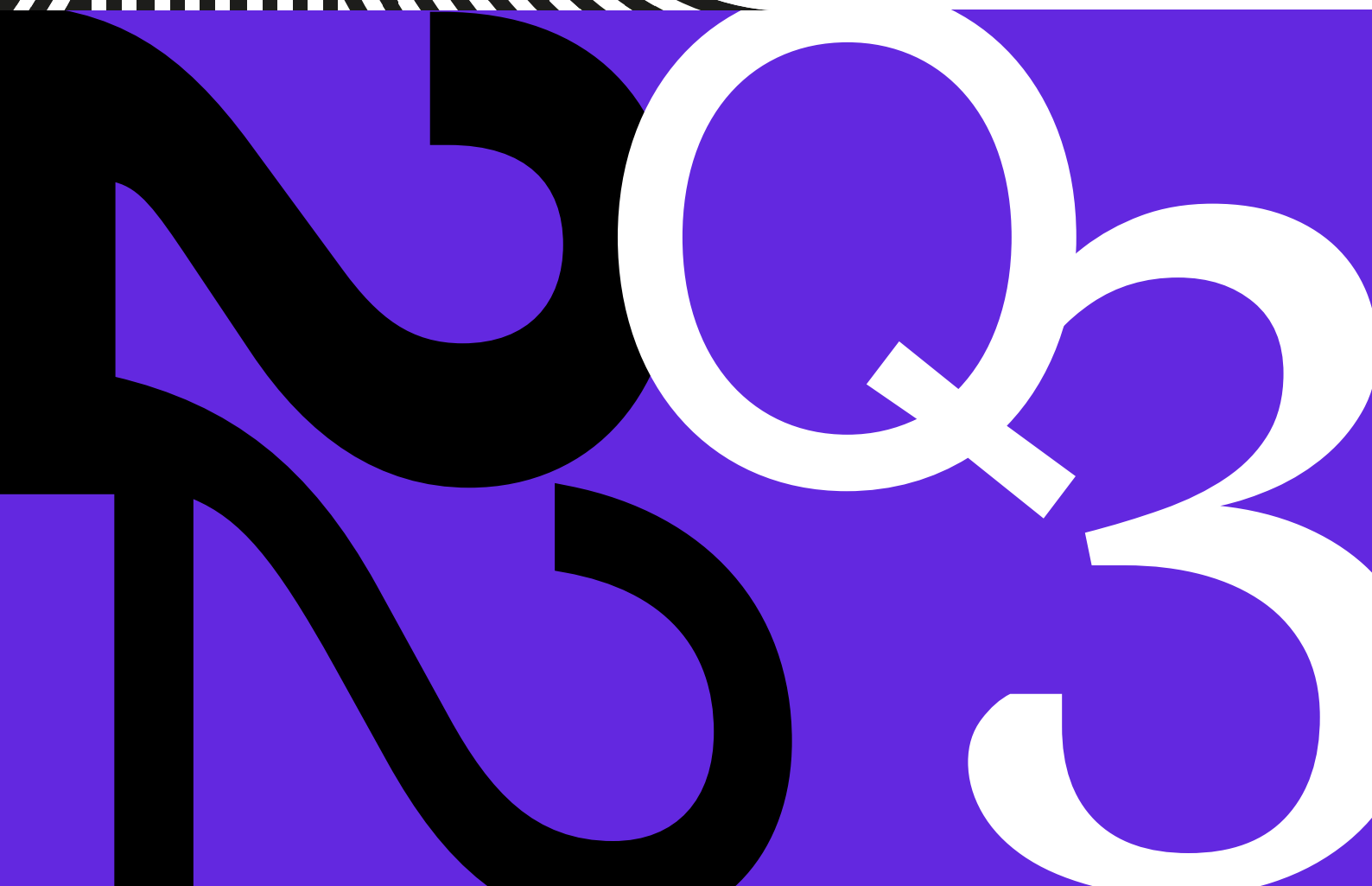


Quartalsmitteilung

Q3 2022



zalando



Zalando auf einen Blick

Kennzahlen

	01.07. – 30.09.2022	01.07. – 30.09.2021	Veränderung	01.01. – 30.09.2022	01.01. – 30.09.2021	Veränderung
Leistungsindikatoren						
Bruttowarenvolumen (GMV**) (in Mio. EUR)	3.282,8	3.065,4	7,1%	10.229,6	9.997,3	2,3%
Umsatzerlöse (in Mio. EUR)	2.349,1	2.283,4	2,9%	7.177,2	7.254,3	-1,1%
EBIT (in Mio. EUR)	-7,4	-4,6	-62,6%	-14,5	260,4	>100%
EBIT Marge (in %)	-0,3	-0,2	-0,1pp	-0,2	3,6	-3,8pp
Bereinigtes EBIT (in Mio. EUR)	13,5	9,8	38,2%	39,1	287,2	-86,4%
Bereinigte EBIT Marge (in %)	0,6	0,4	0,1pp	0,5	4,0	-3,4pp
Nettoumlaufvermögen (Net Working Capital)*** (in Mio. EUR)	121,6	-162,1	>100%	121,6	-162,1	>100%
Capex (in Mio. EUR)	-77,0	-57,7	33,5%	-217,8	-149,1	46,1%
Aktive Kund*innen (in Mio.)	50,2	46,3	8,4%	50,2	46,3	8,4%
Anzahl Bestellungen (in Mio.)	58,8	55,8	5,5%	184,6	177,3	4,1%
Durchschnittliches GMV pro aktivem*r Kund*in (LTM*) (in EUR)	290,4	291,7	-0,4%	290,4	291,7	-0,4%
Durchschnittliche Bestellungen pro aktivem*r Kund*in (LTM*)	5,2	5,1	1,6%	5,2	5,1	1,6%
Durchschnittliche Warenkorbgröße (LTM*) (in EUR)	56,2	57,4	-2,1%	56,2	57,4	-2,1%
Sonstige Kennzahlen						
Eigenkapitalquote (in % der Gesamtsumme)***	28,4	32,2	-11,7%	28,4	32,2	-11,7%
Operativer Cashflow (in Mio. EUR)	141,6	-187,3	>100%	-183,7	71,7	>100%
Investiver Cashflow (in Mio. EUR)	-190,1	-60,5	>100%	-337,8	-152,1	>100%
Frei verfügbarer Cashflow (in Mio. EUR)	-48,4	-245,0	80,2%	-523,9	-77,4	>100%
Finanzmittelbestand (in Mio. EUR)***	1.549,4	2.287,9	-32,3%	1.549,4	2.287,9	-32,3%
Mitarbeiter*innen (zum Bilanzstichtag)***	16.826	17.043	-1,3%	16.826	17.043	-1,3%
Unverwässertes Ergebnis je Aktie (in EUR)	-0,14	-0,03	>100%	-0,32	0,57	>100%
Verwässertes Ergebnis je Aktie (in EUR)	-0,14	-0,03	>100%	-0,32	0,55	>100%

pp = Prozentpunkte

Weitere Erläuterungen zu den Leistungskennzahlen finden sich im Glossar zum Geschäftsbericht 2021 (Kapitel 4.3).

