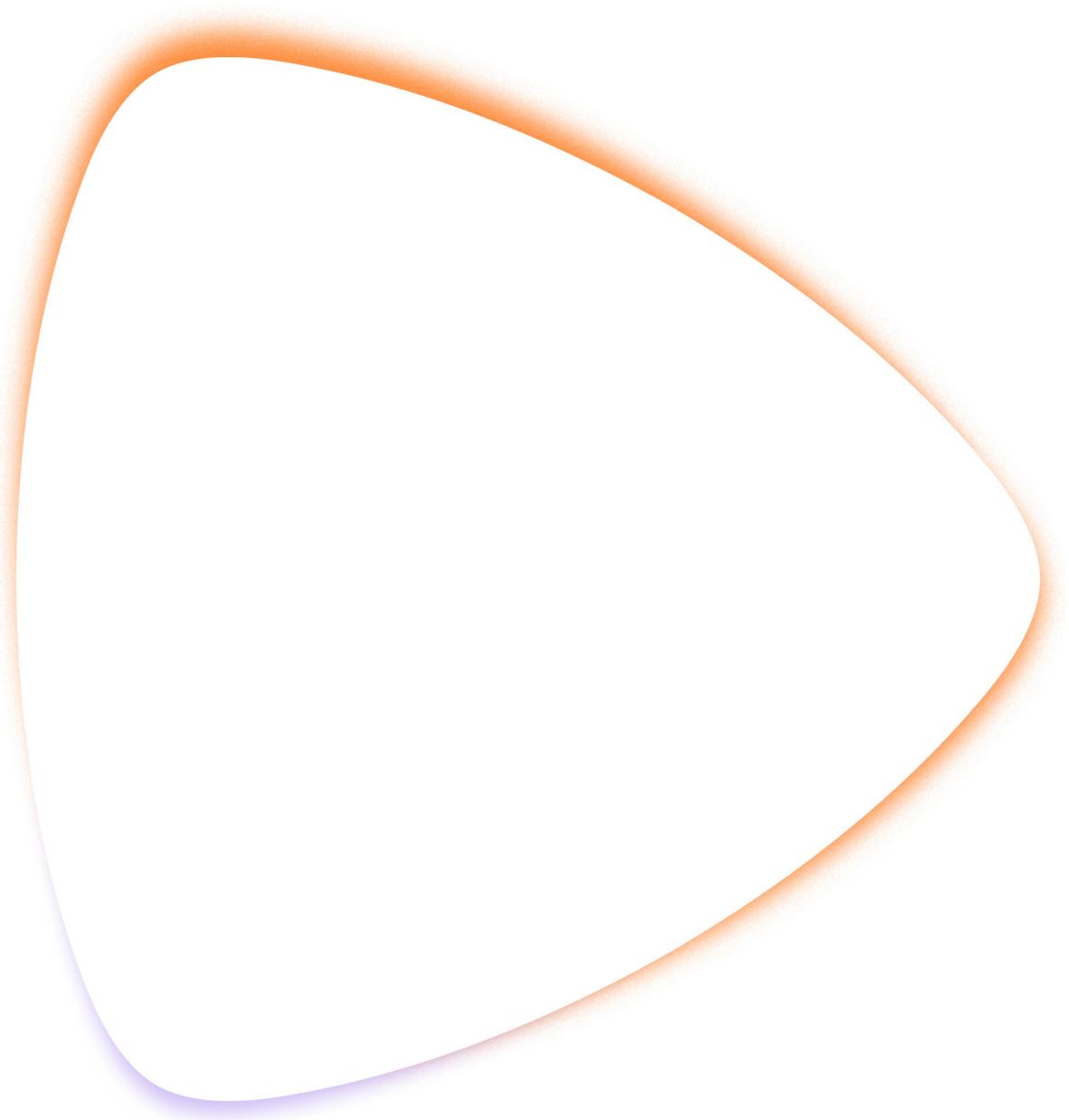


Halbjahresbericht

H1 2021

zalando



Zalando auf einen Blick

Kennzahlen

	01.04. – 30.06.2021	01.04. – 30.06.2020	01.01. – 30.06.2021	01.01. – 30.06.2020
Leistungsindikatoren Konzern				
Site-Visits* (in Mio.)	1.688,9	1.296,2	3.396,9	2.433,7
Anteil der Site-Visits* über mobile Endgeräte (in %)	87,9	85,9	87,6	85,3
Aktive Kund*innen (in Mio.)	44,5	34,1	44,5	34,1
Anzahl Bestellungen (in Mio.)	65,6	46,5	121,6	83,5
Durchschnittliche Bestellungen pro aktivem*r Kund*in (LTM)	5,0	4,7	5,0	4,7
Durchschnittliche Warenkorbgröße (LTM, in EUR)	57,7	57,0	57,7	57,0
Ertragslage Konzern				
Bruttowarenvolumen** (GMV) (in Mio. EUR)	3.787,8	2.706,1	6.943,6	4.733,2
Umsatzerlöse (in Mio. EUR)	2.733,1	2.034,7	4.970,9	3.558,9
EBIT (in Mio. EUR)	186,4	198,4	264,9	85,3
EBIT (in % der Umsatzerlöse)	6,8	9,8	5,3	2,4
Bereinigtes EBIT (in Mio. EUR)	184,1	211,9	277,4	113,3
Bereinigtes EBIT (in % der Umsatzerlöse)	6,7	10,4	5,6	3,2
EBITDA (in Mio. EUR)	243,6	250,7	375,5	188,2
EBITDA (in % der Umsatzerlöse)	8,9	12,3	7,6	5,3
Bereinigtes EBITDA (in Mio. EUR)	241,3	264,1	387,9	216,1
Bereinigtes EBITDA (in % der Umsatzerlöse)	8,8	13,0	7,8	6,1
Vermögens- und Finanzlage Konzern				
Nettoumlaufvermögen (Net Working Capital) (in Mio. EUR)	12,8	-87,4***	12,8	-87,4***
Eigenkapitalquote (in % der Gesamtschulden)	33,5	33,1***	33,5	33,1***
Operativer Cashflow (in Mio. EUR)	361,8	385,8	259,0	125,0
Investiver Cashflow (in Mio. EUR)	-51,8	-43,3	-91,6	-85,1
Frei verfügbarer Cashflow (in Mio. EUR)	310,2	342,5	167,6	39,9
