio. EUR) | 1.631,1 | 2.298,7 | -29,0% | 1.631,1 | 2.298,7 | -29,0% |
| Mitarbeiter*innen (zum Bilanzstichtag)*** | 17.069 | 17.043 | 0,2% | 17.069 | 17.043 | 0,2% |
| Unverwässertes Ergebnis je Aktie (in EUR) | 0,05 | 0,46 | -88,2% | -0,18 | 0,60 | -130,5% |
| Verwässertes Ergebnis je Aktie (in EUR) | 0,05 | 0,45 | -88,0% | -0,18 | 0,60 | -130,7% |

pp = Prozentpunkte

Weitere Erläuterungen zu den Leistungskennzahlen finden sich im Glossar.

Für den Halbjahresbericht gilt: Bei Prozentangaben und Zahlen können Rundungsdifferenzen auftreten.

*) LTM = last twelve months, berechnet auf Grundlage der letzten 12 Monate vor dem Stichtag.

**) Das GMV (Gross Merchandise Volume, zu deutsch: Bruttowarenvolumen) ist definiert als Wert aller Waren einschließlich Umsatzsteuer, die nach Stornierungen und Retouren verkauft wurden – dynamisch berichtet. Es enthält keine B2B-Umsätze (z. B. Partnerprogramm-Provisionen, Zalando Marketing Services oder Zalando Fulfillment Solutions) und keine anderen B2C-Umsätze (z. B. Servicegebühren). Diese sind nur im Umsatz erhalten. GMV wird bezogen auf den Zeitpunkt der Kund*innenbestellung erfasst.

***) Zum 30.06.2022 und entsprechend zum 31.12.2021

Inhalt

Konzern-Zwischenlagebericht

| | | |
|-----|----------------------------|----|
| 1.1 | Grundlagen des Konzerns | 4 |
| 1.2 | Wirtschaftsbericht | 4 |
| 1.3 | Risiko- und Chancenbericht | 16 |
| 1.4 | Prognosebericht | 17 |

Konzern-Zwischenabschluss

| | | |
|-----|--|----|
| 2.1 | Konzern-Gesamtergebnisrechnung | 21 |
| 2.2 | Konzernbilanz | 23 |
| 2.3 | Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung | 25 |
| 2.4 | Konzern-Kapitalflussrechnung | 27 |
| 2.5 | Verkürzter Konzernanhang | 29 |
| 2.6 | Erklärung der gesetzlichen Vertreter | 39 |
| 2.7 | Bescheinigung nach prüferischer Durchsicht | 40 |

Service

| | | |
|-----|---------------------|----|
| 3.1 | Glossar | 42 |
| 3.2 | Finanzkalender 2022 | 44 |
| 3.3 | Impressum | 44 |

Konzern- Zwischen- lagebericht

1.1 Grundlagen des Konzerns

Die im Geschäftsbericht 2021 getroffenen Aussagen zum Geschäftsmodell, zur Konzernstruktur, zur Strategie und den Zielen des Konzerns, zum Managementsystem, zur Forschung und Entwicklung sowie zum Thema Nachhaltigkeit im Zalando-Konzern sind zum Zeitpunkt der Aufstellung dieses Zwischenberichts nach wie vor zutreffend.

Am 1. Juli 2022 erwarb Zalando 86,83 % der Anteile der Titel Media GmbH, Berlin („Highsnobiety“), und unterzeichnete eine Kauf- und Verkaufsoptionsvereinbarung über den Erwerb der verbleibenden 13,17 % der Anteile innerhalb der nächsten drei Jahre. Highsnobiety umfasst einen Verlagsbereich, eine Kreativberatung sowie einen kuratierten Online-Shop und zählt zu den weltweiten Stimmen im Bereich Mode, Lifestyle und Kultur im Luxus-Segment.

Während Highsnobiety seine Geschäftstätigkeit unabhängig weiterführen wird, wird es als strategischer und kreativer Berater fungieren und uns bei der Entwicklung neuer inspirierender Bereiche und Formate auf der Plattform stärken. Ziel ist es, mit den Schlüsselkompetenzen von Highsnobiety noch inspirierendere Einkaufserlebnisse sowie eine aufregendere und ansprechendere Online-Umgebung für Kund*innen und Markenpartner zu schaffen. Der Kaufpreis umfasst eine Barzahlung in Höhe von 123,6 Mio. EUR zuzüglich 35,0 Mio. EUR, deren Zahlung durch Ausgabe von 1.011.665 neuen auf den*die Inhaber*in lautenden Stückaktien erfolgt. Der Ausübungspreis der Kauf- und Verkaufsoption für die verbleibenden Anteile kann sich auf bis zu 24,3 Mio. EUR belaufen.

1.2 Wirtschaftsbericht

1.2.1 Gesamtwirtschaftliche und branchenbezogene Rahmenbedingungen im ersten Halbjahr 2022

Der Krieg Russlands in der Ukraine hat neben anderen Umständen eine Krise der Lebenshaltungskosten verursacht, die die Menschen weltweit betrifft. In Kombination mit der Null-COVID-Politik Chinas hat der Krieg den Wachstumskurs der Weltwirtschaft verlangsamt und die Inflation verstärkt – eine Situation, die es so seit den 1970ern nicht mehr gab. Vor dem Krieg befand sich die Weltwirtschaft auf einem guten Weg, sich deutlich, wenn auch ungleichmäßig, von COVID-19 zu erholen. Der Konflikt in der Ukraine sowie die durch Lockdowns in China verschärften Lieferkettenunterbrechungen stellen eine ernste Gefahr für die wirtschaftliche Erholung dar. Die durch die Folgen des Kriegs auf Energieimporte und Flüchtlingsströme am stärksten betroffenen Länder befinden sich in Europa, wo das verlangsamte BIP-Wachstum am deutlichsten spürbar ist. Für Europa wird derzeit eine deutliche Verlangsamung des BIP-Wachstums auf 2,6 % in diesem Jahr sowie eine weitere Verlangsamung (1,6 %) im Jahr 2023 prognostiziert. Damit verläuft die Erholung deutlich langsamer, als im vergangenen Dezember mit 4,5 % prognostiziert wurde.¹

¹ OECD-Wirtschaftsausblick, Juni 2022

Darüber hinaus sind aufgrund der aktuellen Wirtschaftslage die Rohstoffpreise gestiegen, was den Inflationsdruck verstärkte und die Inflationsprognosen in OECD-Ländern auf 9 % verdoppelte. Der Effekt der Inflationssteigerung auf das reale Einkommen wirkt sich auf den privaten Konsum aus, da ein großer Anteil der derzeitigen Gesamtausgaben privater Haushalte auf Lebensmittel und Energie entfällt.² Der Indikator für Verbraucher*innenvertrauen in der Europäischen Union stürzte Ende Juni 2022 auf -24 ab (der langfristige Durchschnitt liegt bei -9,8), was dem niedrigsten Niveau seit April 2020 entspricht.³

Des Weiteren führen die Folgen des Kriegs in der Ukraine dazu, dass Haushalte aus Sorge vor einer Rezession weniger konsumieren, was das Konsumklima zusätzlich belastet.⁴

Die aktuelle Konsumstimmung wirkt sich auch auf den Onlinehandel aus. Im zweiten Quartal 2022 gingen die Umsätze im deutschen Onlinehandel gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 9,6 % zurück, obwohl der derzeitige Gesamtumsatz mehr als 8 % über dem Niveau des zweiten Quartals 2020 liegt. Des Bekleidungssegment (Kleidung und Schuhe) des deutschen Onlinehandels verzeichnete einen Rückgang um 11,1 % auf 5,0 Mrd. EUR, einschließlich Umsatzsteuer. Im ersten Halbjahr 2022 verringerten sich die Umsätze im Bekleidungssegment (Kleidung und Schuhe) des deutschen Onlinehandels gegenüber dem ersten Halbjahr 2021 um 4,3 % auf 10,3 Mrd. EUR, einschließlich Umsatzsteuer.⁵

² OECD-Wirtschaftsausblick, Juni 2022

³ Europäische Kommission, EU 27, Juni 2022

⁴ Textilwirtschaft Umsatzstatistik, Juli 2022

⁵ BEVH Pressemitteilungen, April und Juli 2022

1.2.2 Konzerntragslage

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung HJ 2022

| IN MIO. EUR | 01.01. – 30.06.2022 | In % vom Umsatz | 01.01. – 30.06.2021 | In % vom Umsatz | Veränderung |
|------------------------------------|------------------------|--------------------|------------------------|--------------------|---------------|
| Umsatzerlöse | 4.828,1 | 100,0% | 4.970,9 | 100,0% | 0,0pp |
| Umsatzkosten | -2.898,5 | -60,0% | -2.849,0 | -57,3% | -2,7pp |
| Bruttoergebnis vom Umsatz | 1.929,6 | 40,0% | 2.122,0 | 42,7% | -2,7pp |
| Fulfillmentkosten | -1.333,8 | -27,6% | -1.232,9 | -24,8% | -2,8pp |
| Marketingkosten | -377,0 | -7,8% | -440,7 | -8,9% | 1,1pp |
| Verwaltungskosten | -233,6 | -4,8% | -199,9 | -4,0% | -0,8pp |
| Sonstige betriebliche Erträge | 11,8 | 0,2% | 19,9 | 0,4% | -0,2pp |
| Sonstige betriebliche Aufwendungen | -4,0 | -0,1% | -3,4 | -0,1% | 0,0pp |
| EBIT | -7,1 | -0,1% | 264,9 | 5,3% | -5,5pp |
| Anteilsbasierte Vergütungen | 32,7 | 0,7 % | 26,0 | 0,5 % | 0,2pp |
| Einmaleffekte | 0,0 | 0,0 % | -13,6 | -0,3% | 0,3pp |
| Bereinigtes EBIT | 25,6 | 0,5 % | 277,4 | 5,6% | -5,1pp |

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung Q2 2022

| IN MIO. EUR | 01.04. – 30.06.2022 | In % vom Umsatz | 01.04. – 30.06.2021 | In % vom Umsatz | Veränderung |
|------------------------------------|------------------------|--------------------|------------------------|--------------------|---------------|
| Umsatzerlöse | 2.623,0 | 100,0% | 2.733,1 | 100,0% | 0,0pp |
| Umsatzkosten | -1.546,7 | -59,0% | -1.524,2 | -55,8% | -3,2pp |
| Bruttoergebnis vom Umsatz | 1.076,4 | 41,0% | 1.208,9 | 44,2% | -3,2pp |
| Fulfillmentkosten | -683,2 | -26,0% | -662,1 | -24,2% | -1,8pp |
| Marketingkosten | -208,8 | -8,0% | -267,7 | -9,8% | 1,8pp |
| Verwaltungskosten | -126,3 | -4,8% | -107,8 | -3,9% | -0,9pp |
| Sonstige betriebliche Erträge | 4,4 | 0,2% | 17,4 | 0,6% | -0,5pp |
| Sonstige betriebliche Aufwendungen | -1,5 | -0,1% | -2,4 | -0,1% | 0,0pp |
| EBIT | 61,0 | 2,3% | 186,4 | 6,8% | -4,5pp |
| Anteilsbasierte Vergütungen | 16,4 | 0,6 % | 11,3 | 0,4 % | 0,2pp |
| Einmaleffekte | 0,0 | 0,0 % | -13,6 | -0,5% | 0,5pp |
| Bereinigtes EBIT | 77,4 | 3,0 % | 184,1 | 6,7% | -3,8pp |

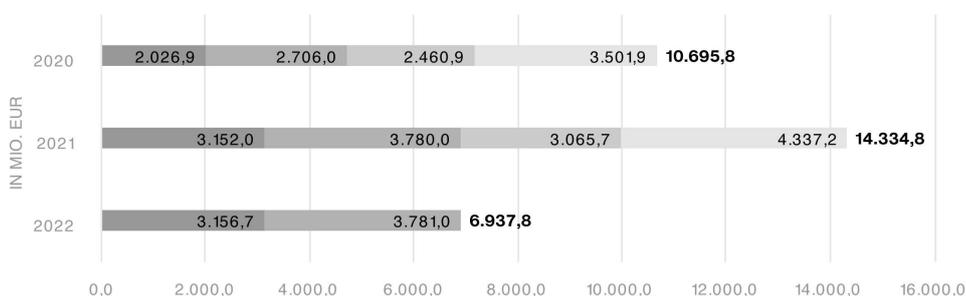
Das GMV blieb mit 6.937,8 Mio. EUR im ersten Halbjahr 2022 gegenüber 6.931,9 Mio. EUR im Vorjahreszeitraum stabil, während die Umsatzerlöse um 2,9 % zurückgingen. Im Vergleich zu dem außergewöhnlich starken GMV-Wachstum von 46,5 % in den ersten sechs Monaten 2021, als sich mehrere europäische Länder im Lockdown befanden, verzeichneten wir eine langsamere Geschäftsentwicklung. Herausforderungen für unser Wachstum ergeben sich aus

übergreifenden externen Faktoren, insbesondere (i) einem geringerem Verbraucher*innenvertrauen, (ii) dem Inflationsdruck und der Sorge vor einer Rezession sowie (iii) Lieferengpässen, welche die Verfügbarkeit in einzelnen Sortimentsbereichen beeinflussen.