Für die Quartalsmitteilung 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 30.09.2022 und entsprechend zum 31.12.2021

1.1 Finanzielle Entwicklung des Konzerns

Verkürzte Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung für die ersten neun Monate 2022

IN MIO. EUR	01.07. – 30.09.2022	In % vom Umsatz	01.07. – 30.09.2021	In % vom Umsatz	Veränderung
Umsatzerlöse	7.177,2	100,0%	7.254,3	100,0%	0,0pp
Umsatzkosten	-4.329,7	-60,3%	-4.246,8	-58,5%	-1,8pp
Bruttoergebnis vom Umsatz	2.847,5	39,7%	3.007,5	41,5%	-1,8pp
Fulfillmentkosten	-1.988,5	-27,7%	-1.837,2	-25,3%	-2,4pp
Marketingkosten	-545,0	-7,6%	-638,2	-8,8%	1,2pp
Verwaltungskosten	-341,3	-4,8%	-291,0	-4,0%	-0,7pp
Sonstige betriebliche Erträge	18,6	0,3%	25,6	0,4%	-0,1pp
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-5,9	-0,1%	-6,3	-0,1%	0,0pp
EBIT	-14,5	-0,2%	260,4	3,6%	-3,8pp
Anteilsbasierte Vergütungen	50,0	0,7%	40,4	0,6%	0,1pp
Anschaffungsnebenkosten	3,6	0,1%	0,0	0,0%	0,1pp
Einmaleffekte	0,0	0,0%	-13,6	-0,2%	0,2pp
Bereinigtes EBIT	39,1	0,5%	287,2	4,0%	-3,4pp

Verkürzte Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung Q3 2022

IN MIO. EUR	01.07. – 30.09.2022	In % vom Umsatz	01.07. – 30.09.2021	In % vom Umsatz	Veränderung
Umsatzerlöse	2.349,1	100,0%	2.283,4	100,0%	0,0pp
Umsatzkosten	-1.431,2	-60,9%	-1.397,9	-61,2%	0,3pp
Bruttoergebnis vom Umsatz	918,0	39,1%	885,5	38,8%	0,3pp
Fulfillmentkosten	-654,6	-27,9%	-604,4	-26,5%	-1,4pp
Marketingkosten	-168,0	-7,2%	-197,5	-8,6%	1,5pp
Verwaltungskosten	-107,7	-4,6%	-91,1	-4,0%	-0,6pp
Sonstige betriebliche Erträge	6,8	0,3%	5,7	0,3%	0,0pp
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-1,9	-0,1%	-2,9	-0,1%	0,0pp
EBIT	-7,4	-0,3%	-4,6	-0,2%	-0,1pp
Anteilsbasierte Vergütungen	17,3	0,7%	14,3	0,6%	0,1pp
Anschaffungsnebenkosten	3,6	0,2%	0,0	0,0%	0,2pp
Einmaleffekte	0,0	0,0%	0,0	0,0%	0,0pp
Bereinigtes EBIT	13,5	0,6%	9,8	0,4%	0,1pp