Capex (in Mio. EUR)	-51,6	-43,3	-91,4	-91,1
Finanzmittelbestand (in Mio. EUR)	2.298,7	1.377,5	2.298,7	1.377,5
Sonstige Kennzahlen				
Mitarbeiter*innen (zum Bilanzstichtag)	15.822	14.194***	15.822	14.194***
Unverwässertes Ergebnis je Aktie (in EUR)	0,46	0,49	0,60	0,15
Verwässertes Ergebnis je Aktie (in EUR)	0,45	0,47	0,60	0,14

pp = Prozentpunkte

Weitere Erläuterungen zu den Leistungskennzahlen finden sich im Glossar.

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

* Aufgrund einer Änderung des Einwilligungsprozesses gemäß der Einführung der DSGVO wird ein Teil der Daten basierend auf einer statistischen Methode geschätzt.

** 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 31.12.2020

Inhalt

Konzern-Zwischenlagebericht

1.1	Grundlagen des Konzerns	4
1.2	Wirtschaftsbericht	4
1.3	Nachtragsbericht	17
1.4	Risiko- und Chancenbericht	17
1.5	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 2021	44
3.3	Impressum	44

Konzern- Zwischen- lagebericht

1.1 Grundlagen des Konzerns

Die im Geschäftsbericht 2020 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.

1.2 Wirtschaftsbericht

1.2.1 Gesamtwirtschaftliche und branchenbezogene Rahmenbedingungen im ersten Halbjahr 2021

Die erste Jahreshälfte 2021 war von der anhaltenden COVID-19-Pandemie geprägt, die zu Beginn des Jahres strenge Lockdown-Maßnahmen und mit dem verlangsamten Anstieg der gemeldeten Fälle und der breiteren Verfügbarkeit von Impfungen ab März die allmähliche Wiederöffnung der europäischen Volkswirtschaften mit sich brachte.

