

Hauptversammlung

20
26

Redner:
Robert Gentz, Co-CEO
David Schröder, Co-CEO

12. Mai 2026

Wir sind die führende
Technologieplattform für Mode
und Lifestyle in Europa

01



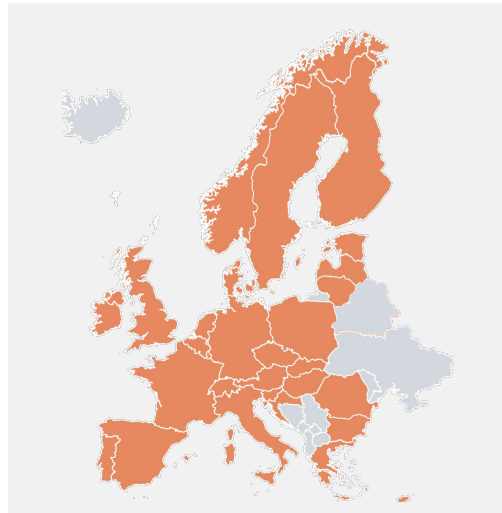
Unsere Technologieplattform verbindet Konsument*innen und Marken über B2C und B2B hinweg

Wir bieten die relevantesten Apps im Mode- und Lifestyle-Onlinehandel

Wir ermöglichen es Marken, Menschen in ganz Europa zu erreichen und die Herausforderungen des internationalen E-Commerce zu meistern

>62 Millionen aktive Kund*innen

>7,000 Marken

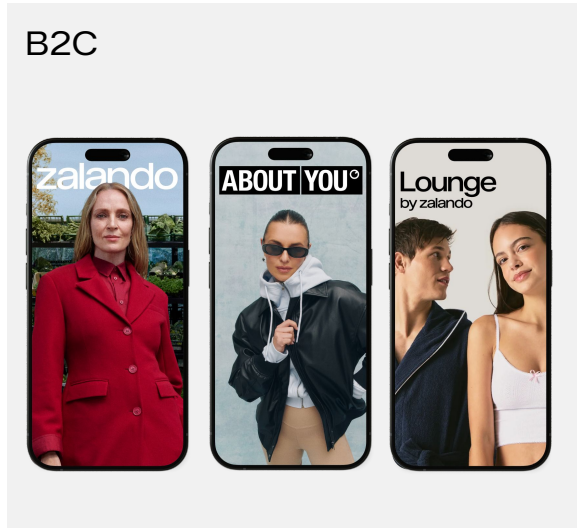




Unser Geschäft im B2C- und B2B-Bereich basiert auf einer gemeinsamen Technologieplattform

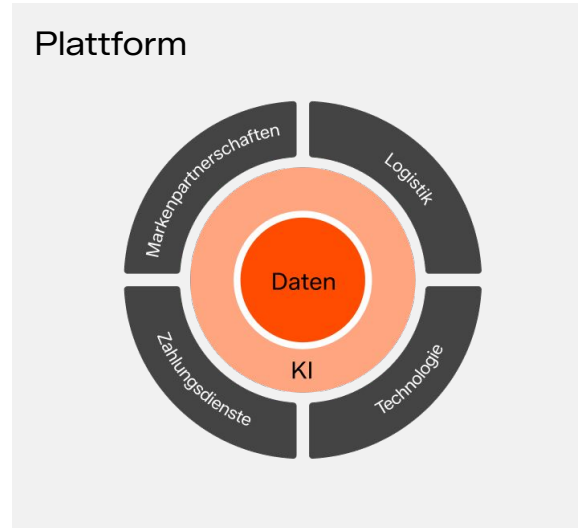
Multi-App Portfolio

Für Marken-Lifestyle-Shopping und Inspiration



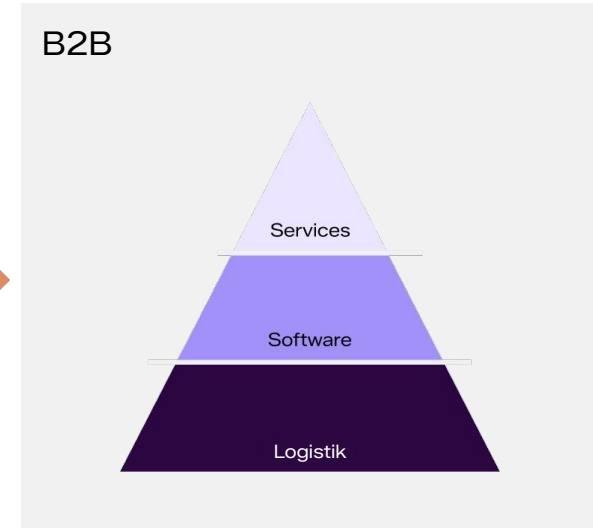
Technologieplattform

Angetrieben durch unsere Daten und Infrastruktur



Betriebssystem

Um Marken und Kund*innen zu verbinden, indem wir unsere Infrastruktur und Kompetenzen zur Verfügung stellen





Unsere Daten- und Infrastrukturplattform ist das Ergebnis von 17 Jahren kontinuierlicher Entwicklung

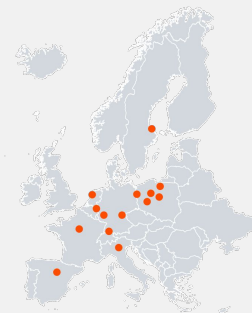
Einzigartiges Netzwerk globaler und europäischer Marken (Auswahl)



>7.000

Marken in der Zalando Gruppe

Europas führendes Logistiknetzwerk für Mode



14

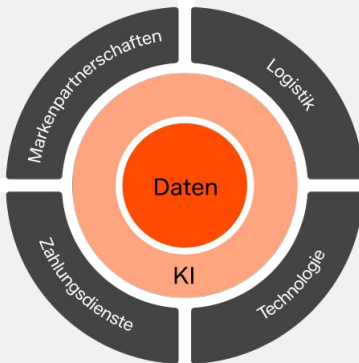
Logistikstandorte beliefern 29 Märkte in Europa¹

Angebote Zahlsmethoden (Auswahl)



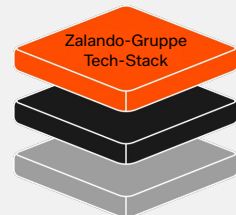
>34 Mrd.