In den ersten neun Monaten des Jahres 2022 stieg das GMV leicht auf 10.229,6 Mio. EUR (Vorjahreszeitraum: 9.997,3 Mio. EUR) und der Umsatz entwickelte sich leicht rückläufig mit 7.177,2 Mio. EUR im Vergleich zum Vorjahreszeitraum (Vorjahreszeitraum: 7.254,3 Mio. EUR). Herausforderungen für unser Wachstum ergeben sich aus übergreifenden externen Faktoren,

insbesondere (i) einem geringen Verbraucher*innenvertrauen, (ii) dem Inflationsdruck und der Sorge vor einer Rezession sowie (iii) Lieferengpässen, welche die Verfügbarkeit insbesondere in der Kategorie Schuhe beeinflussen. Zudem haben wir nach der Pandemie eine Normalisierung der Nutzung des Onlinehandels verzeichnet, da die Bindung bei den während der Pandemie hinzugewonnenen Kund*innen nachgelassen hat. Im dritten Quartal 2022 erhöhte sich unser GMV um 7,1 % und unser Umsatz um 2,9 % im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Die Differenz zwischen dem GMV-Wachstum und dem Umsatzwachstum ist auf das starke Wachstum des Partnerprogramms zurückzuführen, das sich vollständig in der Kennzahl GMV widerspiegelt, während der Umsatz nur die Provisions- und Servicegebühren von Partnern beinhaltet.

Zum Ende des dritten Quartals 2022 überschritt die Anzahl der aktiven Kund*innen die 50-Millionen-Marke (Vorjahr: 46,3 Millionen aktive Kund*innen). Dies entspricht einer Zunahme um 8,4 %, gemessen auf Basis der letzten zwölf Monate. Die durchschnittlichen Bestellungen pro aktivem*r Kund*in lagen mit 5,2 Bestellungen (Vorjahreszeitraum: 5,1 Bestellungen) auf einem ähnlichen Niveau wie im Vorjahr. Das GMV pro aktivem*r Kund*in blieb mit 290,4 EUR (Vorjahreszeitraum: 291,7 EUR) stabil. Das anhaltend starke Wachstum unseres Partner-programms führte zu einem höheren Anteil des Partnerprogramms am GMV und trug außerdem zum allgemeinen Anstieg des GMV bei. Unser Plattformmodell bietet uns die Flexibilität, uns schnell an sich ändernde Kund*innenpräferenzen anzupassen.

Die Umsatzkosten erhöhten sich in den ersten neun Monaten 2022 um 2,0 % auf 4.329,7 Mio. EUR, was zu einer Abnahme der Bruttogewinnmarge um 1,8 Prozentpunkte führte. Die Abnahme der Bruttogewinnmarge ist im Wesentlichen auf verlängerte Schlussverkaufszeiträume und Preisrabattierungen zur Verringerung von Überbeständen zurückzuführen. Im dritten Quartal 2022 stabilisierte sich unsere Bruttogewinnmarge im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Dies war auf einen erfolgreichen Saisonschlussverkauf sowie einen rechtzeitigen Beginn der Herbst-/Wintersaison im September zurückzuführen.

Die Fulfillmentkosten im Verhältnis zum Umsatz haben sich in den ersten neun Monaten 2022 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 2,4 Prozentpunkte erhöht. Das Fulfillmentkostenverhältnis war durch Kostensteigerungen bei einer flachen Umsatzentwicklung sowie Investitionen in verbesserte Lieferoptionen negativ beeinflusst. Dem wurde durch Effizienzmaßnahmen wie die Einführung eines Mindestbestellwerts und temporärer Kraftstoffzuschläge für Zalando Fulfillment Solutions (ZFS)-Partner teilweise entgegengewirkt.

Das Marketingkostenverhältnis entwickelte sich mit einem Rückgang um 1,2 Prozentpunkte gegenüber den ersten neun Monaten des Vorjahres positiv. Grund dafür waren ein reduziertes Brand Marketing sowie angehobene ROI-Ziele im Performance Marketing.

Die Verwaltungskosten stiegen in den ersten neun Monaten 2022 von 291,0 Mio. EUR im Vorjahreszeitraum auf 341,3 Mio. EUR, was einem Anstieg um 0,7 Prozentpunkte im Verhältnis zum Umsatz entspricht. Das höhere Verwaltungskostenverhältnis ergab sich hauptsächlich aus einem im Vergleich zur Umsatzentwicklung stärkeren Anstieg der Personal- und IT-Kosten.

In den ersten neun Monaten 2022 haben wir ein bereinigtes EBIT von 39,1 Mio. EUR (Vorjahreszeitraum: 287,2 Mio. EUR) und eine bereinigte EBIT-Marge von 0,5 % (Vorjahreszeitraum: 4,0 %) erwirtschaftet. Das EBIT belief sich in den ersten neun Monaten 2022 hingegen auf -14,5 Mio. EUR (Vorjahreszeitraum: 260,4 Mio. EUR) bei einer EBIT-Marge von -0,2 % (Vorjahreszeitraum: 3,6 %). Diese Entwicklung resultiert aus einer geringeren Bruttogewinnmarge sowie einem Anstieg des Fulfillmentkosten- und des Verwaltungskostenverhältnisses und wurde durch im zweiten Quartal eingeführte Effizienzmaßnahmen nur teilweise ausgeglichen. Im Gegensatz zum bereinigten EBIT umfasst das EBIT in den ersten neun Monaten 2022 Aufwendungen aus anteilsbasierter Vergütung mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente in Höhe von 50,0 Mio. EUR (Vorjahreszeitraum: 40,4 Mio. EUR) sowie akquisitionsbezogene Aufwendungen für den Erwerb von Highsnobiety in Höhe von 3,6 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. Im dritten Quartal 2022 verzeichneten wir mit einer bereinigten EBIT-Marge von 0,6 % (Vorjahreszeitraum: 0,4 %) eine stabile Entwicklung auf dem Niveau des Vorjahres und dem vor der Pandemie.