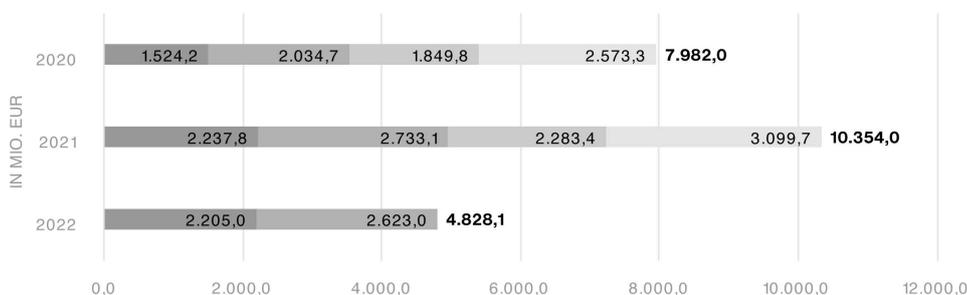
Zum Ende des ersten Halbjahres 2022 bedienten wir 49,3 Millionen aktive Kund*innen im Vergleich zu 44,5 Millionen aktiven Kund*innen zum 30. Juni 2021, jeweils auf LTM-Basis berechnet, was einer Steigerung von 10,6 % entspricht. Die durchschnittlichen Bestellungen pro aktivem*r Kund*in, auf LTM-Basis berechnet, lagen mit 5,2 (Vorjahreszeitraum: 5,0) auf dem Niveau der ersten sechs Monate 2021. Das anhaltend starke Wachstum unseres Partnerprogramms führte zu einem höheren Anteil des Partnerprogramms am GMV. Unser Plattformmodell bietet uns die Flexibilität, uns schnell an sich ändernde Kund*innenpräferenzen anzupassen.

Im ersten Halbjahr 2022 verringerte sich der Umsatz im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 2,9 % bzw. 142,9 Mio. EUR auf 4.828,1 Mio. EUR. Die unterschiedliche Entwicklung des GMV und des Umsatzes ist hauptsächlich auf das starke Wachstum des Partnerprogramms zurückzuführen, das sich vollständig in der Kennzahl GMV widerspiegelt, während der Umsatz nur die Provision und die Servicegebühren von Partnern beinhaltet.

GMV nach Quartalen (2020 – 2022)



Umsatzerlöse nach Quartalen (2020 – 2022)



Die Umsatzkosten erhöhten sich im ersten Halbjahr 2022 um 49,6 Mio. EUR auf 2.898,5 Mio. EUR, was zu einer Abnahme der Bruttogewinnmarge um 2,7 Prozentpunkte führte. Die Abnahme der Bruttogewinnmarge ist im Wesentlichen auf verlängerte Schlussverkaufszeiträume und Preisrabattierungen zur Verringerung von Überbeständen zurückzuführen.

Die Fulfillmentkosten im Verhältnis zum Umsatz haben sich in den ersten sechs Monaten 2022 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 2,8 Prozentpunkte erhöht. Das Fulfillmentkostenverhältnis war insbesondere durch den Inflationsdruck und die steigende Retourenquote negativ beeinflusst. Dem wurde durch die Einführung eines Mindestbestellwerts in 15 weiteren Ländern und die Einführung temporärer Kraftstoffzuschläge an Zalando Fulfillment Solutions (ZFS)-Partner teilweise entgegengewirkt.

Das Marketingkostenverhältnis entwickelte sich mit einem Rückgang um 1,1 Prozentpunkte im ersten Halbjahr 2022 gegenüber dem Vorjahreszeitraum positiv. Grund dafür waren ein reduziertes Brand Marketing sowie angehobene ROI-Ziele im Performance Marketing.

Die Verwaltungskosten stiegen in den ersten sechs Monaten 2022 von 199,9 Mio. EUR im Vorjahreszeitraum auf 233,6 Mio. EUR, was einem Anstieg um 0,8 Prozentpunkte im Verhältnis zum Umsatz entspricht. Das höhere Verwaltungskostenverhältnis ergab sich hauptsächlich aus einem im Vergleich zum Umsatzwachstum stärkeren Anstieg der Personal- und IT-Kosten.

Im ersten Halbjahr 2022 haben wir ein bereinigtes EBIT von 25,6 Mio. EUR (Vorjahreszeitraum: 277,4 Mio. EUR) und eine bereinigte EBIT-Marge von 0,5 % (Vorjahreszeitraum: 5,6 %) erwirtschaftet. Das EBIT belief sich im ersten Halbjahr 2022 hingegen auf -7,1 Mio. EUR (Vorjahreszeitraum: 264,9 Mio. EUR) bei einer EBIT-Marge von -0,1 % (HJ1 2021: 5,3 %). Diese Entwicklung resultiert aus einer geringeren Bruttogewinnmarge sowie einem Anstieg des Fulfillmentkosten- und des Verwaltungskostenverhältnisses. Im Gegensatz zum bereinigten EBIT umfasst das EBIT im ersten Halbjahr 2022 Aufwendungen aus anteilsbasierter Vergütung mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente in Höhe von 32,7 Mio. EUR (Vorjahreszeitraum: 26,0 Mio. EUR). Davon sind 16,4 Mio. EUR dem zweiten Quartal 2022 zuzuordnen (Vorjahreszeitraum: 11,3 Mio. EUR). Im Vorjahreszeitraum wurden aufgrund des Beginns eines Untermietverhältnisses für Büroflächen sonstige Erträge in Höhe von 13,6 Mio. EUR erfasst und als nicht operativer Einmaleffekt aus dem EBIT eliminiert.

Die Steuern vom Einkommen und Ertrag in Höhe von -16,7 Mio. EUR (HJ1 2021: -70,6 Mio. EUR) umfassen im ersten Halbjahr 2022 laufende Steuern in Höhe von -15,5 Mio. EUR (HJ1 2021: -78,7 Mio. EUR) und latente Steuern in Höhe von -1,2 Mio. EUR (HJ1 2021: 8,1 Mio. EUR).

Folglich haben wir in den ersten sechs Monaten 2022 ein Periodenergebnis von -47,3 Mio. EUR (HJ1 2021: 154,9 Mio. EUR) verzeichnet. Da sich der auf nicht beherrschende Anteile entfallende Eigenkapitalanteil im ersten Quartal 2022 auf null reduzierte, wurde im ersten Halbjahr 2022 kein Periodenergebnis erfasst, das den nicht beherrschenden Anteilen zuzurechnen ist.

1.2.3 Ergebnisse nach Segmenten

Die verkürzte Segmentergebnisrechnung für das erste Halbjahr 2022 zeigt gegenüber dem Vorjahreszeitraum eine verlangsamte Geschäftsentwicklung in allen Segmenten.

Konzern-Segmentergebnisrechnung HJ

| IN MIO. EUR | Fashion Store | Offprice | Alle sonstigen Segmente | Summe | Überleitung | Summe Konzern |
|------------------------------|---------------|----------|-------------------------|-----------|-------------|---------------|
| Umsatzerlöse | 4.365,3 | 688,8 | 140,8 | 5.194,8 | -366,7 | 4.828,1 |
| (Vorjahr) | (4.500,0) | (678,3) | (125,5) | (5.303,8) | (-332,9) | (4.970,9) |
| davon zwischen den Segmenten | 331,8 | 1,9 | 33,0 | 366,7 | -366,7 | 0,0 |
| (Vorjahr) | (307,7) | (0,7) | (24,5) | (332,9) | (-332,9) | (0,0) |
| EBIT | -25,5 | 11,4 | 4,9 | -9,2 | 2,1 | -7,1 |
| (Vorjahr) | (212,7) | (50,0) | (-1,0) | (261,8) | (3,2) | (264,9) |
| Anteilsbasierte Vergütungen | 26,3 | 4,5 | 1,9 | 32,7 | 0,0 | 32,7 |
| (Vorjahr) | (21,0) | (3,4) | (1,7) | (26,0) | (0,0) | (26,0) |
| Einmaleffekte | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| (Vorjahr) | (-12,6) | (-0,5) | (-0,5) | (-13,6) | (0,0) | (-13,6) |
| Bereinigtes EBIT | 0,8 | 15,9 | 6,7 | 23,5 | 2,1 | 25,6 |
| (Vorjahr) | (221,1) | (52,9) | (0,2) | (274,2) | (3,2) | (277,4) |

Die nachfolgende Tabelle zeigt die verkürzte Segmentergebnisrechnung für das zweite Quartal 2022:

Konzern-Segmentergebnisrechnung Q2

| IN MIO. EUR | Fashion Store | Offprice | Alle sonstigen Segmente | Summe | Überleitung | Summe Konzern |
|------------------------------|---------------|----------|-------------------------|-----------|-------------|---------------|
| Umsatzerlöse | 2.376,7 | 376,2 | 81,9 | 2.834,8 | -211,7 | 2.623,0 |
| (Vorjahr) | (2.490,8) | (360,5) | (66,8) | (2.918,0) | (-184,9) | (2.733,1) |
| davon zwischen den Segmenten | 190,8 | 1,3 | 19,7 | 211,7 | -211,7 | 0,0 |
| (Vorjahr) | (173,1) | (0,5) | (10,9) | (184,5) | (-184,5) | (0,0) |
| EBIT | 47,6 | 7,2 | 6,8 | 61,7 | -0,6 | 61,0 |
| (Vorjahr) | (159,1) | (26,0) | (-0,5) | (184,6) | (1,8) | (186,4) |
| Anteilsbasierte Vergütungen | 13,4 | 2,2 | 0,8 | 16,4 | 0,0 | 16,4 |
| (Vorjahr) | (9,1) | (1,4) | (0,8) | (11,3) | (0,0) | (11,3) |
| Einmaleffekte | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| (Vorjahr) | (-12,6) | (-0,5) | (-0,5) | (-13,6) | (0,0) | (-13,6) |
| Bereinigtes EBIT | 61,0 | 9,5 | 7,6 | 78,1 | -0,6 | 77,4 |
| (Vorjahr) | (155,6) | (27,0) | (-0,3) | (182,3) | (1,8) | (184,1) |

Die Finanzinformationen für das Segment Fashion Store, einschließlich der Transaktionen zwischen den Segmenten, gliedern sich wie folgt in die Regionen Deutschland, Österreich und Schweiz (DACH) und Übriges Europa:

Fashion Store nach Regionen Q2

| IN MIO. EUR | DACH | Übriges Europa | Fashion Store |
|------------------------------|-----------|----------------|---------------|
| Umsatzerlöse | 1.070,5 | 1.306,2 | 2.376,7 |
| (Vorjahr) | (1.159,3) | (1.331,4) | (2.490,8) |
| davon zwischen den Segmenten | 80,0 | 110,8 | 190,8 |
| (Vorjahr) | (88,8) | (84,2) | (173,1) |
| EBIT | 46,5 | 1,1 | 47,6 |
| (Vorjahr) | (121,9) | (37,1) | (159,1) |
| Bereinigtes EBIT | 52,4 | 8,6 | 61,0 |
| (Vorjahr) | (119,9) | (35,7) | (155,6) |

Im Segment Fashion Store verringerte sich der Umsatz im ersten Halbjahr 2022 um 3,0 % im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Dieser leichte Rückgang der Umsatzerlöse gegenüber dem Vorjahreszeitraum ist in erster Linie auf eine vergleichsweise abgeschwächte Nachfrage zurückzuführen sowie anhaltende Lieferengpässe, welche die Verfügbarkeit in einzelnen Sortimentbereichen beeinflussen. Während sich die Anzahl an Bestellungen gegenüber dem

Vorjahreszeitraum prozentual im mittleren einstelligen Bereich erhöht hat, hat sich die durchschnittliche Warenkorbgröße nach Retouren verringert. Die bereinigte EBIT-Marge (EBIT-Marge) im Segment Fashion Store belief sich auf 0,0 % (-0,6 %) im Vergleich zu 4,9 % (4,7 %) im ersten Halbjahr 2021.

Die negative Entwicklung der EBIT-Marge des Fashion Store-Segments ist im Wesentlichen auf eine geringere Bruttogewinnmarge sowie ein aufgrund des gebremsten Wachstums gestiegenes Fulfillmentkostenverhältnis zurückzuführen. Die Bruttogewinnmarge des Fashion Store ist im Wesentlichen aufgrund von verlängerten Schlussverkaufszeiträumen und Preisrabattierungen zur Verringerung von Überbeständen gesunken. Insbesondere Inflationsdruck und eine steigende Retourenquote führten im Fashion Store zu einem Anstieg der Fulfillmentkosten im Verhältnis zum Umsatz. Dem wurde durch die Einführung eines Mindestbestellwerts in 15 weiteren Ländern und die Einführung temporärer Kraftstoffzuschläge an ZFS-Partner teilweise entgegengewirkt.

Im Offprice-Segment erhöhte sich der Umsatz im ersten Halbjahr 2022 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 1,5 %. Der Grund für diese Entwicklung ist die seit dem vierten Quartal 2021 anhaltende herausfordernde Beschaffungslage in Kombination mit dem derzeitigen gesamtwirtschaftlichen Umfeld. Haupttreiber hierfür waren die Angebotsqualität und -quantität sowie der allgemeine Nachfragerückgang. Das Offprice-Segment erwirtschaftete im ersten Halbjahr 2022 eine bereinigte EBIT-Marge (EBIT-Marge) von 2,3 % (1,7 %), was einer Verringerung um 5,5 Prozentpunkte (5,7 Prozentpunkte) im Vergleich zum Vorjahreszeitraum entspricht. Die niedrigere EBIT-Marge des Offprice-Segments ist ebenfalls zurückzuführen auf einen Rückgang der Bruttogewinnmarge durch verlängerte Schlussverkaufszeiträume und Preisrabattierungen in Kombination mit einer ungünstigen Entwicklung des Fulfillmentkostenverhältnisses.