EUR Zahlungsvolumen pro Jahr



~3.000

Tech-Spezialist*innen, die Innovationen vorantreiben



Leistungsstarke Inhouse-Zahlungsplattform mit E-Geld-Lizenz und eigener BNPL-Lösung

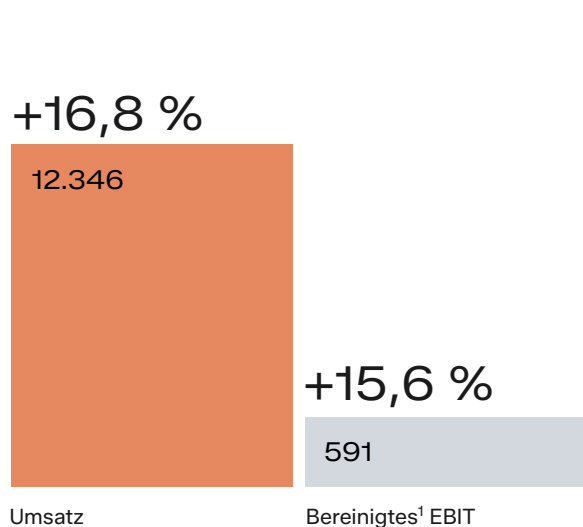
Einzigartige und skalierbarer, eigene Technologie-Architektur für Mode und Lifestyle

¹ Nach Abschluss der geplanten Anpassungen in unserem Logistiknetzwerk

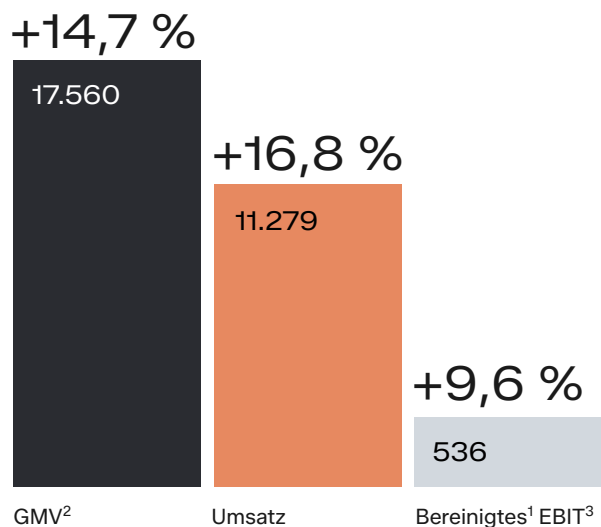


Zalando liefert starke Ergebnisse in 2025, setzt seine B2C- und B2B-Strategie erfolgreich um und integriert ABOUT YOU

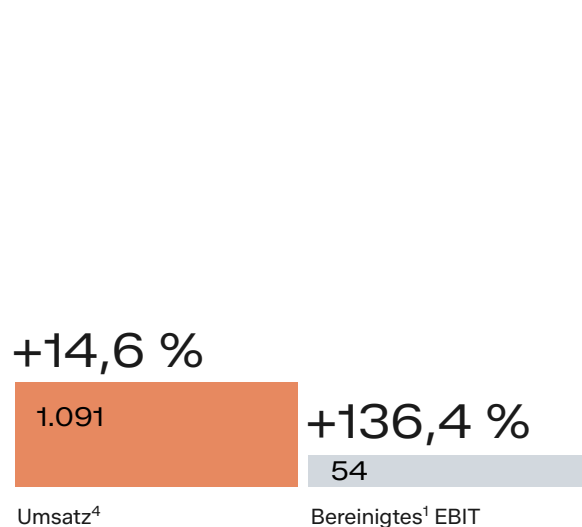
Gruppe
(in Mio. EUR und Wachstum im Vorjahresvergleich)



B2C
(in Mio. EUR und Wachstum im Vorjahresvergleich)



B2B
(in Mio. EUR und Wachstum im Vorjahresvergleich)



¹ Ohne Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütungen mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente („SBC“), Restrukturisierungskosten, wesentlicher nicht-operativer Einmaleffekte sowie akquisitionsbezogener Aufwendungen.

² Konzern / B2C Bruttowarenvolumen nach Retouren (GMV) dynamisch berichtet

³ Enthält 0,7 Mio. EUR Intersegment-EBIT

⁴ Enthält 23,9 Mio. EUR Intersegment-Umsatzerlöse



Zalando Aktienkursentwicklung in 2025

1. Januar – 31. Dezember 2025

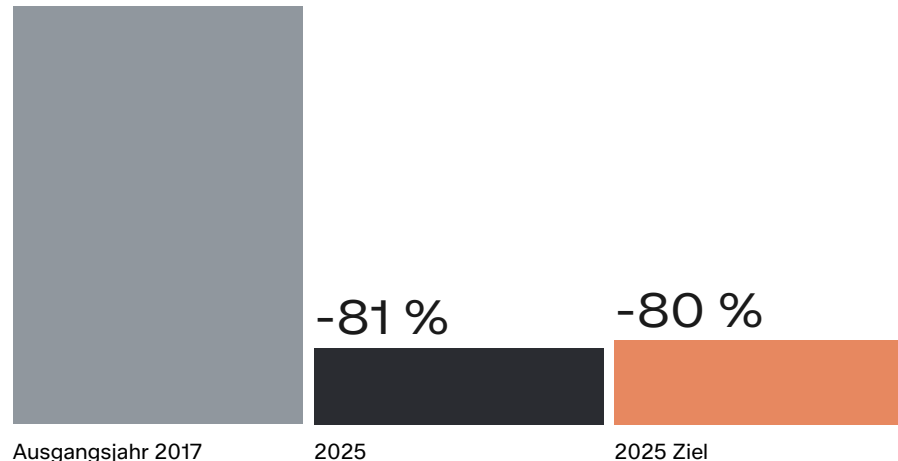




Auf unserem Weg zu Netto-Null haben wir unsere Emissionen deutlich verringert

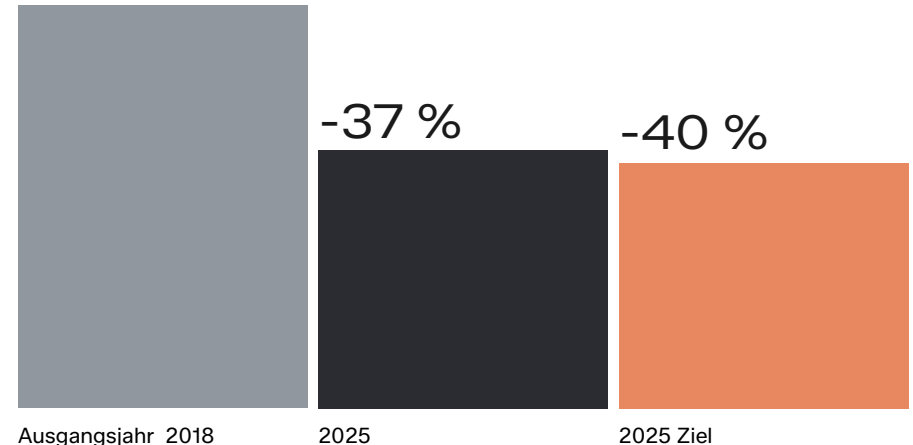
Emissionsreduktion¹ innerhalb der eigenen Geschäftstätigkeit
(Scope 1+2)²

