



# Bericht des Vorstands

Report of the  
Management Board

zalando





# Agenda

Hauptversammlung 2022

## **Bericht 2021**

Zalando-Strategie

Ausblick 2022



# Wir treffen Entscheidungen für den Erfolg von morgen mit ambitionierten Zielen bis 2025



## Kund\*innen

Wir stärken  
Kund\*innenbeziehungen



## Partner

Wir bieten Markenpartnern  
eine digitale **Plattform**



## Mensch & Erde

Wir investieren in eine  
**nachhaltige Plattform**  
für Mode & Lifestyle

# Unsere erfolgreiche Strategie zeigt sich in unserem positiven Gesamtergebnis



**14,3** Mrd. EUR

Bruttowarenvolumen (GMV)

**34,1** %

Wachstum beim Bruttowarenvolumen

**48,5** Mio.

Aktive Kund\*innen

**10,4** Mrd. EUR

Umsatz

**468,4** Mio. EUR

Bereinigtes EBIT

**508,1** Mio. EUR

Bilanzgewinn ZALANDO SE



# Agenda

Hauptversammlung 2022

Bericht 2021

**Zalando-Strategie**

Ausblick 2022





## **Unsere Vision**

Der Starting Point for Fashion in Europa zu sein



# Wir treffen Entscheidungen für den Erfolg von morgen mit ambitionierten Zielen bis 2025



## Kund\*innen

Wir stärken  
Kund\*innenbeziehungen

---

>30 Mrd. EUR  
Bruttowarenvolumen



## Partner

Wir bieten Markenpartnern  
eine digitale **Plattform**

---

50 %<sup>1</sup>  
Anteil Partnergeschäft



## Mensch & Erde

Wir investieren in eine  
**nachhaltige Plattform**  
für Mode & Lifestyle

---

do.MORE  
Nachhaltigkeitsziele

1) Aggregiertes Bruttowarenvolumen von Partnerprogramm und Connected Retail in % des Fashion-Store-Segments



## **Kund\*innen**

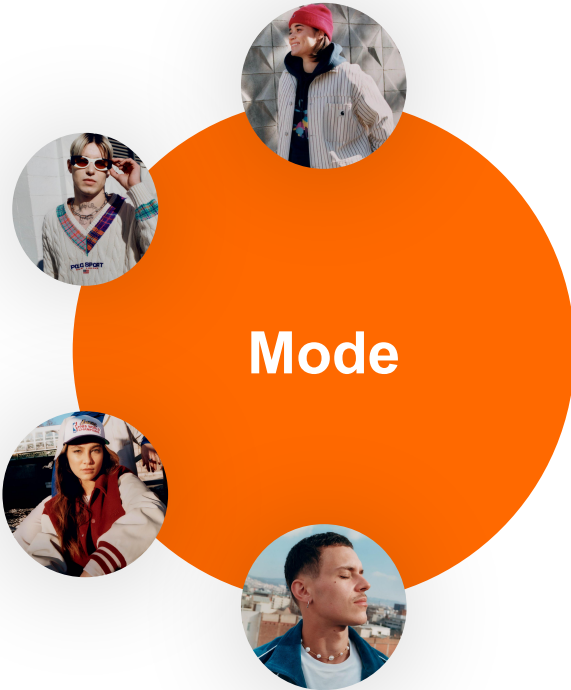
Wir stärken unsere Kund\*innenbeziehungen