In allen sonstigen Segmenten stiegen die Umsatzerlöse im ersten Halbjahr gegenüber dem Vorjahreszeitraum um insgesamt 12,2 %, in erster Linie aufgrund der starken Entwicklung der Zalando Marketing Services (ZMS). Die bereinigte EBIT-Marge (EBIT-Marge) in allen sonstigen Segmenten erhöhte sich im Vergleich zum ersten Halbjahr 2021 um 4,7 Prozentpunkte (4,2 Prozentpunkte) auf eine bereinigte EBIT-Marge (EBIT-Marge) von 4,8 % (3,5 %) im ersten Halbjahr 2022.

1.2.4 Finanzlage

Die Liquiditätssituation und die finanzielle Entwicklung des Zalando-Konzerns werden anhand der nachfolgenden verkürzten Kapitalflussrechnung aufgezeigt:

Verkürzte Kapitalflussrechnung

| IN MIO. EUR | 01.04. – 30.06.2022 | 01.04. – 30.06.2021 | 01.01. – 30.06.2022 | 01.01. – 30.06.2021 |
|---|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|
| Mittelzu-/abfluss aus laufender Geschäftstätigkeit | 136,2 | 361,8 | -325,3 | 259,0 |
| Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit | -77,5 | -51,8 | -147,7 | -91,6 |
| Mittelabfluss aus der Finanzierungstätigkeit | -28,4 | -125,8 | -187,9 | -503,9 |
| Zahlungswirksame Veränderungen des Finanzmittelbestands | 30,4 | 184,3 | -660,8 | -336,5 |
| Wechselkursbedingte und sonstige Veränderung des Finanzmittelbestands | 5,9 | -9,5 | 4,0 | -8,8 |
| Finanzmittelbestand am Anfang der Periode | 1.594,8 | 2.123,9 | 2.287,9 | 2.644,0 |
| Finanzmittelbestand am 30.06. | 1.631,1 | 2.298,7 | 1.631,1 | 2.298,7 |
| Frei verfügbarer Cashflow | 56,2 | 310,2 | -475,5 | 167,6 |

Wir haben im ersten Halbjahr 2022 einen negativen Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit von -325,3 Mio. EUR (Vorjahr: 259,0 Mio. EUR) erwirtschaftet. Dies war überwiegend auf einen signifikanten Anstieg der Vorräte sowie den Rückgang der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und ähnlichen Schulden zurückzuführen. Der deutliche Anstieg der Vorräte resultierte aus einem gestiegenen Wareneingangsniveau im ersten Quartal 2022 sowie einem Nachfragerückgang, insbesondere in unserem Wholesale-Geschäft. Die Verringerung um 584,2 Mio. EUR des ersten Halbjahres 2022 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ergab sich in erster Linie aus der Entwicklung des EBIT sowie einer deutlichen Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und ähnlichen Schulden.

Der Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit wird vorwiegend durch Capex in Höhe von 140,8 Mio. EUR (Vorjahr: 91,4 Mio. EUR) beeinflusst. Diese umfassen in erster Linie Investitionen in die Logistikinfrastuktur, die Logistikzentren in Polen und den Niederlanden betreffend, sowie Investitionen in selbst entwickelte Software.

Im Ergebnis ist der frei verfügbare Cashflow im ersten Halbjahr 2022 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 643,0 Mio. EUR von 167,6 Mio. EUR auf -475,5 Mio. EUR gesunken.

Der Mittelabfluss aus der Finanzierungstätigkeit betrifft in der ersten Jahreshälfte 2022 in erster Linie den Rückerwerb eigener Anteile in Höhe von 136,0 Mio. EUR. Hauptgrund für die Differenz gegenüber dem Vorjahreszeitraum ist die Rückzahlung der revolvingen Kreditlinie im Jahr 2021, welche im Vorjahreszeitraum zu einem Mittelabfluss aus der Finanzierungstätigkeit von 375,0 Mio. EUR geführt hat.

Insgesamt gingen die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente in der ersten Jahreshälfte 2022 um 667,6 Mio. EUR zurück, befanden sich jedoch mit 1.631,1 Mio. EUR zum 30. Juni 2022 weiterhin auf einem hohen Niveau.

Am 20. Mai 2022 hat die ZALANDO SE mit einer Gruppe von Banken eine neue revolvingende Kreditlinie in Höhe von 1.250,0 Mio. EUR abgeschlossen, welche die am 15. Dezember 2016 abgeschlossene revolvingende Kreditlinie in Höhe von 500,0 Mio. EUR ersetzt. Die neue Kreditlinie kann in Euro in Anspruch genommen und für allgemeine Gesellschaftszwecke (einschließlich Akquisitionen) sowie für Garantien genutzt werden. Die Linie hat eine Laufzeit bis zum 20. Mai 2027, kann allerdings bis zum 20. Mai 2029 verlängert und bis auf 1.500,0 Mio. EUR erhöht werden. Zum 30. Juni 2022 ist ein Betrag in Höhe von 131,6 Mio. EUR (Vorjahreszeitraum: 107,5 Mio. EUR) für Bankgarantien und Akkreditive in Anspruch genommen worden.

1.2.5 Vermögenslage

Die Vermögenslage des Konzerns wird in folgender verkürzter Bilanz dargestellt.

Aktiva

| IN MIO. EUR | 30.06.2022 | | 31.12.2021 | | Veränderung | |
|-----------------------------|----------------|---------------|----------------|---------------|---------------|--------------|
| Langfristige Vermögenswerte | 2.109,4 | 31,1% | 1.901,4 | 27,6% | 208,0 | 10,9% |
| Kurzfristige Vermögenswerte | 4.681,0 | 68,9% | 4.995,6 | 72,4% | -314,7 | -6,3% |
| Gesamtvermögen | 6.790,4 | 100,0% | 6.897,0 | 100,0% | -106,6 | -1,5% |

Passiva

| IN MIO. EUR | 30.06.2022 | | 31.12.2021 | | Veränderung | |
|-----------------------|----------------|---------------|----------------|---------------|---------------|--------------|
| Eigenkapital | 2.075,3 | 30,6% | 2.218,8 | 32,2% | -143,5 | -6,5% |
| Langfristige Schulden | 1.736,1 | 25,6% | 1.580,7 | 22,9% | 155,4 | 9,8% |
| Kurzfristige Schulden | 2.978,9 | 43,9% | 3.097,5 | 44,9% | -118,6 | -3,8% |
| Gesamtkapital | 6.790,4 | 100,0% | 6.897,0 | 100,0% | -106,6 | -1,5% |

Unser Gesamtvermögen hat sich im Vergleich zum 31. Dezember 2021 um 1,5 % auf 6.790,4 Mio. EUR verringert. Nettoumlaufvermögen, Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente sowie Eigenkapital sind die wesentlichen Bilanzpositionen.

Die Zugänge zu den immateriellen Vermögenswerten beliefen sich in den ersten sechs Monaten 2022 auf 39,7 Mio. EUR (Vorjahr: 43,2 Mio. EUR). Die Zugänge zu den Sachanlagen beliefen sich auf insgesamt 109,2 Mio. EUR (Vorjahr: 45,2 Mio. EUR) und betrafen im Wesentlichen die Logistikzentren in Polen und den Niederlanden. Vermögenswerte aus Nutzungsrechten werden zum 30. Juni 2022 mit einem Buchwert von 708,5 Mio. EUR erfasst.

Der Anstieg von 124,4 Mio. EUR ergibt sich hauptsächlich aus dem Beginn der im ersten Quartal 2022 neu abgeschlossenen Leasingverträge für ein Bürogebäude in Deutschland sowie ein Lager in Polen.

Das Vorratsvermögen umfasst im Wesentlichen Waren für unser Wholesale-Geschäft. Die Zunahme der Vorräte um 13,6 % auf 1.758,6 Mio. EUR spiegelt in erster Linie das im ersten Quartal gestiegene Wareneingangsniveau sowie den Nachfragerückgang wider.

Das Eigenkapital sank in der ersten Jahreshälfte 2022 um 143,5 Mio. EUR. Dies resultiert insbesondere aus dem Rückerwerb eigener Anteile (136,2 Mio. EUR) im Rahmen des Aktienrückkaufprogramms sowie aus dem negativen Periodenergebnis, teilweise kompensiert durch die anteilsbasierte Vergütung. Die Eigenkapitalquote sank von 32,2 % zum Jahresanfang auf 30,6 % zum 30. Juni 2022.

Zum 30. Juni 2022 wurden Leasingverbindlichkeiten in Höhe von 811,4 Mio. EUR erfasst, wovon 692,1 Mio. EUR auf langfristige und 119,3 Mio. EUR auf kurzfristige Leasingverbindlichkeiten entfielen. Der Anstieg in Höhe von 131,5 Mio. EUR ergibt sich aus den im ersten Quartal 2022 neu abgeschlossenen Leasingverträgen.

Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und ähnlichen Schulden gingen in den ersten sechs Monaten 2022 um 189,9 Mio. EUR zurück. Zum 30. Juni 2022 wurden Lieferantenforderungen gegen Zalando in Höhe von 603,0 Mio. EUR im Rahmen von Reverse-Factoring-Verträgen an verschiedene Factoring-Anbieter übertragen (31. Dezember 2021: 599,8 Mio. EUR). Der Ausweis in der Bilanz erfolgte unter den Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und ähnlichen Schulden.

Das Nettoumlaufvermögen, das sich aus Vorräten sowie Forderungen aus Lieferungen und Leistungen abzüglich Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und ähnlichen Schulden zusammensetzt, erhöhte sich von -162,1 Mio. EUR zum 31. Dezember 2021 auf 206,6 Mio. EUR zum 30. Juni 2022. Der Anstieg resultiert in erster Linie aus der Zunahme der Vorräte und dem Rückgang der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und ähnlichen Schulden. Dem gegenüber stand eine Abnahme der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen.

Gesamtaussage

Der Vorstand ist mit der Entwicklung in der ersten Jahreshälfte 2022 zufrieden, da die Umsetzung unserer Starting Point-Strategie trotz gesamtwirtschaftlicher Herausforderungen gut voranschreitet, was zu einer fortlaufenden und nachhaltigen Verbesserung der wichtigsten kund*innen- und partnerbezogenen Kennzahlen führt. Die erste Jahreshälfte 2022 wurde nach einem starken Wachstum im vergangenen Jahr durch gesamtwirtschaftliche Faktoren beeinflusst. In diesem herausfordernden Marktumfeld ist es uns gelungen, unser GMV auf einem konstanten Niveau zu halten, während das Online-Modesegment im gleichen Zeitraum negative Wachstumsraten verzeichnete. Nachdem sich die gesamtwirtschaftlichen Bedingungen allerdings im zweiten Quartal 2022 weiter verschlechterten und der EU-Index für Verbrauchervertrauen im Juni weiter sank, haben wir unseren Ausblick für das Gesamtjahr am 23. Juni 2022 aktualisiert. Davor erwarteten

wir in unserer Prognose vom 5. Mai 2022 für das Geschäftsjahr 2022 am unteren Ende des GMV-Wachstums von 16 % bis 23 %, des Umsatzwachstums von 12 % bis 19 %, des bereinigten EBIT zwischen 430,0 Mio. EUR und 510,0 Mio. EUR sowie der Capex von 400,0 Mio. EUR bis 500,0 Mio. EUR zu landen. Dieser Prognose lagen die antizipierten Herausforderungen, aber auch frühe Zeichen einer potenziellen Erholung zugrunde. Der Vorstand geht jetzt davon aus, dass die gesamtwirtschaftlichen Herausforderungen länger anhalten und stärker ausfallen als zuvor angenommen. Aus diesem Grund hat er seine Prognose für das Geschäftsjahr 2022 aktualisiert. Für das Geschäftsjahr 2022 erwarten wir ein GMV-Wachstum von 3 % bis 7 % auf 14,8 Mrd. EUR bis 15,3 Mrd. EUR. Beim Umsatz rechnen wir für den gleichen Zeitraum mit einem Wachstum von 0 % bis 3 % auf 10,4 Mrd. EUR bis 10,7 Mrd. EUR und bei einem bereinigten EBIT zwischen 180,0 Mio. EUR und 260,0 Mio. EUR (EBIT zwischen 115,0 Mio. EUR und 195,0 Mio. EUR). Unser Capex wird voraussichtlich in einer Spanne zwischen 350,0 Mio. EUR und 400,0 Mio. EUR liegen. Darüber hinaus erwarten wir zum Ende des Geschäftsjahres 2022 jetzt ein neutrales Nettoumlaufvermögen. Der überarbeitete Ausblick für das Gesamtjahr impliziert eine Wachstumsbeschleunigung und eine deutliche Profitabilitätssteigerung in der zweiten Jahreshälfte 2022. Dem liegt die kontinuierliche unternehmensweite Bestrebung zugrunde, das Angebot an die sich ändernde Kund*innennachfrage anzupassen und Effizienzsteigerungen bei allen Aufwandsposten zu bewirken.