100 %



Reduktion der Emissionsintensität¹ innerhalb der Eigenmarken
(Scope 3)²

100 %



¹ Ohne ABOUT YOU
² Pro Million EUR Bruttoergebnis

KI beschleunigt Wachstum und Effizienz auf unserer Plattform

02



KI steigert unsere Produktivität und Geschwindigkeit

Höhere Content-Geschwindigkeit



>90 %

KI¹ generierter Content

Präzisere Auftragsabwicklung



+22 Prozentpunkte

Anstieg des Anteils der Lieferzusagen mit genauem Liefertermin im Vorjahresvergleich²

Schnellere Software Entwicklung



>20 %

mehr Software-Code-Änderungen im Vorjahresvergleich³

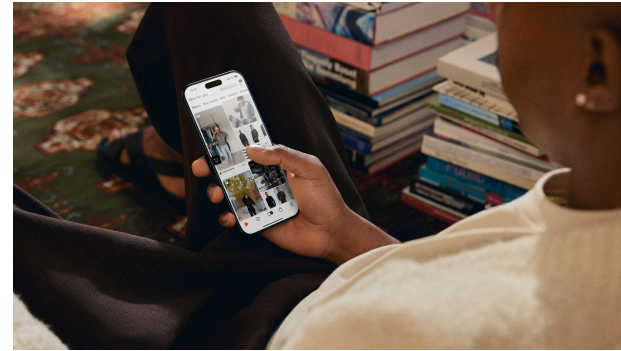
¹ Onsite-Marketing-Inhalte (z. B. Werbematerialien, Teaser, Produktkampagnen), im Dezember 2025 durch KI generiert.

² Lieferfenster von einem Tag (z. B. Lieferung am 11. November), Februar 2026 im Vergleich zu Februar 2025, von Zalando abgewickelte Bestellungen

³ HJ 2025 im Vergleich zu HJ 2024



Milliarden von Interaktionen von Kund*innen verschaffen uns den ultimativen KI-Vorsprung



Daten

Lieferketten

Produkte

Größen & Passform

Visuelle Inhalte

Konsumverhalten

>62

Millionen aktive Kund*innen

>7.000

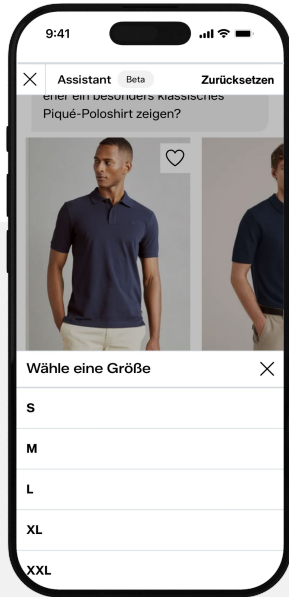
Marken

~3.000

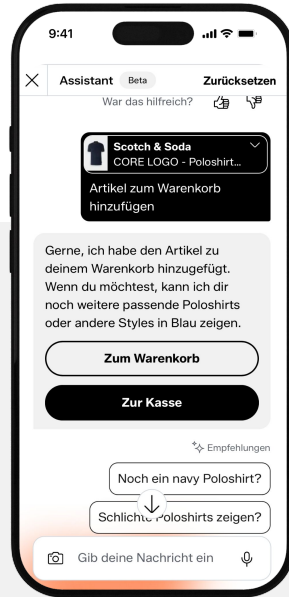
Datenanalyt*innen und
Ingenieur*innen



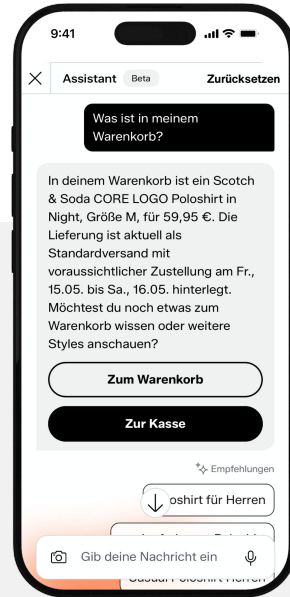
Unser Zalando Assistant wird zu einem echten Lifestyle-Begleiter und lernt unsere Kund*innen besser kennen als je zuvor.



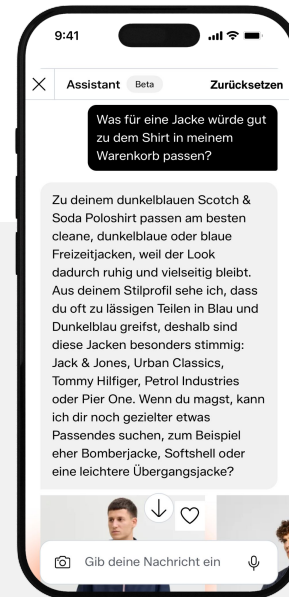
In den Warenkorb legen und die richtige Größe wählen



„Zum Warenkorb“ und direkter Checkout



Die Möglichkeit, im Gespräch zu fragen: „Was liegt in meinem Warenkorb?“



Die Möglichkeit zu fragen: „Was passt gut zu den Artikeln in meinem Warenkorb?“



Fazit

01

KI ist der Turbo für Zalandos zukünftiges Wachstum und zur Stärkung unserer Marktposition.

02

Wir nutzen KI als Wachstumsturbo, um das zukünftige Potenzial unserer Plattform und darüber hinaus zu erschließen.

03

Wir sehen neue Möglichkeiten für Agentic Commerce im B2C- und B2B Geschäft.