In den ersten neun Monaten 2022 belaufen sich die Steuern vom Einkommen und Ertrag auf -13,3 Mio. EUR (Vorjahreszeitraum: -53,7 Mio. EUR). Diese wurden in erster Linie durch Ertragsteueraufwand für Vorjahre sowie latenten Steueraufwand aus dem Rückgang der aktiven latenten Steuern auf im Rahmen unserer anteilsbasierten Vergütungsprogramme gewährte Optionen beeinflusst. In den ersten neun Monaten 2022 haben wir ein Periodenergebnis von -82,7 Mio. EUR (Vorjahreszeitraum: 146,5 Mio. EUR) verzeichnet. Da sich der auf nicht beherrschende Anteile entfallende Eigenkapitalanteil im ersten Quartal 2022 auf null reduzierte, wurde in den ersten neun Monaten 2022 kein Periodenergebnis erfasst, das den nicht beherrschenden Anteilen zuzurechnen ist.

1.2 Ergebnisse nach Segmenten

Konzern-Segmentergebnisrechnung für die ersten neun Monate 2022

IN MIO. EUR	Fashion Store	Offprice	Alle sonstigen Segmente	Summe	Überleitung	Summe Konzern
Umsatzerlöse	6.455,3	1.066,0	245,3	7.766,6	-589,4	7.177,2
(Vorjahr)	(6.558,4)	(1.039,0)	(198,7)	(7.796,0)	(-541,7)	(7.254,3)
davon zwischen den Segmenten	529,6	3,9	55,4	588,9	-588,9	0,0
(Vorjahr)	(501,7)	(3,3)	(36,7)	(541,7)	(-541,7)	(0,0)
EBIT	-42,2	17,4	7,7	-17,2	2,6	-14,5
(Vorjahr)	(212,3)	(45,0)	(0,4)	(257,7)	(2,7)	(260,4)
Anteilsbasierte Vergütungen	40,1	7,0	2,9	50,0	0,0	50,0
(Vorjahr)	(32,3)	(5,4)	(2,7)	(40,4)	(0,0)	(40,4)
Anschaffungsnebenkosten	0,0	0,0	3,6	3,6	0,0	3,6
(Vorjahr)	(0,0)	(0,0)	(0,0)	(0,0)	(0,0)	(0,0)
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	-2,2	24,4	14,2	36,5	2,6	39,1
(Vorjahr)	(232,0)	(49,9)	(2,5)	(284,5)	(2,7)	(287,2)

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

Konzern-Segmentergebnisrechnung Q3 2022

IN MIO. EUR	Fashion Store	Offprice	Alle sonstigen Segmente	Summe	Überleitung	Summe Konzern
Umsatzerlöse	2.090,1	377,2	104,5	2.571,8	-222,7	2.349,1
(Vorjahr)	(2.058,4)	(360,6)	(73,2)	(2.492,2)	(-208,8)	(2.283,4)
davon zwischen den Segmenten	198,0	2,0	22,4	222,4	-222,4	0,0
(Vorjahr)	(194,0)	(2,6)	(12,2)	(208,8)	(-208,8)	(0,0)
EBIT	-16,8	6,0	2,9	-7,9	0,5	-7,4
(Vorjahr)	(-0,4)	(-5,0)	(1,3)	(-4,1)	(-0,5)	(-4,6)
Anteilsbasierte Vergütungen	13,8	2,5	1,0	17,3	0,0	17,3
(Vorjahr)	(11,3)	(2,0)	(1,0)	(14,3)	(0,0)	(14,3)
Anschaffungsnebenkosten	0,0	0,0	3,6	3,6	0,0	3,6
(Vorjahr)	(0,0)	(0,0)	(0,0)	(0,0)	(0,0)	(0,0)
Einmaleffekte	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
(Vorjahr)	(0,0)	(0,0)	(0,0)	(0,0)	(0,0)	(0,0)
Bereinigtes EBIT	-3,0	8,4	7,5	13,0	0,5	13,5
(Vorjahr)	(10,9)	(-3,0)	(2,4)	(10,2)	(-0,5)	(9,8)

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 Q3 2022

IN MIO. EUR	DACH	Übriges Europa	Fashion Store
Umsatzerlöse	913,3	1.176,6	2.090,1
(Vorjahr)	(917,0)	(1.141,4)	(2.058,4)
davon zwischen den Segmenten	73,0	125,0	198,0
(Vorjahr)	(78,1)	(116,0)	(194,0)
EBIT	9,0	-25,7	-16,8
(Vorjahr)	(47,8)	(-48,2)	(-0,4)
Bereinigtes EBIT	14,2	-17,2	-3,0
(Vorjahr)	(52,5)	(-41,6)	(10,9)

Im Segment Fashion Store verringerte sich der Umsatz im Vergleich zum Vorjahreszeitraum in den ersten neun Monaten 2022 leicht um 1,6 %. Dies ist in erster Linie auf eine vergleichsweise abgeschwächte Nachfrage, auf Lieferengpässe, welche insbesondere in der Kategorie

Schuhe die Verfügbarkeit beeinflussen, sowie eine Normalisierung der Nutzung des Online-handels zurückzuführen. Im dritten Quartal 2022 kehrten wir zu einem Umsatzwachstum von 1,5 % gegenüber dem dritten Quartal 2021 zurück. Die Anzahl der Bestellungen erhöhte sich im dritten Quartal 2022 gegenüber dem entsprechenden Vorjahreszeitraum prozentual im mittleren einstelligen Bereich. Die bereinigte EBIT-Marge (EBIT-Marge) im Segment Fashion Store belief sich in den ersten neun Monaten 2022 auf 0,0 % (-0,7 %) im Vergleich zu 3,5 % (3,2 %) im Vorjahreszeitraum.