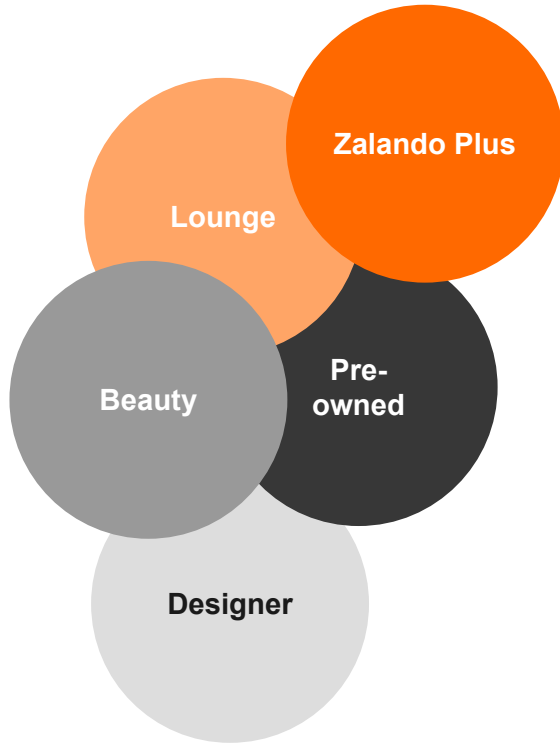
# Verbessern des Einkaufserlebnisses



90 %

unserer aktiven  
Kund\*innen kaufen  
Mode

# Weiterentwickeln von Angeboten für Kund\*innen



# 100 %

Wachstum beim  
Bruttowarenvolumen im  
Bereich Beauty in 2021





# Zalando Plus

vereint das Beste von Zalando



**1 Million**  
Zalando-Plus-Mitglieder



## Partner

Wir bieten Partnern  
eine digitale Plattform



# Best-in-class Vielfalt an Marken für Kund\*innen



## Entdecke spannende Marken

SEPHORA



Authorized  
Reseller

#Nachhaltigkeit

#Inklusion

#Diversität



## Verbunden durch gemeinsame Werte

## Wähle aus einem fast unbegrenzten Sortiment

BROOKS

RITUALS...



Authorized  
Reseller

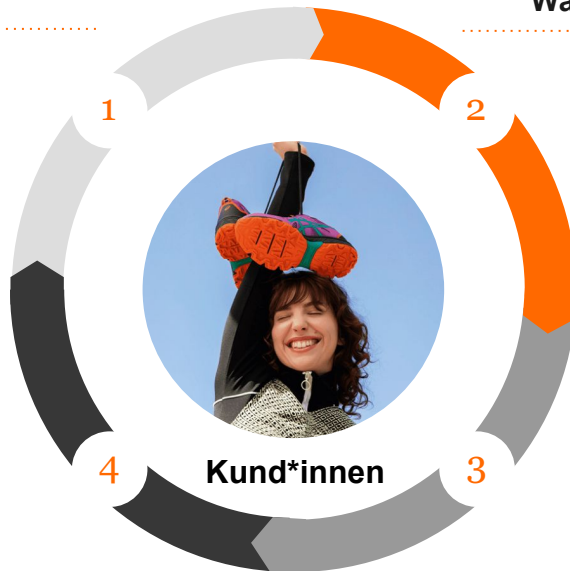
#  
NOT JUST A LABEL

CharlotteTilbury

>5.800 Marken



## Interagiere mit deinen Lieblingsmarken

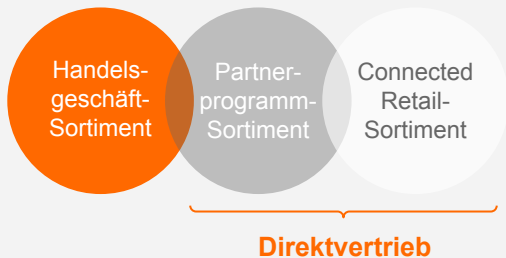


# Außerordentliche Fortschritte beim Erreichen unserer Ziele im Partnergeschäft



## Positionierung als Direktvertrieb-Vertriebskanal

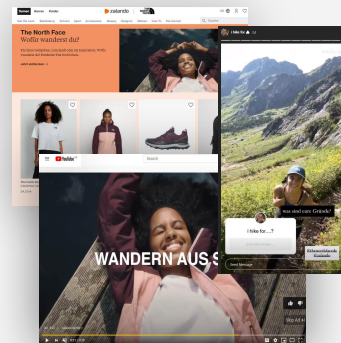
### Auswahl an Produkten



## Internationalisierung des Partnergeschäfts



## Stärkung der Kund\*innenbindung



Anteil Partnergeschäft<sup>1</sup> 30 % **Ziel 50 %**



Im Partnerprogramm von Zalando versendete Artikel<sup>2</sup> 55 % **Ziel 75 %**



Marketingintensität<sup>3</sup> 2 % **Ziel 3 – 4 %**



- 1) Partnerprogramm und Connected Retail, Q4/2021, Anteil angegeben als Prozentsatz vom Fashion-Store-Bruttowarenvolumen
- 2) Zalando Fulfillment Solutions, Q4/2021, Anteil angegeben als Prozentzahl vom Artikelvolumen des Partnergeschäfts
- 3) Zalando Marketing Services, Q4/2021, Umsatz angegeben als Prozentzahl vom Fashion-Store-Bruttowarenvolumen



