

zalando



Hauptversammlung

Bericht des
Vorstands

20
26



Themenschwerpunkte der Rede:

Es gilt das gesprochene Wort.

1. Zalando setzt seine Strategie erfolgreich um

Zalando liefert starke Ergebnisse für 2025 (im Vorjahresvergleich):

- Zalando SE ("Zalando"), Europas führende Technologieplattform für Mode und Lifestyle, erzielte in 2025 ein zweistelliges Wachstum beim Bruttowarenvolumen, Umsatz und Gewinn. Die Übernahme von ABOUT YOU und die erfolgreiche Umsetzung der B2C- und B2B-Strategie ermöglichten einen noch besseren Service für Kund*innen und Partner.
- Wir setzen unsere Strategie weiterhin erfolgreich um: Zalando nutzt Künstliche Intelligenz (KI) über seine gesamte Daten- und Infrastrukturplattform hinweg und leistet Pionierarbeit für die nächste Generation des Agentic Commerce in Europa.
- Das Konzern-GMV stieg um 14,7 % auf 17,6 Milliarden Euro, der Umsatz erhöhte sich um 16,8 % auf 12,3 Milliarden Euro und das bereinigte EBIT kletterte um 15,6 % auf 591 Millionen Euro.
- Die Zahl der aktiven Kund*innen erreichte einen neuen Höchststand von 62 Millionen.

2. Künstliche Intelligenz als Wachstumsturbo

Wir haben die Umsetzung unserer Strategie beschleunigt, wichtige Innovationen im B2C- und B2B-Bereich vorangetrieben und 2025 ein starkes Ergebnis abgeliefert. Unsere einzigartige Daten- und Infrastrukturplattform, die wir über 17 Jahre aufgebaut haben, verschafft uns heute einen massiven Vorteil. Wir haben die reichhaltigsten modespezifischen Daten in Europa aus Milliarden von Interaktionen mit Kund*innen und unvergleichliche Markenbeziehungen sowie das führende Logistiknetzwerk des Kontinents. Durch gezielte KI-Innovationen können wir unseren Kunden und Partnern Erlebnisse und Angebote liefern, die bis vor Kurzem noch undenkbar waren. Gleichzeitig steigern wir die Effizienz unserer eigenen Abläufe.



3. Wachstum in B2C und B2B

B2C

Im B2C-Bereich erreichte die Zalando Gruppe im Jahr 2025 mit ihren hochwirksamen Multi-App-Ansatz einen Rekordwert von 62 Millionen aktiven Kund*innen. Das App-Portfolio – bestehend aus der markenorientierten Zalando-App, der trendfokussierten ABOUT YOU App und der dealorientierten Lounge by Zalando App – spricht unterschiedliche Bedürfnisse von Kund*innen an. Das Zusammenspiel der Apps maximiert die Kundenreichweite, erhöht die Interaktionsrate und sichert einen größeren Anteil an den Lifestyle-Ausgaben der Kund*innen.

B2B

Im B2B-Segment baut Zalando sein Betriebssystem für den Mode- und Lifestyle-E-Commerce weiter aus. Durch die Reduzierung von Komplexität im grenzüberschreitenden Handel erschließt das Unternehmen für Marken und Händler neue digitale Wachstumschancen.

(Ende)