Die Verringerung der EBIT-Marge des Fashion Store-Segments ist hauptsächlich auf eine geringere Bruttogewinnmarge sowie ein aufgrund des verlangsamten Wachstums gestiegenes Fulfillmentkostenverhältnis zurückzuführen. Die Bruttogewinnmarge des Fashion Stores ist im Wesentlichen aufgrund von verlängerten Schlussverkaufszeiträumen und Preisrabattierungen zur Verringerung von Überbeständen gesunken. Im dritten Quartal 2022 stabilisierte sich die Bruttogewinnmarge des Fashion Stores im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Dies war auf einen erfolgreichen Saisonschlussverkauf sowie einen rechtzeitigen Beginn der Herbst-/Wintersaison im September zurückzuführen. Die Fulfillmentkosten im Verhältnis zum Umsatz sind im Fashion Store in den ersten neun Monaten 2022 insbesondere aufgrund der Kostensteigerungen bei einer flachen Umsatzentwicklung und der Investitionen in verbesserte Lieferoptionen gestiegen. Dem wurde durch die Einführung eines Mindestbestellwerts in 15 weiteren Ländern und die Einführung temporärer Kraftstoffzuschläge für ZFS-Partner teilweise entgegengewirkt.

Im Offprice-Segment erhöhte sich der Umsatz in den ersten neun Monaten 2022 im Vergleich zum entsprechenden Vorjahreszeitraum um 2,6 %. Insbesondere im dritten Quartal setzte sich das solide Umsatzwachstum im Offprice-Segment mit 4,6 % fort. Das Offprice-Segment erwirtschaftete in den ersten neun Monaten 2022 eine bereinigte EBIT-Marge (EBIT-Marge) von 2,3 % (1,6 %), was einer Verringerung um 2,5 Prozentpunkte (2,7 Prozentpunkte) im Vergleich zum Vorjahreszeitraum entspricht. Die leichte Verringerung der EBIT-Marge des Offprice-Segments ist auf einen Rückgang der Bruttogewinnmarge durch verlängerte Schlussverkaufszeiträume und Preisrabattierungen in Kombination mit einer ungünstigen Entwicklung des Fulfillmentkostenverhältnisses zurückzuführen. Im dritten Quartal 2022 verbesserte sich die Bruttogewinnmarge im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Dies führte zu einer Erhöhung der bereinigten EBIT-Marge (EBIT-Marge) um 3,1 Prozentpunkte (3,0 Prozentpunkte), die durch den rechtzeitigen Beginn der Herbst-/Wintersaison und zusätzliche Kampagnen in der Zalando Lounge begünstigt wurde.

In allen sonstigen Segmenten stiegen die Umsatzerlöse in den ersten neun Monaten des Jahres gegenüber dem Vorjahreszeitraum um insgesamt 23,5 %, was in erster Linie auf die starke Entwicklung der Zalando Marketing Services (ZMS) und die erstmalige Einbeziehung der neu erworbenen Highsnobity zurückzuführen war. Die bereinigte EBIT-Marge (EBIT-Marge) erhöhte sich in allen sonstigen Segmenten im Vergleich zu den ersten neun Monaten 2021 um 4,5 Prozentpunkte (2,9 Prozentpunkte) auf eine bereinigte EBIT-Marge (EBIT-Marge) von 5,8 % (2,9 %) in den ersten neun Monaten 2022.

1.3 Finanzlage

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

Verkürzte Kapitalflussrechnung

IN MIO. EUR	01.07. – 30.09.2022	01.07. – 30.09.2021	01.01. – 30.09.2022	01.01. – 30.09.2021
Mittelabfluss aus laufender Geschäftstätigkeit	141,6	-187,3	-183,7	71,7
Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit	-190,1	-60,5	-337,8	-152,1
Mittelabfluss aus der Finanzierungstätigkeit	-32,2	-111,5	-220,1	-615,4
Zahlungswirksame Veränderungen des Finanzmittelbestands	-80,7	-359,3	-741,5	-695,8
Wechselkursbedingte und sonstige Veränderung des Finanzmittelbestands	-1,0	9,7	3,0	0,9
Finanzmittelbestand am Anfang der Periode	1.631,1	2.298,7	2.287,9	2.644,0
Finanzmittelbestand am 30.09.	1.594,8	1.949,1	1.549,4	1.949,1
Frei verfügbarer Cashflow	-48,4	-245,0	-523,9	-77,4

Wir haben in den ersten neun Monaten 2022 einen negativen Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit von -183,7 Mio. EUR (Vorjahr: 71,7 Mio. EUR) erwirtschaftet. Dies war überwiegend auf einen Anstieg der Vorräte zurückzuführen, der durch die Zunahme der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und ähnliche Schulden teilweise kompensiert wurde. In der deutlichen Zunahme der Vorräte spiegeln sich die Vorbereitungen auf das Geschäft zum Saisonhöhepunkt im November und Dezember wider. Die Verringerung des Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit in den ersten neun Monaten 2022 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ergab sich in erster Linie aus der Entwicklung des EBIT.