**B2C: Wir skalieren unser
App-Portfolio mit unserer
leistungsstarken Plattform**

03



Wir sind die Antwort auf die weltweit größte kleinste Frage: „Was ziehe ich an?“

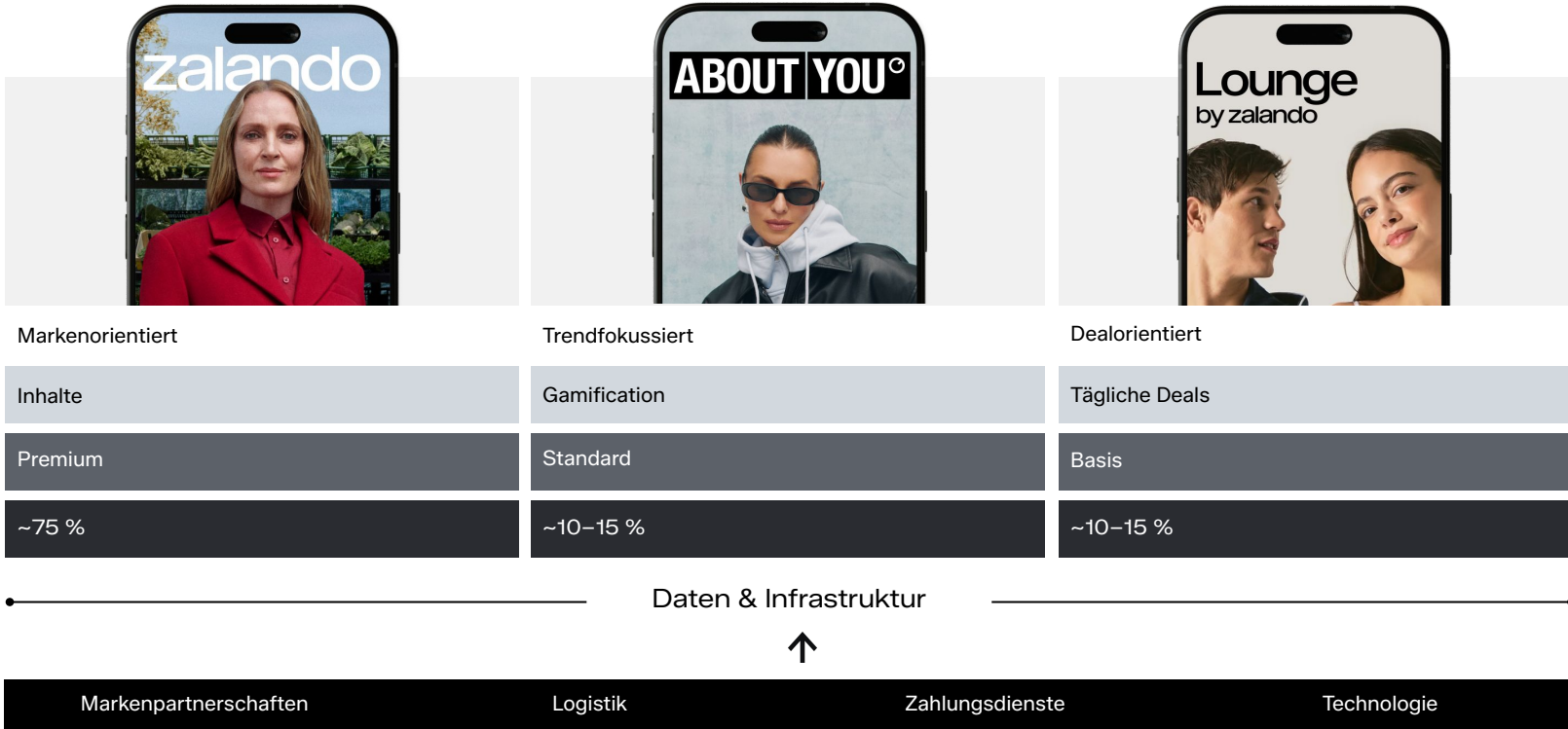
Wir bei Zalando helfen Europa dabei, sich jeden Tag gut anzuziehen

- 01 Wir stärken unsere Rolle im Alltag der Menschen
- 02 Mehr Berührungspunkte, mehr Apps, mehr Kategorien
- 03 Mehr Kunden, mehr Daten, mehr Nachfragesignale
- 04 Mehr Stile und Marken
- 05 Inspirierendere Erlebnisse und tiefere Kund*innenbindung





Unser App-Portfolio deckt unterschiedliche Kund*innenbedürfnisse ab, um unsere Reichweite zu vergrößern





Unser App-Portfolio vergrößert unsere Reichweite und erschließt neue Wachstumschancen

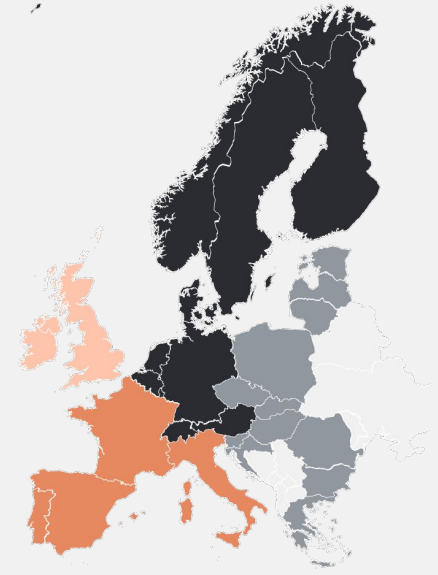
Jede App gewinnt zusätzlich Kund*innen



Flächendeckende App-Präsenz in ganz Europa

Zalando-Gruppe
Anteil aktive Kund*innen¹
an der Gesamtbevölkerung
nach Region² (in %)

- Hoch ■ BeNeLux, Skandinavien, DACH
- Mittel/Hoch ■ Baltikum & Osteuropa
- Mittel/Gering ■ Südwesteuropa
- Gering ■ Großbritannien & Irland



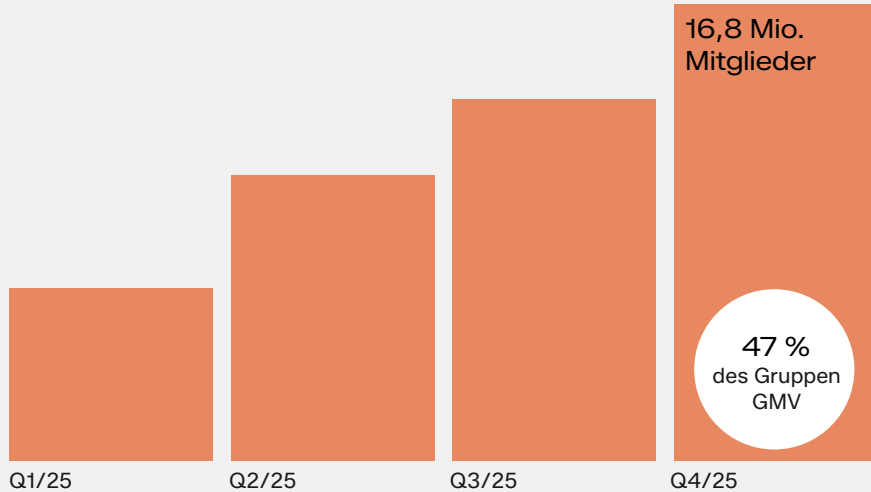
¹Bezieht sich auf jeden Kund*in, der in den letzten 12 Monaten bei einer Gruppen-App (Zalando, AboutYou, Lounge by Zalando) eingekauft hat; Datenstand 2025. Die Marktdurchdringung wird zu Illustrationszwecken auf regionaler Ebene dargestellt
²Gesamtbevölkerungsdaten für 2025 gemäß IWF; Länder wurden zu Illustrationszwecken in Regionen gruppiert



Dauerhafte Gewohnheiten schaffen: Wie unser Vorteilsprogramm Kund*innen zu Stammkund*innen macht