1.2.6 Mitarbeiter*innen

Die Mitarbeiter*innenzahl blieb mit 17.069 zum 30. Juni 2022 gegenüber 17.043 zum 31. Dezember 2021 weitgehend unverändert.

1.3 Risiko- und Chancenbericht

Unser Risiko- und Chancenmanagementsystem bietet einen Rahmen für die konsistente Beurteilung unserer Chancen und Risiken in einem sich wandelnden Umfeld. Das erste Halbjahr 2022 war geprägt von Markt- und geopolitischen Entwicklungen, wie etwa dem massiven Inflationsdruck und dem Krieg in der Ukraine, die einen Nachfrageschock und Lieferkettenprobleme verursachten. Trotz der erheblichen Herausforderungen, die diese Ereignisse nach sich zogen, ergab unsere Risikobeurteilung im ersten Halbjahr 2022 keine kritischen Einzelrisiken oder zusammengefassten Risikocluster, die unser Fortbestehen gefährden könnten.

Zalando ist Risiken ausgesetzt, die sich negativ auf seine Geschäftstätigkeit, die Finanzlage oder seine Vermögenswerte auswirken könnten. Angesichts der derzeitigen gesamtwirtschaftlichen Entwicklungen sehen wir uns mit einem geschwächten Konsumklima sowie gestiegenen Preisen für Rohstoffe und erhöhten Lieferkettenkosten konfrontiert, die unsere Rentabilitätsziele stark belasten. Wir gehen davon aus, dass die oben erläuterten Herausforderungen künftig weiter bestehen bleiben und sich möglicherweise noch vergrößern werden. Um dem zu begegnen, haben wir unser Angebot an die sich ändernde Kund*innen-nachfrage angepasst, konzentrieren uns auf die Verbesserung der Wirtschaftlichkeit der Bestellungen und setzen im gesamten Unternehmen Initiativen zur Kosteneffizienz um. Für den Fall einer möglichen Gasverknappung im kommenden Winter erwarten wir keine wesentlichen Auswirkungen auf unsere operativen Geschäftsaktivitäten. Die Mehrheit unseres Gasverbrauchs dient der Beheizung unserer Lagerstandorte, wo wir notwendige präventive und reaktive Gegenmaßnahmen berücksichtigt haben. Somit sehen wir keine direkten Auswirkungen auf unseren Halbjahresfinanzbericht.

Die im Geschäftsbericht 2021 im Risiko- und Chancenbericht erläuterten Risikokategorien gelten auch für den aktuellen Berichtszeitraum. Es wurden keine weiteren Risikocluster als wesentlich oder kritisch eingestuft. Wichtige Hebel, die zur Erreichung unserer aktualisierten Wachstums- und Rentabilitätsziele beitragen, sind unter anderem unsere starken Kund*innenbeziehungen, die starke Bindung unserer Kund*innen, unser Plattformmodell sowie unser Fokus auf Effizienzsteigerungen bei sämtlichen Aufwandsposten.

1.4 Prognosebericht

1.4.1 Künftige gesamtwirtschaftliche und branchenbezogene Situation

Der Krieg in der Ukraine hat bei steigenden Energie- und Lebensmittelpreisen das Verbraucher*innenvertrauen erheblich geschwächt. Zusätzlich wurde der bestehende Druck auf Lieferketten durch die pandemiebedingten Entwicklungen in China verstärkt. Infolgedessen haben sich die Wachstumserwartungen geändert. Das BIP-Wachstum wird für 2022 in Höhe von 2,6 % erwartet. Die Schätzungen für 2023 liegen bei einem BIP-Wachstum von 1,6 %.⁶ Ein entsprechender Abwärtstrend wird sich auch beim privaten Konsum zeigen, da ein zunehmender Anteil der Haushaltskasse für Lebensmittel und Energie ausgegeben wird. In Deutschland wird für 2022 von einem deutlichen Rückgang des privaten Konsums ausgegangen. Das deutsche BIP wird 2022 voraussichtlich um 1,9 % und 2023 um 1,7 % wachsen.⁷

Die nachfolgende Tabelle zeigt die prozentuale Veränderung des privaten Konsums für den Zeitraum von 2019 bis 2023.

Veränderung des privaten Konsums pro Land

| | Historische Daten | | | Prognose | |
|-------------|-------------------|-------|------|----------|------|
| | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 |
| Eurozone | 1,3 | -8,0 | 3,6 | 2,6 | 1,5 |
| Deutschland | 1,7 | -6,3 | 0,3 | 3,4 | 1,9 |
| Schweiz | 1,4 | -4,5 | 2,6 | 3,1 | 0,8 |
| Spanien | 0,9 | -12,1 | 4,6 | 0,1 | 3,2 |
| Frankreich | 1,5 | -7,3 | 5,3 | 2,4 | 1,3 |
| Italien | 0,4 | -10,7 | 5,2 | 1,6 | 0,7 |

Quelle: OECD-Wirtschaftsausblick, Juli 2022

Der Basisprojektion liegt die Annahme zugrunde, dass sich die intensive Phase des Kriegs in der Ukraine bis zum Jahresende fortsetzt und es zu keiner weiteren Eskalation kommt.⁸ Folglich wird sich die HVPI-Gesamtinflation für den Großteil des Jahres 2022 mit durchschnittlich 6,8 % voraussichtlich weiterhin auf einem sehr hohen Niveau bewegen. Für das darauffolgende Jahr 2023 wird von einer gemäßigten Inflation von 3,5 % ausgegangen. Diesem Rückgang der Inflation in den kommenden zwei Jahren liegt insbesondere die Annahme zugrunde, dass sich die Rohstoffpreise für Energie und Lebensmittel mäßigen und keine weiteren Schocks auftreten. Darüber hinaus werden die angenommenen höheren Zinssätze und die anhaltende Normalisierung der Geldpolitik ebenfalls zu einer Abschwächung der Inflation beitragen.⁹

⁶ OECD-Wirtschaftsausblick, Juni 2022

⁷ OECD-Wirtschaftsausblick, Juli 2022

⁸ Europäische Zentralbank, Juli 2022

⁹ Weltbank: Globaler Konjunkturausblick, Juni 2022

Das Verbraucher*innenverhalten wies in Hinblick auf die Auswahl des Absatzkanals eine fortlaufende Normalisierung auf, was das Wachstum im stationären Handel anhebt. Ab Mai bewegten sich die Offline-Umsätze in Deutschland allerdings wieder auf dem Niveau von Mitte 2021. Dies deutet darauf hin, dass der von den Wiedereröffnungen ausgehende Rückenwind von gesamtwirtschaftlichem Gegenwind im Offline- und Onlinehandel abgelöst wird.^{10,11} Die meisten stationären Einzelhändler*innen sehen das Konsumklima und die hohe Inflation als die größte Herausforderung für das zweite Halbjahr. Für die kommenden Jahre wird mit einer Steigerung der Online-Durchdringung gerechnet. Wir sind weiter überzeugt, dass Zalando gut positioniert ist, um seinen profitablen Wachstumskurs fortzusetzen.

1.4.2 Prognose

Im zweiten Quartal 2022 verschlechterten sich die gesamtwirtschaftlichen Bedingungen weiter und der EU-Index für Verbrauchervertrauen sank erneut. Der Krieg in der Ukraine hat das Vertrauen erheblich geschwächt und zu steigenden Energie- und Lebensmittelpreisen geführt. Zusätzlich wurde der bestehende Druck auf Lieferketten durch die pandemiebedingten Entwicklungen in China verstärkt.

Daher hat Zalando seine Prognose für das Geschäftsjahr 2022 Ende Juni angepasst. Der bisherige Ausblick der Gesellschaft von Anfang Mai deutete auf das untere Ende der Jahresprognose hin. Dem lagen die antizipierten Herausforderungen, aber auch frühe Zeichen einer möglichen Erholung zugrunde. In der neuen Prognose geht Zalando davon aus, dass die gesamtwirtschaftlichen Herausforderungen länger anhalten und stärker ausfallen, während wir aus einer möglichen Gasverknappung im kommenden Winter keine wesentlichen Auswirkungen auf unsere operativen Geschäftsaktivitäten sehen.

Zalando erwartet für das Geschäftsjahr 2022 ein GMV-Wachstum zwischen 3 % und 7 % auf 14,8 Mrd. EUR bis 15,3 Mrd. EUR, ein Umsatzwachstum zwischen 0 % und 3 % auf 10,4 Mrd. EUR bis 10,7 Mrd. EUR sowie ein bereinigtes EBIT zwischen 180,0 Mio. EUR und 260,0 Mio. EUR im gleichen Zeitraum, was einer Marge von 1,7 % bis 2,4 % entspricht (EBIT zwischen 115,0 Mio. EUR und 195,0 Mio. EUR).

Die Gesellschaft hat ihr voraussichtliches Investitionsvolumen gesenkt, wird aber weiterhin in ihre Logistik und ihre Technologieplattform investieren, um langfristiges Wachstum und Wertschöpfung zu ermöglichen. Bei den Investitionsausgaben erwartet Zalando nunmehr, dass der Capex für 2022 bei rund 350,0 Mio. EUR bis 400,0 Mio. EUR liegen wird. Darüber hinaus erwartet der Konzern zum Ende des Geschäftsjahres 2022 jetzt ein neutrales Nettoumlaufvermögen.

¹⁰ Statista, Juli 2022
¹¹ BEVH, Juni 2022

1.4.3 Gesamtaussage des Vorstands der ZALANDO SE

Zusammengefasst zeigt die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage, dass sich der Konzern zum Zeitpunkt der Erstellung des Berichts für die erste Hälfte des Geschäftsjahres 2022 weiterhin in einer stabilen wirtschaftlichen Lage befand.

Berlin, 3. August 2022

Der Vorstand

| | | |
|----------------|------------------|----------------------|
| Robert Gentz | David Schneider | James M. Freeman, II |
| David Schröder | Dr. Astrid Arndt | Dr. Sandra Dembeck |

Konzern- Zwischen- abschluss

2.1 Konzern-Gesamtergebnisrechnung

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

| IN MIO. EUR | Anhang | 01.04. – 30.06.2022 | 01.04. – 30.06.2021 | 01.01. – 30.06.2022 | 01.01. – 30.06.2021 |
|--|--------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|
| Umsatzerlöse | (1.) | 2.623,0 | 2.733,1 | 4.828,1 | 4.970,9 |
| Umsatzkosten | (2.) | -1.546,7 | -1.524,2 | -2.898,5 | -2.849,0 |
| Bruttoergebnis vom Umsatz | | 1.076,4 | 1.208,9 | 1.929,6 | 2.122,0 |
| Fulfillmentkosten | | -683,2 | -662,1 | -1.333,8 | -1.232,9 |
| Marketingkosten | | -208,8 | -267,7 | -377,0 | -440,7 |
| Verwaltungskosten | | -126,3 | -107,8 | -233,6 | -199,9 |
| Sonstige betriebliche Erträge | | 4,4 | 17,4 | 11,8 | 19,9 |
| Sonstige betriebliche Aufwendungen | | -1,5 | -2,4 | -4,0 | -3,4 |
| Betriebliches Ergebnis (EBIT) | | 61,0 | 186,4 | -7,1 | 264,9 |
| Zinsertrag | | 1,3 | 3,1 | 2,5 | 1,8 |
| Zinsaufwand | | -14,2 | -16,5 | -28,7 | -29,4 |
| Übriges Finanzergebnis | | 10,7 | 1,4 | 2,6 | -11,9 |
| Finanzergebnis | | -2,2 | -11,9 | -23,6 | -39,4 |
| Ergebnis vor Steuern (EBT) | | 58,8 | 174,5 | -30,6 | 225,5 |
| Steuern vom Einkommen und vom Ertrag | (3.) | -44,8 | -54,1 | -16,7 | -70,6 |
| Periodenergebnis | | 14,0 | 120,4 | -47,3 | 154,9 |
| davon den Anteilseigner*innen der ZALANDO SE zuzurechnendes Periodenergebnis | | 14,0 | 120,4 | -47,3 | 154,9 |
| davon den nicht beherrschenden Anteilen zuzurechnendes Periodenergebnis | | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| Periodenergebnis in Prozent vom Umsatz | | 0,5 % | 4,4 % | -1,0 % | 3,1 % |
| unverwässertes Ergebnis je Aktie (in EUR) | (4.) | 0,05 | 0,46 | -0,18 | 0,60 |
| verwässertes Ergebnis je Aktie (in EUR) | (4.) | 0,05 | 0,45 | -0,18 | 0,60 |

Konzern-Gesamtergebnisrechnung

| IN MIO. EUR | 01.04. – 30.06.2022 | 01.04. – 30.06.2021 | 01.01. – 30.06.2022 | 01.01. – 30.06.2021 |
|--|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|
| Periodenergebnis | 14,0 | 120,4 | -47,3 | 154,9 |
| Posten, die in Folgeperioden in das Periodenergebnis umgegliedert werden | | | | |
| Effektiver Teil der Gewinne/Verluste aus Cashflow Hedges nach Steuern | 33,4 | -18,6 | 26,2 | 10,3 |
| Währungsumrechnungsdifferenzen ausländischer Jahresabschlüsse | -2,4 | -2,7 | -3,8 | -9,3 |
| Sonstiges Ergebnis | 31,0 | -21,3 | 22,5 | 1,0 |
| Gesamtergebnis | 45,0 | 99,1 | -24,8 | 155,9 |
| davon den Anteilseigner*innen der ZALANDO SE zuzurechnendes Ergebnis | 45,0 | 99,1 | -24,8 | 155,9 |
| davon den nicht beherrschenden Anteilen zuzurechnendes Gesamtergebnis | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |

2.2 Konzernbilanz

Konzernbilanz – Aktiva

| IN MIO. EUR | Anhang | 30.06.2022 | 31.12.2021 |
|---|--------|----------------|----------------|
| Langfristige Vermögenswerte | | | |
| Immaterielle Vermögenswerte | | 269,8 | 263,0 |
| Sachanlagen | | 1.020,0 | 959,4 |
| Vermögenswerte aus Nutzungsrechten | | 708,5 | 584,2 |
| Finanzielle Vermögenswerte | (6.) | 86,7 | 78,1 |
| Latente Steueransprüche | | 12,5 | 11,2 |
| Nicht finanzielle Vermögenswerte | | 4,7 | 3,9 |
| Nach der Equity-Methode bilanzierte Finanzanlagen | | 7,2 | 1,7 |
| | | 2.109,4 | 1.901,4 |
| Kurzfristige Vermögenswerte | | | |
| Vorräte | (5.) | 1.758,6 | 1.547,4 |
| Forderungen aus Lieferungen und Leistungen | | 695,1 | 727,4 |
| Sonstige finanzielle Vermögenswerte | | 133,1 | 49,8 |
| Sonstige nicht finanzielle Vermögenswerte | | 463,1 | 383,0 |
| Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente | (9.) | 1.631,1 | 2.287,9 |
| | | 4.681,0 | 4.995,6 |
| Bilanzsumme | | 6.790,4 | 6.897,0 |

Konzernbilanz – Passiva

| IN MIO. EUR | Anhang | 30.06.2022 | 31.12.2021 |
|--|-------------|----------------|----------------|
| Eigenkapital | | | |
| Gezeichnetes Kapital | | 257,2 | 258,7 |
| Kapitalrücklage | | 1.168,8 | 1.285,9 |
| Sonstige Rücklagen | | -14,4 | -36,8 |
| Gewinnrücklagen | | 663,7 | 711,1 |
| Eigenkapital der Aktionär*innen der ZALANDO SE | | 2.075,3 | 2.219,0 |
| Nicht beherrschende Anteile | | 0,0 | -0,2 |
| | (7.) | 2.075,3 | 2.218,8 |
| Langfristige Schulden | | | |
| Rückstellungen | | 54,1 | 54,3 |
| Leasingverbindlichkeiten | (6.) | 692,1 | 579,0 |
| Wandelanleihen | | 905,9 | 895,0 |
| Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten | | 15,9 | 14,2 |
| Sonstige nicht finanzielle Verbindlichkeiten | | 4,5 | 4,6 |
| Latente Steuerschulden | | 63,6 | 33,5 |
| | | 1.736,1 | 1.580,7 |
| Kurzfristige Schulden | | | |
| Leasingverbindlichkeiten | (6.) | 119,3 | 101,0 |
| Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und ähnliche Schulden | (8.) | 2.247,1 | 2.437,0 |
| Erhaltene Anzahlungen | (8.) | 39,8 | 40,6 |
| Verbindlichkeiten aus Ertragssteuern | | 28,3 | 25,2 |
| Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten | | 255,0 | 214,9 |
| Sonstige nicht finanzielle Verbindlichkeiten | | 289,5 | 278,9 |
| | | 2.978,9 | 3.097,5 |
| Bilanzsumme | | 6.790,4 | 6.897,0 |

2.3 Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung

Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung 2022

| IN MIO. EUR | Anhang | Gezeichnetes Kapital | Kapitalrücklage |
|---|--------|----------------------|-----------------|
| Stand 01.01.2022 | | 258,7 | 1.285,9 |
| Periodenergebnis | | 0,0 | 0,0 |
| Sonstiges Ergebnis | | 0,0 | 0,0 |
| Gesamtergebnis | | 0,0 | 0,0 |
| Kapitalerhöhung | | 0,4 | 0,3 |
| Ausgabe von eigenen Aktien | (7.) | 0,3 | 0,0 |
| Rückerwerb von eigenen Aktien | (7.) | -2,2 | -134,0 |
| Anteilsbasierte Vergütungen | | 0,0 | 32,7 |
| Latente Steuern aus anteilsbasierter Vergütung | | 0,0 | -16,1 |
| Kapitaltransaktionen mit Änderung der Beteiligungsquote | | 0,0 | 0,0 |
| Stand 30.06.2022 | | 257,2 | 1.168,8 |

Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung 2021

| IN MIO. EUR | Anhang | Gezeichnetes Kapital | Kapitalrücklage |
|--|--------|----------------------|-----------------|
| Stand 01.01.2021 | | 253,1 | 1.428,9 |
| Periodenergebnis | | 0,0 | 0,0 |
| Sonstiges Ergebnis | | 0,0 | 0,0 |
| Gesamtergebnis | | 0,0 | 0,0 |
| Kapitalerhöhung | | 6,3 | 1,8 |
| Ausgabe von eigenen Aktien | (7.) | 0,6 | 10,8 |
| Rückerwerb von eigenen Aktien | (7.) | -1,2 | -104,5 |
| Anteilsbasierte Vergütungen | | 0,0 | 26,0 |
| Latente Steuern aus anteilsbasierter Vergütung | | 0,0 | 13,2 |
| Stand 30.06.2021 | | 258,9 | 1.376,2 |

Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung 2022

| Sonstige Rücklagen | | Bilanzgewinn | Anteilseigner*innen der ZALANDO SE | Nicht beherrschende Anteile | Summe |
|--------------------|-------------------------|--------------|---------------------------------------|--------------------------------|----------------|
| Cashflow Hedges | Währungs- umrechnung | | | | |
| -26,2 | -10,6 | 711,1 | 2.219,0 | -0,2 | 2.218,8 |
| 0,0 | 0,0 | -47,3 | -47,3 | 0,0 | -47,3 |
| 26,2 | -3,8 | 0,0 | 22,5 | 0,0 | 22,5 |
| 26,2 | -3,8 | -47,3 | -24,8 | 0,0 | -24,8 |
| 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,7 | 0,0 | 0,7 |
| 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,2 | 0,0 | 0,2 |
| 0,0 | 0,0 | 0,0 | -136,2 | 0,0 | -136,2 |
| 0,0 | 0,0 | 0,0 | 32,7 | 0,0 | 32,7 |
| 0,0 | 0,0 | 0,0 | -16,1 | 0,0 | -16,1 |
| 0,0 | 0,0 | -0,2 | -0,2 | 0,2 | 0,0 |
| 0,0 | -14,4 | 663,7 | 2.075,3 | 0,0 | 2.075,3 |

Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung 2021

| Sonstige Rücklagen | | Bilanzgewinn | Anteilseigner*innen der ZALANDO SE | Nicht beherrschende Anteile | Summe |
|--------------------|-------------------------|--------------|---------------------------------------|--------------------------------|----------------|
| Cashflow Hedges | Währungs- umrechnung | | | | |
| -6,7 | -0,6 | 476,6 | 2.151,3 | -0,2 | 2.151,1 |
| 0,0 | 0,0 | 154,9 | 154,9 | 0,0 | 154,9 |
| 10,3 | -9,3 | 0,0 | 1,0 | 0,0 | 1,0 |
| 10,3 | -9,3 | 154,9 | 155,9 | 0,0 | 155,9 |
| 0,0 | 0,0 | 0,0 | 8,0 | 0,0 | 8,0 |
| 0,0 | 0,0 | 0,0 | 11,4 | 0,0 | 11,4 |
| 0,0 | 0,0 | 0,0 | -105,7 | 0,0 | -105,7 |
| 0,0 | 0,0 | 0,0 | 26,0 | 0,0 | 26,0 |
| 0,0 | 0,0 | 0,0 | 13,2 | 0,0 | 13,2 |
| 3,6 | -9,9 | 631,5 | 2.260,2 | -0,2 | 2.260,0 |

2.4 Konzern-Kapitalflussrechnung

Konzern-Kapitalflussrechnung

| IN MIO. EUR | Anhang | 01.04. – 30.06.2022 | 01.04. – 30.06.2021 | 01.01. – 30.06.2022 | 01.01. – 30.06.2021 |
|-------------|---|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|
| 1 | Periodenergebnis | 14,0 | 120,4 | -47,3 | 154,9 |
| 2 + | Zahlungsunwirksamer Aufwand aus anteilsbasierten Vergütungen | 16,4 | 11,3 | 32,7 | 26,0 |
| 3 + | Abschreibungen auf Sachanlagen, Vermögenswerte aus Nutzungsrechten und immaterielle Vermögenswerte | 66,5 | 57,3 | 128,2 | 110,5 |
| 4 +/- | Steuern vom Einkommen und Ertrag | (3.) | 44,8 | 16,7 | 70,6 |
| 5 - | Gezahlte Steuern vom Einkommen und Ertrag, abzüglich Erstattungen | -13,2 | -25,5 | -34,3 | -50,5 |
| 6 +/- | Zunahme/Abnahme der Rückstellungen | 0,0 | -0,3 | 0,0 | -0,5 |
| 7 -/+ | Sonstige zahlungsunwirksame Erträge/Aufwendungen | 0,0 | 5,3 | -1,7 | 7,4 |
| 8 +/- | Abnahme/Zunahme der Vorräte | (5.) | 194,2 | -211,1 | -189,5 |
| 9 +/- | Abnahme/Zunahme der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen | -59,8 | -147,7 | 32,3 | -104,1 |
| 10 +/- | Zunahme/Abnahme der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und ähnlichen Schulden | (8.) | -180,9 | -0,8 | 197,4 |
| 11 +/- | Zunahme/Abnahme der sonstigen Aktiva/Passiva | 54,2 | 79,5 | -39,8 | 36,8 |
| 12 = | Mittelzu-/abfluss aus laufender Geschäftstätigkeit | (9.) | 136,2 | -325,3 | 259,0 |
| 13 - | Auszahlungen für Investitionen in das Sachanlagevermögen | -57,5 | -31,0 | -101,0 | -47,1 |
| 14 - | Auszahlungen für Investitionen in immaterielle Vermögenswerte | -17,0 | -20,6 | -39,7 | -44,3 |
| 15 - | Auszahlungen für den Erwerb von Anteilen an assoziierten Unternehmen sowie den Erwerb von Unternehmen und Anzahlungen für entsprechende Erwerbe | -5,5 | 0,0 | -9,4 | 0,0 |
| 16 +/- | Änderung von Zahlungsmitteln, die einer Verfügungsbeschränkung unterliegen | 2,5 | -0,2 | 2,5 | -0,2 |
| 17 = | Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit | (9.) | -77,5 | -147,7 | -91,6 |
| 18 + | Einzahlungen aus Kapitalerhöhungen der Anteilseigner und Aktienoptionsausübungen abzüglich Transaktionskosten | 0,5 | 5,0 | 0,9 | 19,4 |
| 19 - | Auszahlungen für den Rückerwerb von eigenen Aktien | 0,0 | -105,7 | -136,0 | -105,7 |
| 20 - | Auszahlungen für die Tilgung von Krediten | -3,3 | -1,4 | -3,3 | -376,4 |
| 21 - | Auszahlungen für die Tilgung von Leasingverbindlichkeiten | -25,6 | -23,6 | -49,5 | -41,3 |
| 22 = | Mittelabfluss aus der Finanzierungstätigkeit | (9.) | -28,4 | -187,9 | -503,9 |
| 23 = | Zahlungswirksame Veränderungen des Finanzmittelbestands | 30,4 | 184,3 | -660,8 | -336,5 |
| 24 +/- | Wechselkursbedingte Veränderung des Finanzmittelbestands | 5,9 | -9,5 | 4,0 | -8,8 |
| 25 + | Verfügbarer Finanzmittelbestand zu Beginn der Periode | 1.594,8 | 2.123,9 | 2.287,9 | 2.644,0 |
| 26 = | Verfügbarer Finanzmittelbestand am 30.06. | (9.) | 1.631,1 | 1.631,1 | 2.298,7 |

Die im Mittelzufluss und Mittelabfluss aus laufender Geschäftstätigkeit enthaltenen gezahlten bzw. erhaltenen Zinsen stellen sich wie folgt dar:

Zahlungswirksame Zinsen

| IN MIO. EUR | 01.04. – 30.06.2022 | 01.04. – 30.06.2021 | 01.01. – 30.06.2022 | 01.01. – 30.06.2021 |
|------------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|
| Gezahlte Zinsen | -9,7 | -10,2 | -17,8 | -17,8 |
| Erhaltene Zinsen | 0,7 | 2,5 | 1,3 | 1,0 |
| Summe | -9,0 | -7,7 | -16,5 | -16,8 |

Der frei verfügbare Cashflow lässt sich folgendermaßen aus dem Mittelzufluss und Mittelabfluss aus der laufenden Geschäftstätigkeit ermitteln:

Frei verfügbarer Cashflow

| IN MIO. EUR | 01.04. – 30.06.2022 | 01.04. – 30.06.2021 | 01.01. – 30.06.2022 | 01.01. – 30.06.2021 |
|---|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|
| Mittelzu-/abfluss aus laufender Geschäftstätigkeit | 136,2 | 361,8 | -325,3 | 259,0 |
| Auszahlungen für Investitionen in das Sachanlagevermögen | -57,5 | -31,0 | -101,0 | -47,1 |
| Auszahlungen für Investitionen in immaterielle Vermögenswerte | -17,0 | -20,6 | -39,7 | -44,3 |
| Auszahlungen für den Erwerb von Anteilen an assoziierten Unternehmen sowie den Erwerb von Unternehmen und Anzahlungen für entsprechende Erwerbe | -5,5 | 0,0 | -9,4 | 0,0 |
| Frei verfügbarer Cashflow | 56,2 | 310,2 | -475,5 | 167,6 |

2.5 Verkürzter Konzernanhang

2.5.1 Allgemeine Angaben

Die ZALANDO SE ist eine börsennotierte europäische Aktiengesellschaft mit Sitz in Berlin, Deutschland. Die ZALANDO SE, Berlin, ist die Muttergesellschaft des Zalando-Konzerns (nachfolgend auch „Zalando“ oder „Konzern“ genannt).