Der Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit wird vorwiegend vom Capex in Höhe von 217,8 Mio. EUR (Vorjahr: 149,1 Mio. EUR) beeinflusst. Dieser umfasst in den ersten neun Monaten 2022 vor allem Investitionen in die Logistikaufbaustruktur, die die Logistikzentren in Polen, den Niederlanden und Deutschland betreffen, sowie Investitionen in selbst entwickelte Software. Zudem beinhaltet der Cashflow aus der Investitionstätigkeit den für den Erwerb von Highsnobiety gezahlten Kaufpreis in Höhe von 123,6 Mio. EUR.

Im Ergebnis ist unser frei verfügbarer Cashflow (einschließlich der Investition in Highsnobiety) in den ersten neun Monaten 2022 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 446,5 Mio. EUR von -77,4 Mio. EUR auf -523,9 Mio. EUR gesunken.

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

Insgesamt gingen die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente in den ersten neun Monaten 2022 um 738,5 Mio. EUR zurück, befanden sich jedoch mit 1.549,4 Mio. EUR zum 30. September 2022 weiterhin auf einem hohen Niveau.

1.4 Vermögenslage

Die Vermögenslage des Konzerns wird in folgender verkürzter Bilanz dargestellt.

Aktiva

IN MIO. EUR	30.09.2022		31.12.2021		Veränderung	
Langfristige Vermögenswerte	2.261,1	30,9%	1.901,4	27,6%	359,7	18,9%
Kurzfristige Vermögenswerte	5.059,1	69,1%	4.995,6	72,4%	63,5	1,3%
Gesamtvermögen	7.320,2	100,0%	6.897,0	100,0%	423,2	6,1%

Passiva

IN MIO. EUR	30.09.2022		31.12.2021		Veränderung	
Eigenkapital	2.080,2	28,4%	2.218,8	32,2%	-138,6	-6,2%
Langfristige Schulden	1.746,3	23,9%	1.580,7	22,9%	165,6	10,5%
Kurzfristige Schulden	3.493,8	47,7%	3.097,5	44,9%	396,2	12,8%
Gesamtkapital	7.320,2	100,0%	6.897,0	100,0%	423,2	6,1%

Unser Gesamtvermögen hat sich im Vergleich zum 31. Dezember 2021 um 6,1 % auf 7.320,2 Mio. EUR erhöht. Nettoumlaufvermögen, Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente sowie Eigenkapital sind die wesentlichsten Bilanzpositionen.

In den ersten neun Monaten wurde der Anstieg der langfristigen Vermögenswerte stark durch Zugänge zu den immateriellen Vermögenswerten in Höhe von 227,2 Mio. EUR (Vorjahr: 67,0 Mio. EUR) geprägt. Der Anstieg um rund 160 Mio. EUR ergibt sich in erster Linie aus der Kaufpreisallokation in Verbindung mit der erstmaligen Einbeziehung von Highsnobiety. Weitere Effekte resultierten aus den Zugängen zu den Sachanlagen in Höhe von insgesamt 159,2 Mio. EUR (Vorjahr: 74,9 Mio. EUR), die im Wesentlichen die Logistikzentren in Polen, den Niederlanden und Deutschland betrafen. Darüber hinaus erhöhten sich die Vermögenswerte aus Nutzungsrechten zum 30. September 2022 um 20,9 % auf 706,5 Mio. EUR. Dies ist hauptsächlich auf den Beginn der im ersten Quartal 2022 neu abgeschlossenen Leasingverträge für ein Bürogebäude in Deutschland sowie ein Lager in Polen zurückzuführen.

Die Entwicklung der langfristigen Vermögenswerte ist im Wesentlichen auf unsere Vorräte zurückzuführen. Diese umfassen vor allem Waren für unser Wholesale-Geschäft und sind um 39,8 % auf 2.163,6 Mio. EUR gestiegen, was die Vorbereitungen auf das Geschäft zum Saisonhöhepunkt im November und Dezember widerspiegelt.

Das Eigenkapital sank in den ersten neun Monaten 2022 um 138,6 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 anteilsbasierte Vergütung. Die Eigenkapitalquote sank von 32,2 % zum Jahresanfang auf 28,4 % zum 30. September 2022.

Die Entwicklung der langfristigen Schulden wurde in erster Linie durch unsere Leasingverbindlichkeiten beeinflusst. Diese sind zum 30. September 2022 aufgrund im ersten Quartal 2022 neu abgeschlossener Leasingverträge um 133,5 Mio. EUR auf 813,4 Mio. EUR (davon 689,2 Mio. EUR langfristig und 124,2 Mio. EUR kurzfristig) gestiegen.

Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und ähnlichen Schulden haben sich aufgrund der Erweiterung unseres Reverse Factoring-Programms in den ersten neun Monaten 2022 um 331,2 Mio. EUR erhöht. Zum 30. September 2022 wurden Lieferantenforderungen gegen Zalando in Höhe von insgesamt 771,5 Mio. EUR an verschiedene Factoring-Anbieter übertragen (31. Dezember 2021: 599,8 Mio. EUR). Diese Salden wurden unter den kurzfristigen Schulden, d. h. unter den Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und ähnlichen Schulden erfasst.

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 121,6 Mio. EUR zum 30. September 2022. Der Anstieg resultiert insbesondere aus der Zunahme der Vorräte und der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und ähnlichen Schulden.

1.5 Prognose

Wir halten an unserer im Juni 2022 veröffentlichten und im Halbjahresfinanzbericht bestätigten Prognose für das Geschäftsjahr 2022 weiterhin fest.

Im dritten Quartal 2022 verschlechterten sich die gesamtwirtschaftlichen Bedingungen weiter. Das Konsumklima ist auf einem Tiefststand und die wirtschaftlichen Aussichten sind herausfordernd. Darüber hinaus bringt das volatile Umfeld eine hohe Unsicherheit im Markt mit sich. Daher erwarten wir nunmehr, dass GMV, Umsatz, EBIT, bereinigtes EBIT und Capex am unteren Ende der Jahresprognose liegen werden.

Wir erwarten folglich für das Geschäftsjahr 2022 ein GMV- bzw. Umsatzwachstum am unteren Ende der Spanne von 3 % bis 7 % (14,8 Mrd. EUR bis 15,3 Mrd. EUR) bzw. von 0 % bis 3 % (10,4 Mrd. EUR bis 10,7 Mrd. EUR), sowie ein bereinigtes EBIT für 2022 am unteren Ende der Spanne von 180,0 Mio. EUR bis 260,0 Mio. EUR, was einer Marge am unteren Ende der Spanne von 1,7 % bis 2,4 % entspricht (EBIT am unteren Ende der Spanne von 115,0 Mio. EUR bis 195,0 Mio. EUR).

Wir erwarten, dass der Capex für 2022 am unteren Ende der Spanne bei rund 350,0 Mio. EUR bis 400,0 Mio. EUR liegen wird. Darüber hinaus erwarten wir zum Ende des Geschäftsjahres 2022 ein neutrales Nettoumlaufvermögen.

Berlin, den 2. November 2022

Der Vorstand

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

2.1 Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

IN MIO. EUR	01.07. – 30.09.2022	01.07. – 30.09.2021	01.01. – 30.09.2022	01.01. – 30.09.2021
Umsatzerlöse	2.349,1	2.283,4	7.177,2	7.254,3
Umsatzkosten	-1.431,2	-1.397,9	-4.329,7	-4.246,8
Bruttoergebnis vom Umsatz	918,0	885,5	2.847,5	3.007,5
Fulfillmentkosten	-654,6	-604,4	-1.988,5	-1.837,2
Marketingkosten	-168,0	-197,5	-545,0	-638,2
Verwaltungskosten	-107,7	-91,1	-341,3	-291,0
Sonstige betriebliche Erträge	6,8	5,7	18,6	25,6
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-1,9	-2,9	-5,9	-6,3
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	-7,4	-4,6	-14,5	260,4
Zinsertrag	1,2	0,9	3,8	2,8
Zinsaufwand	-16,0	-14,6	-44,6	-44,0
Übriges Finanzergebnis	-16,6	-7,0	-14,0	-18,9
Finanzergebnis	-31,3	-20,7	-54,9	-60,1
Ergebnis vor Steuern (EBT)	-38,7	-25,3	-69,4	200,2
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	3,4	16,9	-13,3	-53,7
Periodenergebnis	-35,4	-8,4	-82,7	146,5
davon den Anteilseigner*innen der ZALANDO SE zuzurechnendes Periodenergebnis	-35,4	-8,4	-82,7	146,5
davon den nicht beherrschenden Anteilen zuzurechnendes Periodenergebnis	0,0	0,0	0,0	0,0

2.2 Konzernbilanz

Konzernbilanz – Aktiva

IN MIO. EUR	30.09.2022	31.12.2021
Langfristige Vermögenswerte		
Immaterielle Vermögenswerte	431,1	263,0
Sachanlagen	1.019,2	959,4
Vermögenswerte aus Nutzungsrechten	706,5	584,2
Finanzielle Vermögenswerte	76,9	78,1
Latente Steueransprüche	12,9	11,2
Nicht finanzielle Vermögenswerte	6,4	3,9
Nach der Equity-Methode bilanzierte Finanzanlagen	8,1	1,7
	2.261,1	1.901,4
Kurzfristige Vermögenswerte		
Vorräte	2.163,6	1.547,4
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	726,2	727,4
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	119,4	49,8
Sonstige nicht finanzielle Vermögenswerte	500,6	383,0
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	1.549,4	2.287,9
	5.059,1	4.995,6
Bilanzsumme	7.320,2	6.897,0