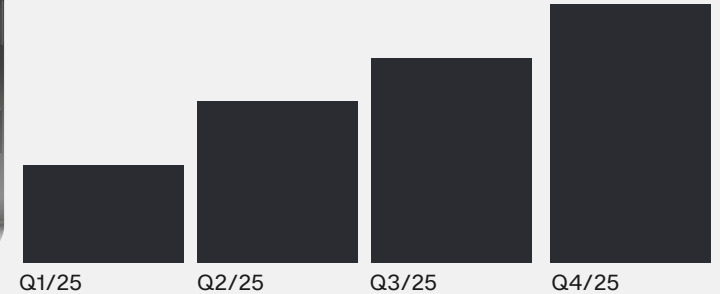
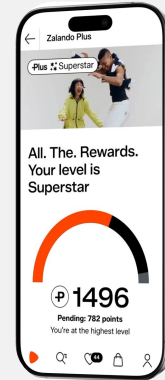
Erfolgreicher Roll-out von Zalando Plus¹

Anzahl Zalando Plus Mitglieder (Kreis entspricht dem Anteil am GMV, in %)



Plus steigert die durchschnittliche Bestellhäufigkeit¹

Zusätzlicher Anstieg der Bestellhäufigkeit pro Plus Mitglied im Vergleich zur Kontrollgruppe (in %)



¹ Zalando und Lounge by Zalando

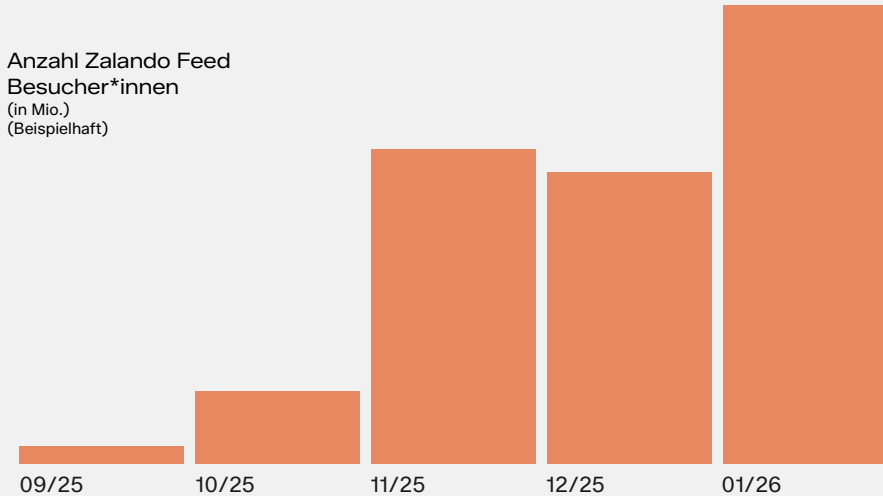


Zalando Feed: Wo personalisiertes und inspirierendes Shoppen beginnt

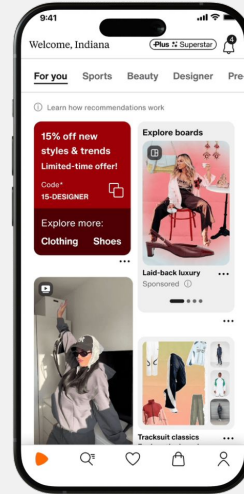
>25 Mio.

Nutzer*innen mit Interaktionen seit Launch – Feed in allen Märkten live

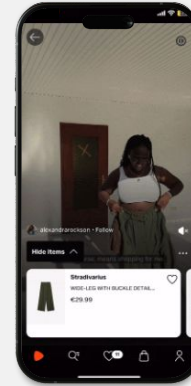
Anzahl Zalando Feed Besucher*innen (in Mio.) (Beispielhaft)



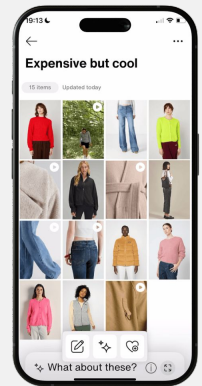
Zalando Feed



Personalisierter Feed



Highlight-Formate



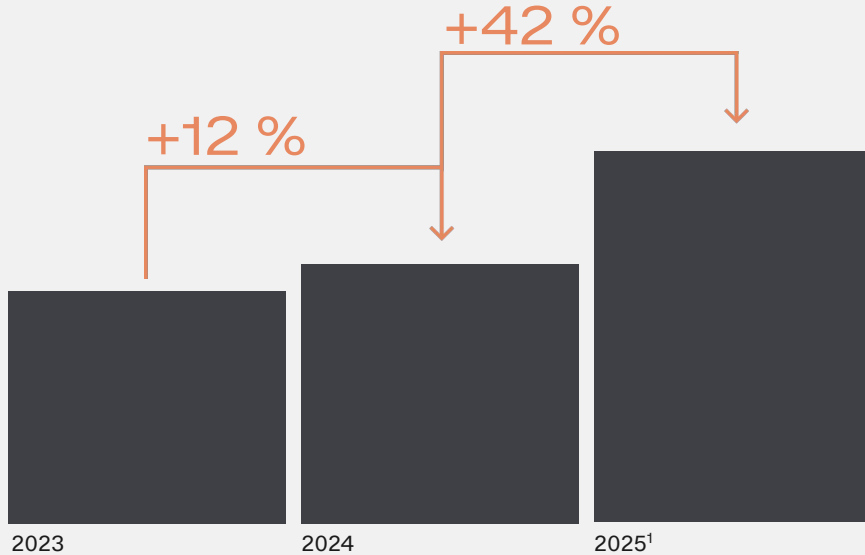
Shoppable Boards

¹ Zalando und Lounge by Zalando

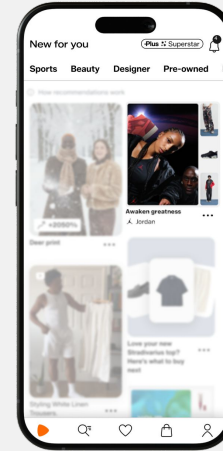


Wir treiben Wachstum und Engagement durch neue Retail-Media-Formate voran

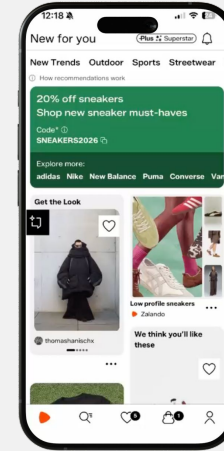
Beschleunigtes Wachstum im Retail-Media-Geschäft



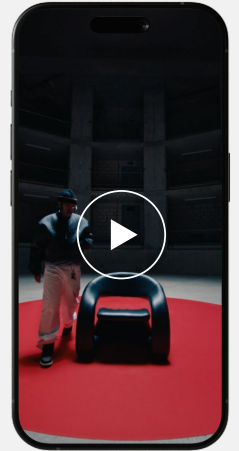
JORDAN „Awaken Greatness“ Kampagne – unterstützt durch Retail-Media-Formate der nächsten Generation