Dieser verkürzte Konzern-Zwischenabschluss zum 30. Juni 2022 wurde unter Berücksichtigung von IAS 34 „Zwischenberichterstattung“ in Verbindung mit IAS 1 „Darstellung des Abschlusses“ erstellt. Außerdem wurden die Regelungen des Wertpapierhandelsgesetzes (WpHG) beachtet. Der verkürzte Konzern-Zwischenabschluss enthält nicht alle für einen Konzernabschluss zum Geschäftsjahresende erforderlichen Informationen und Angaben und ist daher in Verbindung mit dem Konzernabschluss zum 31. Dezember 2021 zu lesen.

Grundsätze der Bilanzierung und Bewertung

Die im Konzernabschluss zum 31. Dezember 2021 angewandten Rechnungslegungsgrundsätze sowie Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden werden unverändert übernommen.

Aus der erstmaligen Anwendung geänderter IFRS-Rechnungslegungsstandards oder -Interpretationen im Geschäftsjahr 2022 ergaben sich, wie auch im Geschäftsbericht 2021 erläutert, keine wesentlichen Einflüsse auf den verkürzten Konzern-Zwischenabschluss.

Der verkürzte Konzern-Zwischenabschluss wird in Euro aufgestellt.

Aufgrund von Rundungen ist es möglich, dass eine Addition von einzelnen Zahlen zur angegebenen Summe nicht genau möglich ist und dargestellte Prozentangaben nicht genau die Zahlen widerspiegeln, auf die sie sich beziehen.

Konsolidierungskreis

Die Anzahl der in den Konsolidierungskreis einbezogenen Tochtergesellschaften hat sich zum 30. Juni 2022 von 47 (31. Dezember 2021) auf 53 erhöht.

2.5.2 Ausgewählte Erläuterungen zur Konzern-Gesamtergebnisrechnung

(1.) Umsatzerlöse

Umsatzerlöse

| IN MIO. EUR | 01.04. – 30.06.2022 | 01.04. – 30.06.2021 | 01.01. – 30.06.2022 | 01.01. – 30.06.2021 |
|--|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|
| Erträge aus dem Verkauf von Handelswaren | 2.219,1 | 2.439,1 | 4.091,1 | 4.445,4 |
| Erträge aus übrigen Dienstleistungen | 403,9 | 294,1 | 737,0 | 525,5 |
| Summe | 2.623,0 | 2.733,1 | 4.828,1 | 4.970,9 |

Die Umsatzerlöse sind in den ersten sechs Monaten 2022 gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 2,9 % auf 4.828,1 Mio. EUR (Vorjahreszeitraum: 4.970,9 Mio. EUR) gesunken. Gesamtwirtschaftliche Entwicklungen, insbesondere hohe Inflation und die Sorge vor einer Rezession, hatten negative Auswirkungen auf das Verbraucher*innenvertrauen in unseren Märkten.

(2.) Umsatzkosten

Umsatzkosten

| IN MIO. EUR | 01.04. – 30.06.2022 | 01.04. – 30.06.2021 | 01.01. – 30.06.2022 | 01.01. – 30.06.2021 |
|----------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|
| Sachkosten | 1.485,0 | 1.474,6 | 2.770,3 | 2.754,0 |
| Personalkosten | 61,7 | 49,6 | 128,2 | 95,0 |
| Summe | 1.546,7 | 1.524,2 | 2.898,5 | 2.849,0 |

Die Umsatzkosten umfassen im Wesentlichen Materialaufwand, Personalkosten, Abschreibungen auf Vorräte, Fremdleistungen sowie Kosten der Infrastruktur. In den ersten sechs Monaten sind die Umsatzkosten von 2.849,0 Mio. EUR auf 2.898,5 Mio. EUR gestiegen.

Im ersten Halbjahr 2022 betrug der Materialaufwand im Konzern insgesamt 2.338,0 Mio. EUR (Vorjahreszeitraum: 2.406,6 Mio. EUR). Die Abschreibungen auf Vorräte beliefen sich auf 111,3 Mio. EUR (Vorjahreszeitraum: 129,2 Mio. EUR).

Wir erzielten im ersten Halbjahr 2022 ein Bruttoergebnis vom Umsatz in Höhe von 1.929,6 Mio. EUR (Vorjahr: 2.122,0 Mio. EUR). Die Bruttogewinnmarge verringerte sich dabei um 2,7 Prozentpunkte auf 40,0 %. Die Abnahme der Bruttogewinnmarge ist im Wesentlichen auf verlängerte Schlussverkaufszeiträume und Preisrabattierungen zur Verringerung von Überbeständen zurückzuführen.

(3.) Steuern vom Einkommen und Ertrag

Steuern vom Einkommen und vom Ertrag

| IN MIO. EUR | 01.04. – 30.06.2022 | 01.04. – 30.06.2021 | 01.01. – 30.06.2022 | 01.01. – 30.06.2021 |
|------------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|
| Latente Steuern | -32,7 | 3,1 | -1,2 | 8,1 |
| Laufende Steuern | -12,1 | -57,2 | -15,5 | -78,7 |
| Summe | -44,8 | -54,1 | -16,7 | -70,6 |

Der Ertragsteueraufwand setzt sich aus laufendem Steueraufwand und latentem Steueraufwand zusammen. Er umfasst Ertragsteuern für Vorjahre in Höhe von 3,5 Mio. EUR sowie latenten Steueraufwand in Höhe von 21,4 Mio. EUR aus dem Rückgang der aktiven latenten Steuern auf im Rahmen unserer anteilsbasierten Vergütungsprogramme gewährte Optionen. Die zu erwartende künftige abzugsfähige temporäre Differenz für diese Programme wird basierend auf dem Aktienkurs von Zalando zum Abschlussstichtag geschätzt. Dementsprechend haben sich die aktiven latenten Steuern im Einklang mit der Entwicklung des Aktienkurses von Zalando in den ersten sechs Monaten 2022 verringert. Darüber hinaus haben wir in der ersten Jahreshälfte 2022 aktive latente Steuern auf negative Ergebnisse gebildet.

Der Anstieg des latenten Steueraufwands im zweiten Quartal 2022 ist ebenfalls hauptsächlich durch den Rückgang der aktiven latenten Steuern auf im Rahmen unserer anteilsbasierten Vergütungsprogramme gewährte Optionen bedingt.

(4.) Ergebnis je Aktie

Das unverwässerte Ergebnis je Aktie errechnet sich, indem das auf die Anteilseigner*innen der ZALANDO SE entfallende Periodenergebnis durch die unverwässerte gewichtete durchschnittliche Anzahl der Aktien dividiert wird.

Ergebnis je Aktie (EPS) unverwässert

| IN MIO. EUR | 01.04. – 30.06.2022 | 01.04. – 30.06.2021 | 01.01. – 30.06.2022 | 01.01. – 30.06.2021 |
|--|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|
| Anteilseigner*innen der ZALANDO SE zuzurechnendes Periodenergebnis (in Mio. EUR) | 14,0 | 120,4 | -47,3 | 154,9 |
| Unverwässerte gewichtete durchschnittliche Aktienanzahl (in Mio. Stück) | 257,1 | 259,2 | 257,1 | 256,7 |
| Gesamt | 0,05 | 0,46 | -0,18 | 0,60 |

Das verwässerte Ergebnis je Aktie errechnet sich, indem das auf die Anteilseigner*innen der ZALANDO SE entfallende Periodenergebnis durch die verwässerte durchschnittliche gewichtete Anzahl der Aktien dividiert wird.

Ergebnis je Aktie (EPS) verwässert

| IN MIO. EUR | 01.04. – 30.06.2022 | 01.04. – 30.06.2021 | 01.01. – 30.06.2022 | 01.01. – 30.06.2021 |
|--|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|
| Anteilseigner*innen der ZALANDO SE zuzurechnendes Periodenergebnis (in Mio. EUR) | 14,0 | 125,7 | -47,3 | 165,5 |
| Verwässerte gewichtete durchschnittliche Aktienanzahl (in Mio. Stück) | 258,5 | 276,8 | 257,1 | 277,1 |
| Gesamt | 0,05 | 0,45 | -0,18 | 0,60 |

Der verwässernde Effekt ist im Wesentlichen auf anteilsbasierte Vergütungszusagen mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente gegenüber Mitarbeiter*innen zurückzuführen. Bei der Berechnung des verwässerten Ergebnisses je Aktie wurden sämtliche Mitarbeiter*innenoptionen berücksichtigt mit Ausnahme anteilsbasierter Vergütungen mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente, die eine zum Abschlussstichtag noch nicht erfüllte Leistungsbedingung enthalten. Somit wurden wie im Vorjahr die unter dem LTI 2021 gewährten Optionen bei der Berechnung des verwässerten Ergebnisses nicht berücksichtigt. Darüber hinaus wurden Optionen, die während des jeweiligen Berichtszeitraums aus dem Geld waren, aus der Berechnung ausgeschlossen.

2.5.3 Ausgewählte Erläuterungen zur Konzernbilanz

(5.) Vorräte

Das Vorratsvermögen umfasst im Wesentlichen Waren für unser Wholesale-Geschäft. Die Zunahme der Vorräte um 13,6 % auf 1.758,6 Mio. EUR spiegelt in erster Linie das im ersten Quartal gestiegene Wareneingangsniveau sowie den Nachfragerückgang wider.

(6.) Vermögenswerte aus Nutzungsrechten und Leasingverbindlichkeiten

Vermögenswerte aus Nutzungsrechten werden zum 30. Juni 2022 mit einem Buchwert von 708,5 Mio. EUR erfasst. Die Leasingverbindlichkeiten wurden i.H.v. 811,4 Mio. EUR ausgewiesen, wobei 692,1 Mio. EUR lang- und 119,3 Mio. EUR kurzfristig sind. Der Anstieg der Vermögenswerte aus Nutzungsrechten i.H.v. 124,4 Mio. EUR und der Leasingverbindlichkeiten i.H.v. 131,5 Mio. EUR ergibt sich im Wesentlichen aus dem Beginn der im ersten Quartal 2022 neu abgeschlossenen Leasingverträge für ein Bürogebäude in Deutschland sowie ein Lager in Polen.

(7.) Eigenkapital

Das Eigenkapital sank in der ersten Jahreshälfte 2022 um 143,5 Mio. EUR. Dies resultiert insbesondere aus dem Ruckerwerb eigener Anteile (136,2 Mio. EUR) im Rahmen des Aktienrückkaufprogramms sowie aus dem negativen Periodenergebnis, teilweise kompensiert durch die anteilsbasierte Vergütung. Die Eigenkapitalquote sank von 32,2 % zum Jahresanfang auf 30,6 % zum 30. Juni 2022.

(8.) Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und ähnliche Schulden und erhaltene Anzahlungen

Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und ähnlichen Schulden gingen in den ersten sechs Monaten 2022 um 189,9 Mio. EUR zurück. Zum 30. Juni 2022 wurden Lieferantenforderungen gegen Zalando in Höhe von 603,0 Mio. EUR im Rahmen von Reverse-Factoring-Verträgen an verschiedene Factoring-Anbieter übertragen (31. Dezember 2021: 599,8 Mio. EUR). Der Ausweis in der Bilanz erfolgte unter den Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und ähnlichen Schulden.

Die erhaltenen Anzahlungen betreffen Kund*innenanzahlungen auf Bestellungen.

(9.) Angaben zur Kapitalflussrechnung

Wir haben im ersten Halbjahr 2022 einen negativen Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit von -325,3 Mio. EUR (Vorjahr: 259,0 Mio. EUR) erwirtschaftet. Dies war überwiegend auf einen signifikanten Anstieg der Vorräte sowie den Rückgang der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und ähnlichen Schulden zurückzuführen. Der deutliche Anstieg der Vorräte resultierte aus einem gestiegenen Wareneingangsniveau im ersten Quartal 2022 sowie einem Nachfragerückgang, insbesondere in unserem Wholesale-Geschäft. Die Verringerung um 584,2 Mio. EUR des ersten Halbjahres 2022 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ergab sich in erster Linie aus der Entwicklung des EBIT sowie einer deutlichen Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und ähnlichen Schulden.

Der Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit wird vorwiegend durch Capex in Höhe von 140,8 Mio. EUR (Vorjahr: 91,4 Mio. EUR) beeinflusst. Diese umfassen in erster Linie Investitionen in die Logistikinfrastruktur, die Logistikzentren in Polen und den Niederlanden betreffend, sowie Investitionen in selbst entwickelte Software.