Obwohl sich der Großteil der europäischen Volkswirtschaften von der COVID-19-Krise erholt hat, haben die meisten von ihnen ihr Vorkrisenniveau noch nicht erreicht. Das Tempo der Erholung in den verschiedenen Wirtschaftssektoren unterscheidet sich zudem erheblich. Während sich das verarbeitende Gewerbe laut Einkaufsmanagerindizes der Branche deutlich erholt und mitunter die höchsten jemals verzeichneten Zahlen erreicht hat, steht der Dienstleistungssektor, insbesondere diejenigen Dienstleistungen, bei denen direkter Kontakt zwischen Dienstleister*innen und Kund*innen erforderlich ist, wie Restaurants oder der stationäre Handel, noch am Anfang des Aufschwungs. Beim privaten Konsum führten die Aufhebung der Eindämmungsmaßnahmen und die hohen Ersparnisse der privaten Haushalte zu einem beträchtlichen Nachholbedarf.¹ Aufgrund dieser Effekte wird von einer Zunahme des privaten Konsums von 2,5 % in der gesamten Eurozone ausgegangen (2020: Rückgang um 8,0 %).² Deutschland, unser derzeit wichtigster Absatzmarkt, verzeichnete lediglich einen moderaten Rückgang um etwa 0,3 % (2020: Rückgang um 6,3 %).³

Ein genauerer Blick auf den deutschen Modehandel zeigt, dass der stationäre Modeeinzelhandel in der ersten Jahreshälfte starke Rückgänge erlitt. Insgesamt führten die strengen Maßnahmen für den stationären Modeeinzelhandel in den ersten sechs Monaten des Jahres 2021 im Jahresvergleich zu einem Umsatzrückgang um 40 %. Ausnahme war der Juni, in dem ein im Jahresvergleich positives Umsatzwachstum von 26 % verzeichnet wurde. Diese Ausnahme ist jedoch auf die niedrigen Vergleichszahlen aus dem Vorjahr zurückzuführen (Juni 2020: Rückgang um 22 %).⁴ Im Gegensatz dazu zeigte der deutsche E-Commerce-Modehandel (Kleidung und Schuhe) im ersten Halbjahr 2021 eine positive Entwicklung. So erhöhten sich die Umsatzerlöse um 21,6 %, was in absoluten Werten zu Umsatzerlösen in Höhe von 10.736 Mio. EUR einschließlich Umsatzsteuer führte.⁵

1) OECD-Wirtschaftsausblick – Mai 2021

2) OECD-Wirtschaftsausblick – Mai 2021

3) OECD-Wirtschaftsausblick – Mai 2021

4) Textilwirtschaft Umsatzstatistik – Juli 2021

5) BEVH Verbraucherstudie – Juli 2021

1.2.2 Konzernertragslage

Trotz der deutlich stärkeren Vergleichszahlen aus dem zweiten Quartal 2020 setzte sich das bemerkenswerte Wachstum aus dem ersten Quartal 2021 in Hinblick auf den Umsatz und die Gesamtleistung im zweiten Quartal 2021 fort: Das GMV und die Umsatzerlöse stiegen um 40,0 % bzw. 34,3 %. Das außergewöhnliche Wachstum ist auf das intensive Neukund*innenwachstum, die starke Entwicklung unseres Partnergeschäfts und einen erfolgreichen Saisonschlussverkauf zurückzuführen. Infolge der verlängerten Lockdowns in ganz Europa waren Kund*innen weiterhin auf digitale Angebote angewiesen. In Kombination mit dem herausragenden Umsatzwachstum erreichte Zalando im zweiten Quartal 2021 (erstes Halbjahr 2021) eine solide Rentabilität mit einem EBIT und bereinigten EBIT in Höhe von 186,4 Mio. EUR (264,9 Mio. EUR) bzw. 184,1 Mio. EUR (277,4 Mio. EUR).