Boards im Feed



Video im Feed



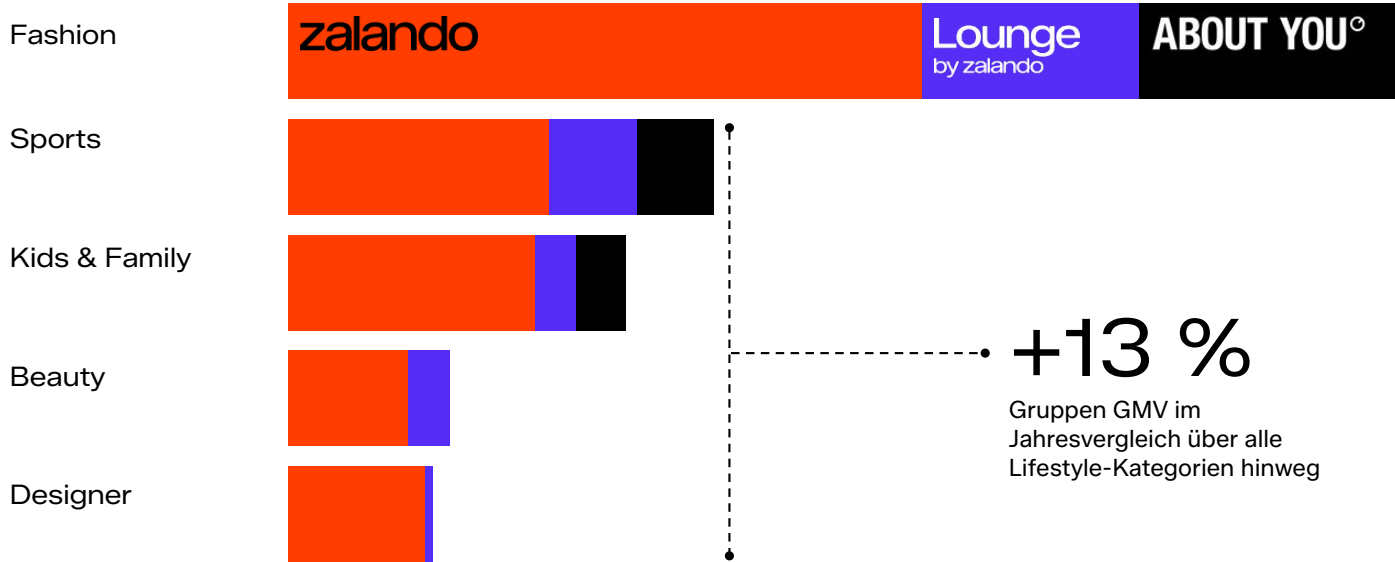
Startbildschirm im Feed

¹ Bezieht sich auf Gruppen Zahlen, inklusive AboutYou.



Wir erhöhen den Anteil an den Lifestyle-Ausgaben unserer Kund*innen durch das Angebot passgenauer Apps

Zalando-Gruppe Gesamtanzahl Kund*innen pro Kategorie und pro App¹
(Beispielhaft)



+13 %

Gruppen GMV im Jahresvergleich über alle Lifestyle-Kategorien hinweg



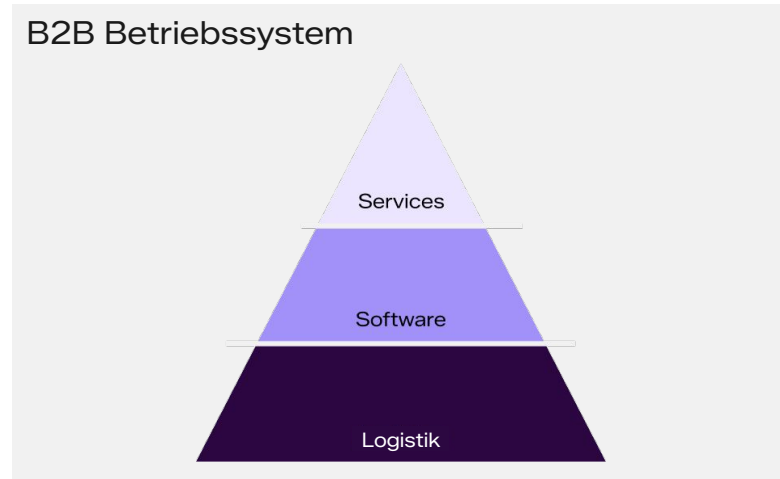
¹ Gesamtanzahl aktive Kund*innen der letzten 12 Monate. Daten für das Gesamtjahr 2025. Enthält Dopplungen.

B2B: Wir skalieren unser Betriebssystem mit unserer Plattform

04



Digitale Geschäfte aufbauen und skalieren – einfach über unser B2B-Betriebssystem mit gemeinsam genutzter Infrastruktur



ZEOS

SCAYLE[®]
YOUR COMMERCE ENGINE

TRADEBYTE

Zentrale Produkte

Logistik-dienstleistungen

Shop- und
Marktplatz-
Software

Marktplatz-
integration

Alleinstellungsmerkmal

Modulares Gesamtangebot für grenzüberschreitenden
Multi-Channel-Handel auf Basis der bewährten Zalando-Plattform

Produktversprechen

- Ein erstklassiges Erlebnis, das Kund*innenzufriedenheit fördert
- Zuverlässigkeit, Skalierbarkeit und Flexibilität senken die Kosten
- Ständige Innovationen sichern die Wettbewerbsfähigkeit

Gemeinsam genutzte Infrastruktur und Expertise



Markenpartnerschaften

Logistik

Zahlungsdienste

Technologie

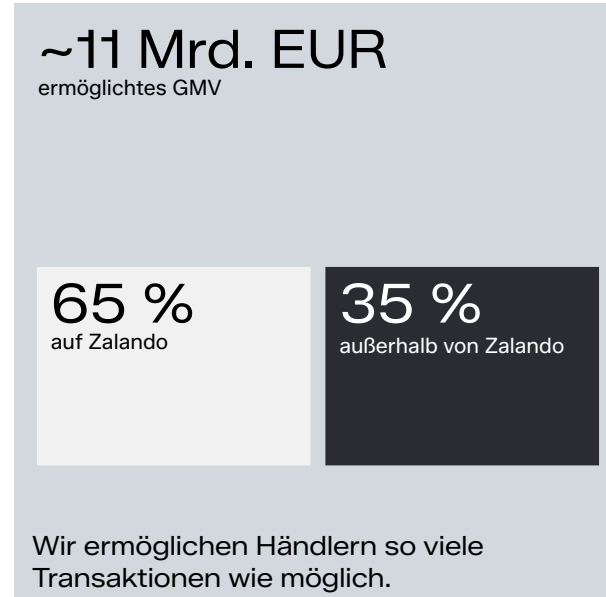


Unsere B2B-Strategie: Eine gemeinsam genutzte Plattform treibt Reichweite, Nutzung und Monetarisierung voran