**Menschen und Erde**  
Wir richten unser Geschäft  
nachhaltig aus



# Unsere Vision: Eine nachhaltige Modeplattform mit netto-positiver Auswirkung auf Mensch und Erde



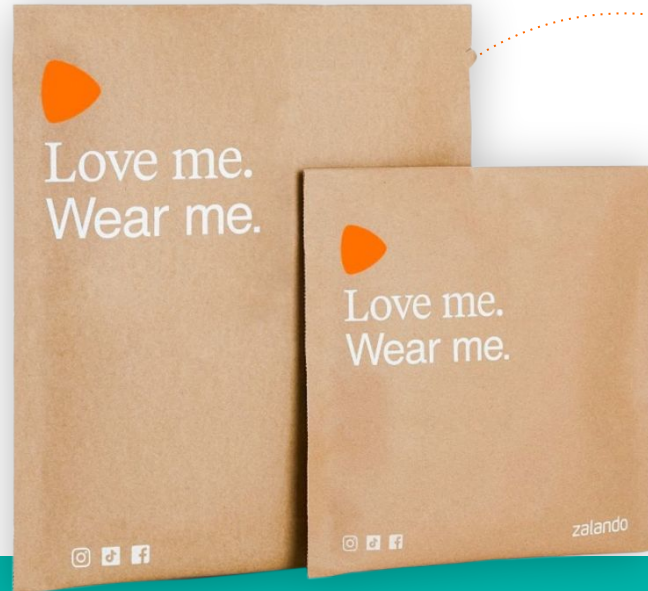
Eine **netto-positive Auswirkung** bedeutet,

dass wir der Gesellschaft und der Umwelt mehr  
zurückgeben als wir nehmen.



# Ein Fokus in 2022:

Umstellung von Plastik- auf Papierversandtaschen



89 %

Fortschritt 2021 |



# Agenda

Hauptversammlung 2022

Bericht 2021

Zalando-Strategie

**Ausblick 2022**



# Ergebnisse erstes Quartal 2022 im Rahmen der Erwartungen in einem volatilen Marktumfeld



## Herausforderungen 2022



Abschwächendes Konsumklima



Unterbrochene Produktions- und Lieferketten



Außerordentliches hohes Wachstum  
in der Vergleichsperiode

Ergebnis des  
ersten Quartals  
2022

3,2 Mrd. EUR Bruttowarenvolumen

+1,0 %

Durchschnittliche  
Wachstumsrate über  
2 Jahre: 25 %

2,2 Mrd. EUR Umsatz

-1,5 %

Bereinigtes EBIT

-51,8 Mio. EUR

# Ausblick

## Geschäftsjahr 2022

16 % – 23 %

GMV-Wachstum

12 % – 19 %

Umsatzwachstum

430 – 510 Mio. EUR

Bereinigtes EBIT<sup>1</sup>

400 – 500 Mio. EUR

Investitionen<sup>2</sup> und negatives Nettoumlaufvermögen

1) Ohne Aufwendungen für aktienbasierte Vergütungen mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente ("SBC" in Höhe von ~65 Mio. EUR, Restrukturierungskosten und nicht-operative Einmaleffekte für 2022

2) Ohne M&A-Transaktionen



Unser Ausblick für das Geschäftsjahr 2022, der am 1. März 2022 kommuniziert wurde, schloss mögliche negative Auswirkungen des Krieges in der Ukraine aus. In Anbetracht des zunehmend volatilen Marktumfelds (einschließlich der anhaltenden negativen Auswirkungen des Krieges in der Ukraine) streben wir nun an, das **untere Ende** unseres Ausblicks für das Geschäftsjahr 2022 in Bezug auf GMV-Wachstum, Umsatzwachstum und bereinigtes EBIT zu erreichen.

# Management-Team, um unsere Strategie voranzutreiben und in die Zukunft zu investieren



**Robert Gentz**  
Gründer & Co-CEO



**David Schneider**  
Gründer & Co-CEO



**David Schröder**  
COO (ehemaliger CFO)



**Astrid Arndt**  
CPO



**Jim Freeman**  
CBPO



**Sandra Dembeck**  
CFO



# Bericht des Vorstands

Report of the  
Management Board

zalando