Verkürzte Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung Q2 2021

IN MIO. EUR	01.04. – 30.06.2021	In % vom Umsatz	01.04. – 30.06.2020	In % vom Umsatz	Ver- änderung
Umsatzerlöse	2.733,1	100,0%	2.034,7	100,0%	0,0pp
Umsatzkosten	-1.524,2	-55,8%	-1.131,4	-55,6%	-0,2pp
Bruttoergebnis vom Umsatz	1.208,9	44,2%	903,3	44,4%	-0,2pp
Fulfillmentkosten	-662,1	-24,2%	-517,2	-25,4%	1,2pp
Marketingkosten	-267,7	-9,8%	-105,3	-5,2%	-4,6pp
Verwaltungskosten	-107,8	-3,9%	-81,5	-4,0%	0,1pp
Sonstige betriebliche Erträge	17,4	0,6%	1,5	0,1%	0,6pp
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-2,4	-0,1%	-2,3	-0,1%	0,0pp
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	186,4	6,8%	198,4	9,8%	-2,9pp

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung HJ 2021

IN MIO. EUR	01.01. – 30.06.2021	In % vom Umsatz	01.01. – 30.06.2020	In % vom Umsatz	Ver- änderung
Umsatzerlöse	4.970,9	100,0%	3.558,9	100,0%	0,0pp
Umsatzkosten	-2.849,0	-57,3%	-2.117,6	-59,5%	2,2pp
Bruttoergebnis vom Umsatz	2.122,0	42,7%	1.441,3	40,5%	2,2pp
Fulfillmentkosten	-1.232,9	-24,8%	-973,3	-27,3%	2,5pp
Marketingkosten	-440,7	-8,9%	-228,8	-6,4%	-2,4pp
Verwaltungskosten	-199,9	-4,0%	-165,7	-4,7%	0,6pp
Sonstige betriebliche Erträge	19,9	0,4%	15,6	0,4%	0,0pp
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-3,4	-0,1%	-3,7	-0,1%	0,0pp
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	264,9	5,3%	85,3	2,4%	2,9pp

Leistungsindikatoren

	01.04. – 30.06.2021	01.04. – 30.06.2020	Ver- änderung	01.01. – 30.06.2021	01.01. – 30.06.2020	Ver- änderung
Site-Visits* (in Mio.)	1.688,9	1.296,2	30,3%	3.396,9	2.433,7	39,6%
Anteil der Site-Visits* über mobile Endgeräte (in %)	87,9	85,9	2,0pp	87,6	85,3	2,3pp
Aktive Kund*innen (in Mio.)	44,5	34,1	30,6%	44,5	34,1	30,6%
Anzahl Bestellungen (in Mio.)	65,6	46,5	41,2%	121,6	83,5	45,6%
Durchschnittliche Bestellungen pro aktivem*r Kund*in (LTM)	5,0	4,7	6,4%	5,0	4,7	6,4%
Durchschnittliche Warenkorbgröße (LTM, in EUR)	57,7	57,0	1,4%	57,7	57,0	1,4%
Bruttowarenvolumen (GMV) (in Mio. EUR)	3.787,8	2.706,1	40,0%	6.943,6	4.733,2	46,7%
Umsatzerlöse (in Mio. EUR)	2.733,1	2.034,7	34,3%	4.970,9	3.558,9	39,7%
EBIT (in Mio. EUR)	186,4	198,4	-6,1%	264,9	85,3	210,5%
EBIT-Marge (in % der Umsatzerlöse)	6,8	9,8	-2,9pp	5,3	2,4	2,9pp
Bereinigtes EBIT (in Mio. EUR)	184,1	211,9	-13,1%	277,4	113,3	144,9%
Bereinigtes EBIT (in % der Umsatzerlöse)	6,7	10,4	-3,7pp	5,6	3,2	2,4pp
EBITDA (in Mio. EUR)	243,6	250,7	-2,8%	375,5	188,2	99,5%
Bereinigtes EBITDA (in Mio. EUR)	241,3	264,1	-8,6%	387,9	216,1	79,5%
Nettoumlaufvermögen (in Mio. EUR)	12,8	-87,4**	114,6%	12,8	-87,4**	114,6%
Operativer Cashflow (in Mio. EUR)	361,8	385,8	-6,2%	259,0	125,0	107,2%
Capex (in Mio. EUR)	-51,6	-43,3	-19,1%	-91,4	-91,1	-0,4%
Frei verfügbarer Cashflow (in Mio. EUR)	310,2	342,5	-9,4%	167,6	39,9	319,7%