Konzernbilanz – Passiva

IN MIO. EUR	30.09.2022	31.12.2021
Eigenkapital		
Gezeichnetes Kapital	258,5	258,7
Kapitalrücklage	1.220,1	1.285,9
Sonstige Rücklagen	-26,8	-36,8
Gewinnrücklagen	628,4	711,1
Eigenkapital der Aktionär*innen der ZALANDO SE	2.080,2	2.219,0
Nicht beherrschende Anteile	0,0	-0,2
	2.080,2	2.218,8
Langfristige Schulden		
Rückstellungen	53,8	54,3
Leasingverbindlichkeiten	689,2	579,0
Finanzverbindlichkeiten	1,9	0,0
Wandelanleihen	911,4	895,0
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	13,3	14,2
Sonstige nicht finanzielle Verbindlichkeiten	6,3	4,6
Latente Steuerschulden	70,4	33,5
	1.746,3	1.580,7
Kurzfristige Schulden		
Leasingverbindlichkeiten	124,2	101,0
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und ähnliche Schulden	2.768,2	2.437,0
Erhaltene Anzahlungen	41,3	40,6
Verbindlichkeiten aus Ertragssteuern	34,4	25,2
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	269,9	214,9
Sonstige nicht finanzielle Verbindlichkeiten	255,7	278,9
	3.493,8	3.097,5
Bilanzsumme	7.320,2	6.897,0

2.3 Konzern-Kapitalflussrechnung

Konzern-Kapitalflussrechnung

IN MIO. EUR	01.07. - 30.09.2022	01.07. - 30.09.2021	01.01. - 30.09.2022	01.01. - 30.09.2021
1 Periodenergebnis	-35,4	-8,4	-82,7	146,5
2 + Zahlungsunwirksamer Aufwand aus anteilsbasierten Vergütungen	17,3	14,3	50,0	40,4
3 + Abschreibungen auf Sachanlagen, Vermögenswerte aus Nutzungsrechten und immaterielle Vermögenswerte	91,0	58,5	219,2	169,0
4 +/- Steuern vom Einkommen und Ertrag	-3,4	-16,9	13,3	53,7
5 - Gezahlte Steuern vom Einkommen und Ertrag abzüglich Erstattungen	-18,3	-28,2	-52,6	-78,7
6 +/- Zunahme/Abnahme der Rückstellungen	0,0	0,1	0,0	-0,4
7 -/+ Sonstige zahlungsunwirksame Erträge/Aufwendungen	4,3	-6,3	2,7	1,1
8 +/- Abnahme/Zunahme der Vorräte	-403,1	-370,2	-614,2	-559,7
9 +/- Abnahme/Zunahme der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	-14,9	60,5	17,3	-43,7
10 +/- Zunahme/Abnahme der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und ähnlichen Schulden	521,0	206,8	320,2	404,2
11 +/- Zunahme/Abnahme der sonstigen Aktiva/Passiva	-16,9	-97,6	-56,7	-60,8
12 = Mittelabfluss aus laufender Geschäftstätigkeit	141,6	-187,3	-183,7	71,7
13 - Auszahlungen für Investitionen in das Sachanlagevermögen	-51,3	-34,0	-152,3	-81,2
14 - Auszahlungen für Investitionen in immaterielle Vermögenswerte	-25,7	-23,6	-65,5	-67,9
15 - Auszahlungen für den Erwerb von Anteilen an assoziierten Unternehmen sowie den Erwerb von Tochterunternehmen abzüglich erworbene Zahlungsmittel	-113,0	0,0	-122,5	0,0
16 +/- Ein-/Auszahlungen für Investitionen in Termingelder	0,0	-3,0	0,0	-3,0
17 +/- Änderung von Zahlungsmitteln, die einer Verfügungsbeschränkung unterliegen	0,0	0,2	2,5	0,0
18 = Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit	-190,1	-60,5	-337,8	-152,1
19 + Einzahlungen aus Kapitalerhöhungen der Anteilseigner und Aktienoptionsausübungen abzüglich Transaktionskosten	0,1	2,7	1,1	22,1
20 - Auszahlungen für den Rückwerb von eigenen Aktien	0,0	-94,3	-136,0	-200,0
21 - Auszahlungen für die Tilgung von Krediten	0,0	-0,7	-3,3	-377,1
22 - Auszahlungen für die Tilgung von Leasingverbindlichkeiten	-32,4	-19,1	-81,9	-60,4
23 = Mittelabfluss aus der Finanzierungstätigkeit	-32,2	-111,5	-220,1	-615,4
24 = Zahlungswirksame Veränderungen des Finanzmittelbestands	-80,7	-359,3	-741,5	-695,8
25 +/- Wechselkursbedingte Veränderung des Finanzmittelbestands	-1,0	9,7	3,0	0,9
26 + Verfügbarer Finanzmittelbestand zu Beginn der Periode	1.631,1	2.298,7	2.287,9	2.644,0
27 = Verfügbarer Finanzmittelbestand am 30.09.	1.549,4	1.949,1	1.549,4	1.949,1
Frei verfügbarer Cashflow	-48,4	-245,0	-523,9	-77,4

3.1 Finanzkalender 2023

Finanzkalender

Datum	Termin
Dienstag, 7. März	Veröffentlichung des Geschäftsberichts 2022
Donnerstag, 4. Mai	Veröffentlichung der Ergebnisse für das 1. Quartal 2023
Mittwoch, 24. Mai	Hauptversammlung 2023
Donnerstag, 3. August	Veröffentlichung der Ergebnisse für das 2. Quartal 2023
Donnerstag, 2. November	Veröffentlichung der Ergebnisse für das 3. Quartal 2023

3.2 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.