Im Ergebnis ist der frei verfügbare Cashflow im ersten Halbjahr 2022 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 643,0 Mio. EUR von 167,6 Mio. EUR auf -475,5 Mio. EUR gesunken.

Der Mittelabfluss aus der Finanzierungstätigkeit betrifft in der ersten Jahreshälfte 2022 in erster Linie den Rückerwerb eigener Anteile in Höhe von 136,0 Mio. EUR. Hauptgrund für die Differenz gegenüber dem Vorjahreszeitraum ist die Rückzahlung der revolving Kreditlinie im Jahr 2021, welche im Vorjahreszeitraum zu einem Mittelabfluss aus der Finanzierungstätigkeit von 375,0 Mio. EUR geführt hat.

Insgesamt gingen die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente in der ersten Jahreshälfte 2022 um 667,6 Mio. EUR zurück, befanden sich jedoch mit 1.631,1 Mio. EUR zum 30. Juni 2022 weiterhin auf einem hohen Niveau.

Am 20. Mai 2022 hat die ZALANDO SE mit einer Gruppe von Banken eine neue revolving Kreditlinie in Höhe von 1.250,0 Mio. EUR abgeschlossen, welche die am 15. Dezember 2016 abgeschlossene revolving Kreditlinie in Höhe von 500,0 Mio. EUR ersetzt. Die neue Kreditlinie kann in Euro in Anspruch genommen und für allgemeine Gesellschaftszwecke (einschließlich Akquisitionen) sowie für Garantien genutzt werden. Die Linie hat eine Laufzeit bis zum 20. Mai 2027, kann allerdings bis zum 20. Mai 2029 verlängert und bis

auf 1.500,0 Mio. EUR erhöht werden. Zum 30. Juni 2022 ist ein Betrag in Höhe von 131,6 Mio. EUR (Vorjahreszeitraum: 107,5 Mio. EUR) für Bankgarantien und Akkreditive in Anspruch genommen worden.

2.5.4 Sonstige Angaben

(10.) Angaben über Beziehungen zu nahestehenden Personen und Unternehmen

Wir haben im Berichtszeitraum im Rahmen des gewöhnlichen Geschäftsverkehrs Transaktionen mit nahestehenden Personen und Unternehmen getätigt. Die Geschäfte wurden wie unter fremden Dritten abgeschlossen. Sämtliche Geschäfte mit nahestehenden Unternehmen und Personen beziehen sich auf Mitarbeiter*innen in Schlüsselpositionen. D. h. sie werden mit Mitgliedern des Vorstands oder des Aufsichtsrats, deren unmittelbaren Familienangehörigen oder Unternehmen, die von einer oder mehreren dieser Personen gemeinsam beherrscht werden oder auf die diese Personen einen wesentlichen Einfluss haben oder in denen diese Personen eine Schlüsselposition innehaben, durchgeführt.

Aus diesen Liefer- und Leistungsbeziehungen resultierten zum Abschlussstichtag Verbindlichkeiten in Höhe von 192,0 Mio. EUR (Vorjahreszeitraum: 165,4 Mio. EUR). Davon bestehen 190,8 Mio. EUR (Vorjahreszeitraum: 165,4 Mio. EUR) gegenüber einem Reverse-Factoring-Anbieter, mit dem zwischen uns und nahestehenden Unternehmen Reverse-Factoring-Verträge bestehen. Somit bestehen direkt gegenüber nahestehenden Personen und Unternehmen Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und ähnliche Schulden in Höhe von insgesamt 1,2 Mio. EUR (Vorjahreszeitraum: 0,0 Mio. EUR). Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen gegen nahestehende Personen und Unternehmen belaufen sich auf 0,7 Mio. EUR (Vorjahreszeitraum: 0,3 Mio. EUR). Darüber hinaus erbrachten wir für nahestehende Personen und Unternehmen Dienstleistungen in Höhe von 18,6 Mio. EUR (Vorjahreszeitraum: 15,0 Mio. EUR).

Im Berichtszeitraum wurden Waren von nahestehenden Personen und Unternehmen in einem Umfang von 191,1 Mio. EUR geordert. Im Vergleichszeitraum des Vorjahres betrug das Ordervolumen insgesamt 149,7 Mio. EUR. Zudem wurden Waren im Wert von 2,3 Mio. EUR an nahestehende Personen und Unternehmen veräußert (Vorjahreszeitraum: 1,7 Mio. EUR). Wie im Vorjahreszeitraum haben wir im Berichtszeitraum keine Dienstleistungen von nahestehenden Personen und Unternehmen in Anspruch genommen.

Zudem übten im Berichtszeitraum ein Mitglied des Vorstands 42.814 Optionen im Rahmen des LTI 2019 und ein ehemaliges Mitglied des Vorstands 0,4 Mio. Optionen im Rahmen des SOP 2013 aus. Im Vorjahreszeitraum haben Mitglieder des Vorstands sowie sich vollständig im Besitz von Mitgliedern des Vorstands befindende Unternehmen folgende Optionen ausgeübt: 6,2 Mio. Optionen im Rahmen des SOP 2013, 0,2 Mio. Optionen im Rahmen des LTI 2019, 0,1 Mio. Optionen im Rahmen des SOP 2011 sowie 0,1 Mio. Optionen im Rahmen des VSOP 2018.

(11.) Segmentberichterstattung

Die verkürzte Segmentergebnisrechnung für die ersten sechs Monate 2022 zeigt gegenüber dem Vorjahreszeitraum eine verlangsamte Geschäftsentwicklung in allen Segmenten.

Konzern-Segmentergebnisrechnung HJ

| IN MIO. EUR | Fashion Store | Offprice | Alle sonstigen Segmente | Summe | Überleitung | Summe Konzern |
|------------------------------|------------------|----------------|-------------------------|------------------|-----------------|------------------|
| Umsatzerlöse | 4.365,3 | 688,8 | 140,8 | 5.194,8 | -366,7 | 4.828,1 |
| <i>(Vorjahr)</i> | <i>(4.500,0)</i> | <i>(678,3)</i> | <i>(125,5)</i> | <i>(5.303,8)</i> | <i>(-332,9)</i> | <i>(4.970,9)</i> |
| davon zwischen den Segmenten | 331,8 | 1,9 | 33,0 | 366,7 | -366,7 | 0,0 |
| <i>(Vorjahr)</i> | <i>(307,7)</i> | <i>(0,7)</i> | <i>(24,5)</i> | <i>(332,9)</i> | <i>(-332,9)</i> | <i>(0,0)</i> |
| EBIT | -25,5 | 11,4 | 4,9 | -9,2 | 2,1 | -7,1 |
| <i>(Vorjahr)</i> | <i>(212,7)</i> | <i>(50,0)</i> | <i>(-1,0)</i> | <i>(261,8)</i> | <i>(3,2)</i> | <i>(264,9)</i> |
| Bereinigtes EBIT | 0,8 | 15,9 | 6,7 | 23,5 | 2,1 | 25,6 |
| <i>(Vorjahr)</i> | <i>(221,1)</i> | <i>(52,9)</i> | <i>(0,2)</i> | <i>(274,2)</i> | <i>(3,2)</i> | <i>(277,4)</i> |

Die Finanzinformationen für das Segment Fashion Store, einschließlich der Transaktionen zwischen den Segmenten, gliedern sich wie folgt in die Regionen DACH und Übriges Europa:

Fashion Store nach Regionen HJ

| IN MIO. EUR | DACH | Übriges Europa | Fashion Store |
|------------------------------|------------------|------------------|------------------|
| Umsatzerlöse | 1.954,3 | 2.410,9 | 4.365,3 |
| <i>(Vorjahr)</i> | <i>(2.080,3)</i> | <i>(2.419,7)</i> | <i>(4.500,0)</i> |
| davon zwischen den Segmenten | 140,8 | 191,1 | 331,8 |
| <i>(Vorjahr)</i> | <i>(157,8)</i> | <i>(149,9)</i> | <i>(307,6)</i> |
| EBIT | 63,5 | -89,0 | -25,5 |
| <i>(Vorjahr)</i> | <i>(199,9)</i> | <i>(12,8)</i> | <i>(212,7)</i> |
| Bereinigtes EBIT | 74,5 | -73,7 | 0,8 |
| <i>(Vorjahr)</i> | <i>(202,9)</i> | <i>(18,3)</i> | <i>(221,1)</i> |

Die nachfolgende Tabelle zeigt die verkürzte Segmentergebnisrechnung für das zweite Quartal 2022:

Konzern-Segmentergebnisrechnung Q2

| IN MIO. EUR | Fashion Store | Offprice | Alle sonstigen Segmente | Summe | Überleitung | Summe Konzern |
|------------------------------|---------------|----------|-------------------------|-----------|-------------|---------------|
| Umsatzerlöse | 2.376,7 | 376,2 | 81,9 | 2.834,8 | -211,7 | 2.623,0 |
| (Vorjahr) | (2.490,8) | (360,5) | (66,8) | (2.918,0) | (-184,9) | (2.733,1) |
| davon zwischen den Segmenten | 190,8 | 1,3 | 19,7 | 211,7 | -211,7 | 0,0 |
| (Vorjahr) | (173,1) | (0,5) | (10,9) | (184,5) | (-184,5) | (0,0) |
| EBIT | 47,6 | 7,2 | 6,8 | 61,7 | -0,6 | 61,0 |
| (Vorjahr) | (159,1) | (26,0) | (-0,5) | (184,6) | (1,8) | (186,4) |
| Bereinigtes EBIT | 61,0 | 9,5 | 7,6 | 78,1 | -0,6 | 77,4 |
| (Vorjahr) | (155,6) | (27,0) | (-0,3) | (182,3) | (1,8) | (184,1) |

Fashion Store nach Regionen Q2

| IN MIO. EUR | DACH | Übriges Europa | Fashion Store |
|------------------------------|-----------|----------------|---------------|
| Umsatzerlöse | 1.070,5 | 1.306,2 | 2.376,7 |
| (Vorjahr) | (1.159,3) | (1.331,4) | (2.490,8) |
| davon zwischen den Segmenten | 80,0 | 110,8 | 190,8 |
| (Vorjahr) | (88,8) | (84,2) | (173,1) |
| EBIT | 46,5 | 1,1 | 47,6 |
| (Vorjahr) | (121,9) | (37,1) | (159,1) |
| Bereinigtes EBIT | 52,4 | 8,6 | 61,0 |
| (Vorjahr) | (119,9) | (35,7) | (155,6) |

Im Segment Fashion Store verringerte sich der Umsatz im ersten Halbjahr 2022 um 3,0 % im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Dieser leichte Rückgang der Umsatzerlöse gegenüber dem Vorjahreszeitraum ist in erster Linie auf eine vergleichsweise abgeschwächte Nachfrage zurückzuführen sowie anhaltende Lieferengpässe, welche die Verfügbarkeit in einzelnen Sortimentbereichen beeinflussen. Während sich die Anzahl an Bestellungen gegenüber dem Vorjahreszeitraum prozentual im mittleren einstelligen Bereich erhöht hat, hat sich die durchschnittliche Warenkorbgröße nach Retouren verringert. Die bereinigte EBIT-Marge (EBIT-Marge) im Segment Fashion Store belief sich auf 0,0 % (-0,6 %) im Vergleich zu 4,9 % (4,7 %) im ersten Halbjahr 2021.

Die negative Entwicklung der EBIT-Marge des Fashion Store-Segments ist im Wesentlichen auf eine geringere Bruttogewinnmarge sowie ein aufgrund des gebremsten Wachstums gestiegenes Fulfillmentkostenverhältnis zurückzuführen. Die Bruttogewinnmarge des Fashion Store ist im Wesentlichen aufgrund von verlängerten Schlussverkaufszeiträumen und Preisrabattierungen zur Verringerung von Überbeständen gesunken. Insbesondere Inflationsdruck und eine steigende Retourenquote führten im Fashion Store zu einem Anstieg der Fulfillmentkosten im Verhältnis zum Umsatz. Dem wurde durch die Einführung eines Mindestbestellwerts in 15 weiteren Ländern und die Einführung temporärer Kraftstoffzuschläge an ZFS-Partner teilweise entgegengewirkt.

Im Offprice-Segment erhöhte sich der Umsatz im ersten Halbjahr 2022 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 1,5 %. Der Grund für diese Entwicklung ist die seit dem vierten Quartal 2021 anhaltende herausfordernde Beschaffungslage in Kombination mit dem derzeitigen gesamtwirtschaftlichen Umfeld. Haupttreiber hierfür waren die Angebotsqualität und -quantität sowie der allgemeine Nachfragerückgang. Das Offprice-Segment erwirtschaftete im ersten Halbjahr 2022 eine bereinigte EBIT-Marge (EBIT-Marge) von 2,3 % (1,7 %), was einer Verringerung um 5,5 Prozentpunkte (5,7 Prozentpunkte) im Vergleich zum Vorjahreszeitraum entspricht. Die niedrigere EBIT-Marge des Offprice-Segments ist ebenfalls zurückzuführen auf einen Rückgang der Bruttogewinnmarge durch verlängerte Schlussverkaufszeiträume und Preisrabattierungen in Kombination mit einer ungünstigen Entwicklung des Fulfillmentkostenverhältnisses.