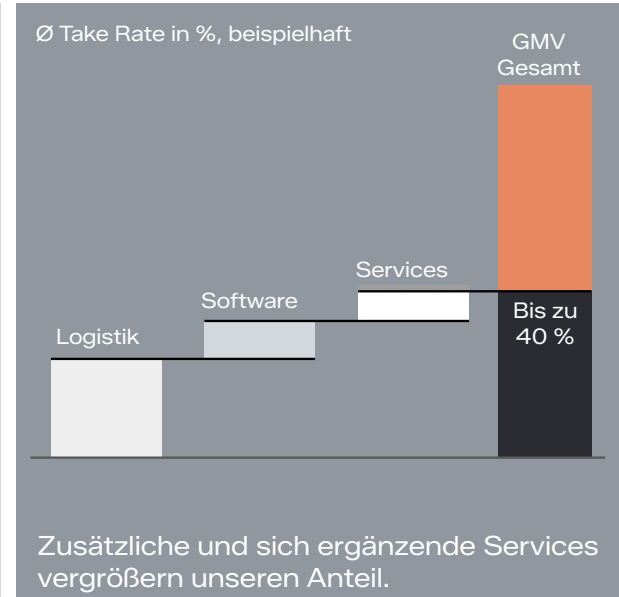
Reichweite



Nutzungsfrequenz



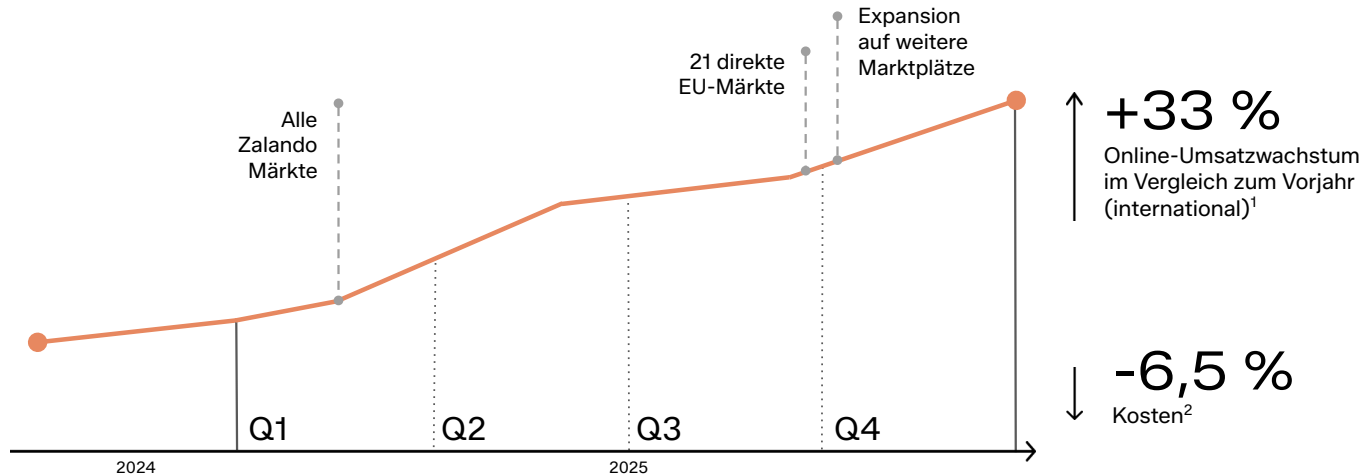
Marge





Unsere wegweisende Partnerschaft mit Next zeigt, wie unser B2B-Angebot europaweit profitable Wachstumsmöglichkeiten eröffnet

Über ZEOS verschickte Artikel



NEXT

NEXT ist ein führender britischer Omnichannel-Einzelhändler für Mode, Wohnaccessoires und Beauty-Produkte und ein wichtiger strategischer Partner für uns.

Mit einem prognostizierten Umsatz von rund 7,0 Mrd. GBP für das Geschäftsjahr 24/25 nutzt das Unternehmen unsere europaweite Infrastruktur, um sein internationales Geschäft auszubauen.

↑ **+33 %**
Online-Umsatzwachstum im Vergleich zum Vorjahr (international)¹

↓ **-6,5 %**
Kosten²

¹ NEXT Trading Statement (GJ 25/26) – 6. Januar 2026

² NEXT Halbjahresergebnis (GJ 25/26) – 17. September 2025



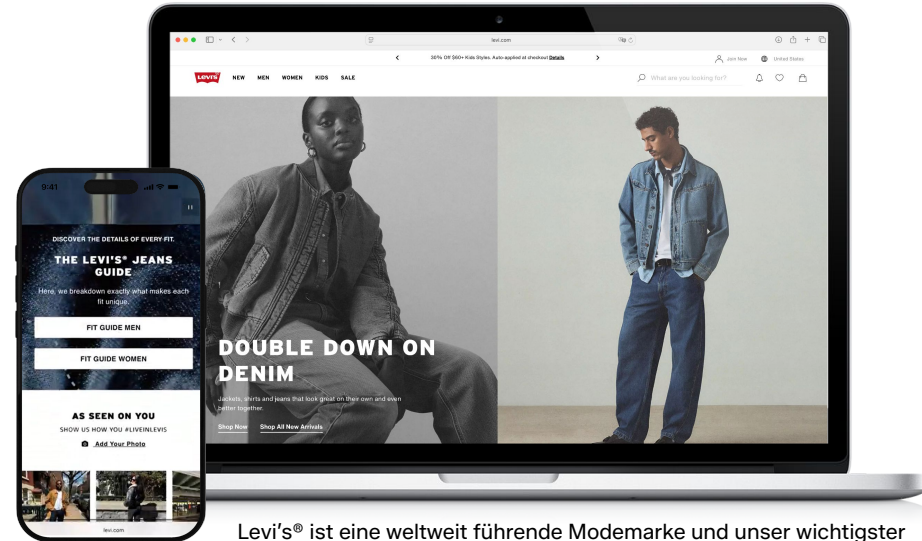
Ab 2026 arbeiten wir mit Levi's® für ihr globales DTC-Geschäft zusammen und erweitern das B2B-Angebot über Europa hinaus

Aufbauend auf einer jahrzehntelangen Partnerschaft

Retail-geschäft	Plattform	Logistik	Software
✓	✓	✓	✓

Nun nutzt Levi's® SCAYLE für seinen globalen Direktvertrieb

Vertiefung der Zusammenarbeit über Kontinente



Levi's® ist eine weltweit führende Modemarke und unser wichtigster Unternehmenspartner für den nordamerikanischen Markt.