In allen sonstigen Segmenten stiegen die Umsatzerlöse im ersten Halbjahr gegenüber dem Vorjahreszeitraum um insgesamt 12,2 %, in erster Linie aufgrund der starken Entwicklung der Zalando Marketing Services (ZMS). Die bereinigte EBIT-Marge (EBIT-Marge) in allen sonstigen Segmenten erhöhte sich im Vergleich zum ersten Halbjahr 2021 um 4,7 Prozentpunkte (4,2 Prozentpunkte) auf eine bereinigte EBIT-Marge (EBIT-Marge) von 4,8 % (3,5 %) im ersten Halbjahr 2022.

(12.) Ereignisse nach der Berichtsperiode

Am 1. Juli 2022 erwarb Zalando 86,83 % der Anteile der Titel Media GmbH, Berlin („Highsnobiety“). Aufgrund der Unterzeichnung einer Kauf- und Verkaufsoptionsvereinbarung über den Erwerb der verbleibenden 13,17 % der Anteile innerhalb der nächsten drei Jahre wird Highsnobiety unter Anwendung der Methode des antizipierten Erwerbs als 100%ige Tochtergesellschaft konsolidiert. Highsnobiety umfasst einen Verlagsbereich, eine Kreativberatung sowie einen kuratierten Online-Shop und zählt zu den weltweiten Stimmen im Bereich Mode, Lifestyle und Kultur im Luxus-Segment.

Während Highsnobiety seine Geschäftstätigkeit unabhängig weiterführen wird, wird es als strategischer und kreativer Berater fungieren und uns bei der Entwicklung neuer inspirierender Bereiche und Formate auf der Plattform stärken. Ziel ist es, mit den Schlüsselkompetenzen von Highsnobiety noch inspirierendere Einkaufserlebnisse sowie eine aufregendere und ansprechendere Online-Umgebung für Kund*innen und Markenpartner zu schaffen.

Der beizulegende Zeitwert der zu übertragenden Gegenleistung wird zum Erwerbszeitpunkt voraussichtlich 161,0 Mio. EUR betragen. Der Kaufpreis für die 86,83 % der Anteile umfasst eine Barzahlung in Höhe von 123,6 Mio. EUR zuzüglich 35,0 Mio. EUR, deren Zahlung durch Ausgabe von 1.011.665 neuen auf den*die Inhaber*in lautenden Stückaktien erfolgt (unter Anwendung eines vertraglich vereinbarten Basispreises von 34,6 EUR je Anteil). Der Ausübungspreis der Kauf- und Verkaufsoption für die verbleibenden Anteile kann sich auf bis zu 24,3 Mio. EUR belaufen. Davon ist ein Betrag von 21,9 Mio. EUR von der Dauer der Dienstzeit des geschäftsführenden Gesellschafters abhängig und wird somit über die nächsten drei Jahre als Vergütungsaufwand erfasst. Die verbleibenden 2,4 Mio. EUR werden als bedingte Gegenleistung erfasst und gelten als Teil der Gesamtgegenleistung. Neben dieser Gegenleistung haben wir uns über die nächsten vier Jahre zu Zahlungen von Halteprämien von bis zu 14,2 Mio. EUR an die derzeitigen und künftigen Mitarbeiter*innen von Highsnobiety verpflichtet.

Da die Transaktion nach dem Bilanzstichtag stattfand, erfolgte noch keine Kaufpreisallokation, aus der wir im Wesentlichen den Ansatz von immateriellen Vermögenswerten (wie Marke und Kundenbeziehungen) und verbunden latenten Steuern erwarten. Auch erfolgte noch keine Zuordnung des erwarteten wesentlichen Geschäfts- oder Firmenwerts. Dementsprechend sind zum Zeitpunkt der Genehmigung der Veröffentlichung des verkürzten Konzern-Zwischenabschlusses keine weiteren validierten Finanzinformationen verfügbar.

Berlin, 3. August 2022

Der Vorstand

| | | |
|----------------|------------------|----------------------|
| Robert Gentz | David Schneider | James M. Freeman, II |
| David Schröder | Dr. Astrid Arndt | Dr. Sandra Dembeck |

2.6 Erklärung der gesetzlichen Vertreter

Wir versichern nach bestem Wissen, dass gemäß den anzuwendenden Rechnungslegungsgrundsätzen für die Halbjahresfinanzberichterstattung der verkürzte Konzern-Zwischenabschluss ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns vermittelt und im Konzern-Zwischenlagebericht der Geschäftsverlauf einschließlich des Geschäftsergebnisses und die Lage des Konzerns so dargestellt sind, dass ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild vermittelt wird, sowie die wesentlichen Chancen und Risiken der voraussichtlichen Entwicklung des Konzerns im verbleibenden Geschäftsjahr beschrieben sind.

Berlin, 3. August 2022

Der Vorstand

| | | |
|----------------|------------------|----------------------|
| Robert Gentz | David Schneider | James M. Freeman, II |
| David Schröder | Dr. Astrid Arndt | Dr. Sandra Dembeck |

2.7 Bescheinigung nach prüferischer Durchsicht

AN DIE ZALANDO SE

Wir haben den verkürzten Konzernzwischenabschluss der ZALANDO SE, Berlin, – bestehend aus Konzern-Gesamtergebnisrechnung, Konzern-Bilanz, Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung, Konzern-Kapitalflussrechnung sowie ausgewählten erläuternden Anhangangaben – und den Konzernzwischenlagebericht für den Zeitraum vom 1. Januar bis 30. Juni 2022, die Bestandteile des Halbjahresfinanzberichts nach § 115 WpHG sind, einer prüferischen Durchsicht unterzogen. Die Aufstellung des verkürzten Konzernzwischenabschlusses nach den IFRS für Zwischenberichterstattung, wie sie in der EU anzuwenden sind, und des Konzernzwischenlageberichts nach den für Konzernzwischenlageberichte anwendbaren Vorschriften des WpHG liegt in der Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, eine Bescheinigung zu dem verkürzten Konzernzwischenabschluss und dem Konzernzwischenlagebericht auf der Grundlage unserer prüferischen Durchsicht abzugeben.

Wir haben die prüferische Durchsicht des verkürzten Konzernzwischenabschlusses und des Konzernzwischenlageberichts unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze für die prüferische Durchsicht von Abschlüssen vorgenommen. Danach ist die prüferische Durchsicht so zu planen und durchzuführen, dass wir bei kritischer Würdigung mit einer gewissen Sicherheit ausschließen können, dass der verkürzte Konzernzwischenabschluss in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den IFRS für Zwischenberichterstattung, wie sie in der EU anzuwenden sind, und der Konzernzwischenlagebericht in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den für Konzernzwischenlageberichte anwendbaren Vorschriften des WpHG aufgestellt worden sind. Eine prüferische Durchsicht beschränkt sich in erster Linie auf Befragungen von Mitarbeitern der Gesellschaft und auf analytische Beurteilungen und bietet deshalb nicht die durch eine Abschlussprüfung erreichbare Sicherheit. Da wir auftragsgemäß keine Abschlussprüfung vorgenommen haben, können wir einen Bestätigungsvermerk nicht erteilen.

Auf der Grundlage unserer prüferischen Durchsicht sind uns keine Sachverhalte bekannt geworden, die uns zu der Annahme veranlassen, dass der verkürzte Konzernzwischenabschluss in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den IFRS für Zwischenberichterstattung, wie sie in der EU anzuwenden sind, oder dass der Konzernzwischenlagebericht in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den für Konzernzwischenlageberichte anwendbaren Vorschriften des WpHG aufgestellt worden ist.

Berlin, 3. August 2022

Ernst & Young GmbH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Ludwig Werling
Wirtschaftsprüfer Wirtschaftsprüfer

Service

3.1 Glossar

Aktive Kund*innen

Wir definieren aktive Kunden als die Anzahl von Kund*innen, die in den letzten zwölf Monaten (bezogen auf den Stichtag) mindestens eine Bestellung aufgegeben haben (ungeachtet Retouren). Die Anzahl von Kund*innen, die ihre Bestellungen vollständig storniert haben, ist darin nicht berücksichtigt.

Anzahl Bestellungen

Wir definieren die Anzahl Bestellungen als die Anzahl der in dem betreffenden Zeitraum von Kund*innen aufgegebenen Bestellungen (ungeachtet von Stornierungen oder Retouren). Eine Bestellung wird an dem Tag berücksichtigt, an dem der*die Kund*in die Bestellung aufgibt. Die Anzahl aufgebener Bestellungen kann von der Anzahl ausgelieferter Bestellungen abweichen, da sich Bestellungen am Ende des betreffenden Zeitraums auf dem Transportweg befinden können oder möglicherweise storniert wurden.

Bereinigtes EBIT

Wir definieren das bereinigte EBIT als EBIT vor Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütungen mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente, vor Restrukturierungskosten und vor signifikanten nicht operativen Einmaleffekten.

Capex

Die Summe der Auszahlungen für Investitionen in das Sachanlagevermögen und in immaterielle Vermögenswerte ohne Auszahlungen für den Erwerb von Unternehmen.

Durchschnittliche Bestellungen pro aktivem*r Kund*in

Wir definieren die durchschnittlichen Bestellungen pro aktivem*r Kund*in als die Anzahl Bestellungen der letzten zwölf Monate (bezogen auf den Stichtag) geteilt durch die Anzahl aktiver Kund*innen.

Durchschnittliches GMV pro aktivem*r Kund*in

Wir definieren das durchschnittliche GMV pro aktivem*r Kund*in als den Durchschnittswert aller Waren einschließlich Umsatzsteuer, die in den letzten zwölf Monaten nach Stornierungen und Retouren an aktive Kund*innen verkauft wurden.

Durchschnittliche Warenkorbgröße

Wir definieren die durchschnittliche Warenkorbgröße als das Bruttowarenvolumen (einschließlich des Bruttowarenvolumens aus unserem Partnerprogramm) nach Stornierungen und Retouren, einschließlich Umsatzsteuer, geteilt durch die Anzahl an Bestellungen in den letzten zwölf Monaten (bezogen auf den Stichtag). Das Bruttowarenvolumen ist definiert als Gesamtausgaben unserer Kund*innen (einschließlich Umsatzsteuer) abzüglich Stornierungen und Retouren in den letzten zwölf Monaten.

EBIT

EBIT ist definiert als das Ergebnis vor Zinsen und Steuern.

EBIT-Marge

Die EBIT-Marge ist definiert als das Verhältnis von EBIT zum Umsatz.

Frei verfügbarer Cashflow

Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit zuzüglich Cashflow aus Investitionstätigkeit (außer Investitionen in Termingelder und Zahlungsmittel, die einer Verfügungsbeschränkung unterliegen).

GMV

Das GMV (gross merchandise volume, zu Deutsch: Bruttowarenvolumen) ist definiert als Wert aller Waren einschließlich Umsatzsteuer, die nach Stornierungen und Retouren an Kunden verkauft wurden – dynamisch berichtet. Es enthält keine B2B-Umsätze (z. B. Partnerprogramm Provisionen, Zalando Marketing Services oder Zalando Fulfillment Solutions) und keine anderen B2C-Umsätze (z. B. Servicegebühren wie Expressliefergebühren). Diese sind nur im Umsatz enthalten. GMV wird bezogen auf den Zeitpunkt der Kund*innenbestellung erfasst.

Nettoumlaufvermögen (Net Working Capital)

Das Nettoumlaufvermögen berechnen wir als die Summe aus Vorräten, Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, abzüglich der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und ähnlichen Schulden.

3.2 Finanzkalender 2022

Finanzkalender

| Datum | Termin |
|-------------------------|---|
| Donnerstag, 3. November | Veröffentlichung der Ergebnisse für das 3. Quartal 2022 |

3.3 Impressum

Kontakt

ZALANDO SE
Valeska-Gert-Straße 5
10243 Berlin
corporate.zalando.de
presse@zalando.de

Investor Relations

Patrick Kofler/Head of Investor Relations
investor.relations@zalando.de

Disclaimer

Diese Quartalsmitteilung enthält in die Zukunft gerichtete Aussagen, die auf Annahmen und Schätzungen der Unternehmensleitung der ZALANDO SE beruhen. Auch wenn die Unternehmensleitung der Ansicht ist, dass diese Annahmen und Schätzungen zutreffend sind, können die künftige tatsächliche Entwicklung und die künftigen tatsächlichen Ergebnisse von diesen Annahmen und Schätzungen aufgrund vielfältiger Faktoren erheblich abweichen. Zu diesen Faktoren können beispielsweise die Veränderung der gesamtwirtschaftlichen Lage, der gesetzlichen und regulatorischen Rahmenbedingungen in Deutschland und der EU sowie Veränderungen in der Branche gehören. Die ZALANDO SE übernimmt keine Gewährleistung und keine Haftung dafür, dass die künftige Entwicklung und die künftig erzielten tatsächlichen Ergebnisse mit den in dieser Quartalsmitteilung geäußerten Annahmen und Schätzungen übereinstimmen werden. Es ist von der ZALANDO SE weder beabsichtigt, noch übernimmt die ZALANDO SE eine gesonderte Verpflichtung, zukunftsbezogene Aussagen zu aktualisieren, um sie an Ereignisse oder Entwicklungen nach dem Datum dieser Mitteilung anzupassen. Die Quartalsmitteilung liegt ebenfalls in englischer Übersetzung vor und steht in beiden Sprachen im Internet unter <https://corporate.zalando.com/de/investor-relations> zum Download bereit.

Bei Abweichungen hat die deutsche Fassung der Quartalsmitteilung Vorrang gegenüber der englischen Übersetzung.