Mit einem Nettoumsatz von rund 6,3 Mrd. USD im Jahr 2025 nutzt das Unternehmen unsere grenzenlose Technologie, um seinen globalen Direktvertrieb voranzutreiben.

Wir beschleunigen unsere
finanzielle Performance

05



Wir beschleunigen unsere finanzielle Performance weiter in 2026 und investieren gezielt in zukünftige Wachstumschancen

Prognose Zalando-Gruppe im Jahr 2026²

Wachstum	Bruttowarenvolumen (GMV)	12–17 %	Auf ausgewiesener Basis wird das Umsatzwachstum im B2B-Bereich moderat über dem Wachstum im B2C-Bereich liegen. Das bereinigte EBIT wird durch weitere Effizienzsteigerungen in unseren Betriebsausgaben (OPEX) sowie eine beschleunigte Realisierung von Synergien in Höhe von rund 40 Mio. EUR im Jahr 2026 gestärkt.
	Umsatz	12–17 %	
Profitabilität	Bereinigtes ¹ EBIT (in Mio. EUR)	660–740	

¹ Ohne Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütungen mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente („SBC“), Restrukturierungskosten einschließlich der kürzlich angekündigten Neugestaltung unseres Logistiknetzwerks, wesentlicher nicht-operativer Einmaleffekte sowie akquisitionsbedingter Aufwendungen

² Unser Ausblick schließt potenzielle Auswirkungen eines anhaltenden Nahostkonflikts aus. Etwaige zukünftige Auswirkungen können zum gegenwärtigen Zeitpunkt nicht verlässlich eingeschätzt werden



Unser Kapitaleinsatz konzentriert sich auf die Aufrechterhaltung einer starken Bilanz und Investitionen in die langfristige Wertschöpfung

01

Aufrechterhaltung einer starken Bilanz

02

Kontinuierlich investieren, um langfristigen Wert zu schaffen

03

Überschüssiges Kapital an Aktionär*innen zurückgeben



Aktienrückkauf von rund

300 Mio. EUR



Zalando Gruppe: Q1 mit anhaltend starkem Wachstum und Anstieg des bereinigten EBIT

	Zalando-Gruppe	Q1 2026	
Wachstum	Bruttowarenvolumen (GMV)	4,3 Mrd. EUR 21,7 % ↗	62,3 Mio. aktive Kund*innen
	Umsatz	3,0 Mrd. EUR 23,8 % ↗	
Profitabilität	Bereinigtes ¹ EBIT	65 Mio. EUR 38,7 % ↗ Bereinigte EBIT Marge 2,2 %	

¹ Ohne Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütungen mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente („SBC“), Restrukturierungskosten, wesentlicher nicht-operativer Einmaleffekte sowie akquisitionsbedingter Aufwendungen



Fazit

01

Wir haben die Umsetzung unserer Strategie beschleunigt und unsere finanziellen Ziele für 2025 erreicht.

02

Wir haben eine leistungsstarke, Daten- und Infrastrukturplattform aufgebaut, die sowohl unser B2C- als auch unser B2B-Geschäft antreibt. KI wirkt dabei wie ein Wachstumsturbo und setzt enormen Mehrwert für unsere Kund*innen, unsere Partner und Zalando frei.

03

Wir konzentrieren uns weiterhin auf die langfristige Wertschöpfung und investieren auf Basis unserer Kapitalallokationsstrategie konsequent in die enormen Chancen, die vor uns liegen.



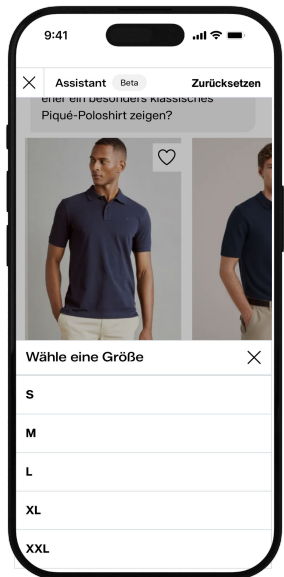


Haftungsausschluss

Bestimmte Aussagen in dieser Mitteilung können zukunftsgerichtete Aussagen enthalten. Diese Aussagen basieren auf Annahmen, die zum Zeitpunkt ihrer Abgabe als angemessen erachtet wurden, und unterliegen erheblichen Risiken und Unsicherheiten.

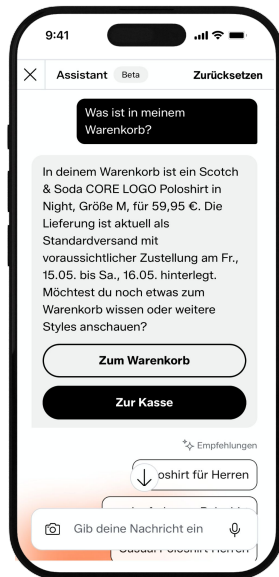
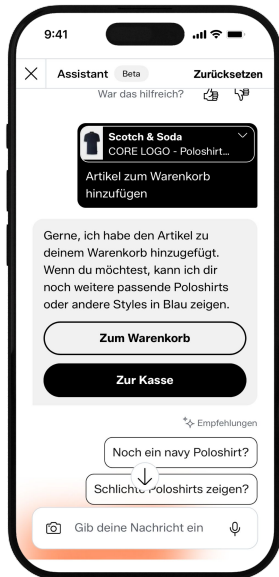
Sie sollten sich nicht auf diese zukunftsgerichteten Aussagen als Vorhersagen zukünftiger Ereignisse verlassen, und wir übernehmen keine Verpflichtung, diese Aussagen zu aktualisieren oder zu revidieren.

Unsere tatsächlichen Ergebnisse können aufgrund einer Reihe von Faktoren, einschließlich, aber nicht beschränkt auf Risiken aus makroökonomischen Entwicklungen, externem Betrug, ineffizienten Prozessen in Fulfillment-Centern, ungenauen Personal- und Kapazitätsprognosen für Fulfillment-Center, gefährlichen Materialien/Bedingungen in der Produktion in Bezug auf Eigenmarken, mangelnder Innovationsfähigkeit, unzureichender Datensicherheit, mangelnder Marktkenntnisse, Streikrisiken und Veränderungen des Wettbewerbsniveaus, erheblich von den in dieser Mitteilung genannten zukunftsgerichteten Aussagen abweichen.



In den Warenkorb legen
und die richtige Größe
wählen

„Zum Warenkorb“ und
direkter Checkout



Die Möglichkeit, im
Gespräch zu fragen:
„Was liegt in meinem
Warenkorb?“

Die Möglichkeit zu fragen:
„Was passt gut zu den
Artikeln in meinem
Warenkorb?“