pp = Prozentpunkte

Weitere Erläuterungen zu den Leistungskennzahlen finden sich im Glossar.

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

* Aufgrund einer Änderung des Einwilligungsprozesses gemäß der Einführung der DSGVO wird ein Teil der Daten basierend auf einer statistischen Methode geschätzt.

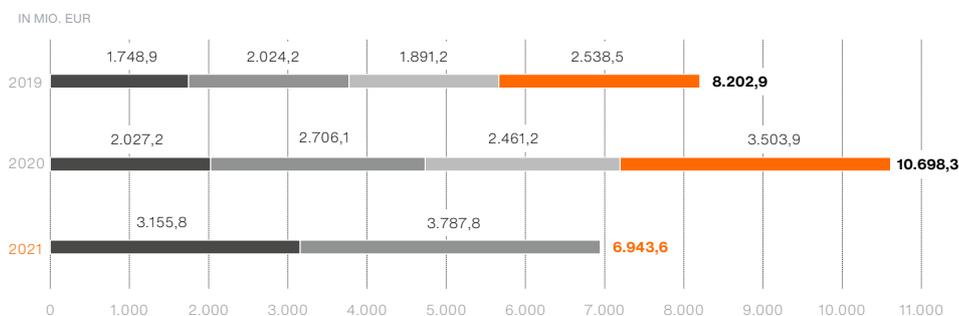
** Zum 31.12.2020

GMV- und Umsatzentwicklung im zweiten Quartal 2021

Im zweiten Quartal 2021 stieg das GMV im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 1.081,8 Mio. EUR auf 3.787,8 Mio. EUR. Dies entspricht im Jahresvergleich einem GMV-Wachstum von 40,0 %. Begünstigt wurde die Entwicklung durch die verlängerten Lockdowns in ganz Europa, durch die die Verbraucher*innennachfrage auf digitale Angebote gerichtet wurde. Nach einem äußerst starken Start der Frühjahr-/Sommersaison im ersten

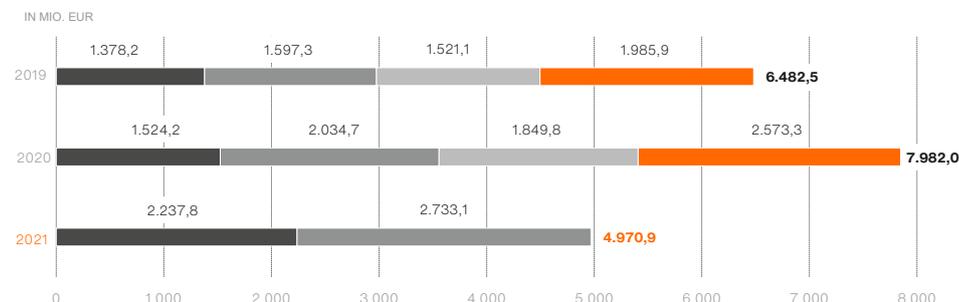
Quartal konnte Zalando seinen starken saisonalen Handel fortsetzen und verzeichnete sowohl einen starken Ausverkauf zur Mitte der Saison als auch einen erfolgreichen Start des Saisonabschlussverkaufs. Der Konzern hatte zum 30. Juni 2021 44,5 Millionen aktive Kund*innen im Vergleich zu 34,1 Millionen aktiven Kund*innen zum 30. Juni 2020, eine eindrucksvolle Steigerung um 30,6 %. Darüber hinaus erreichten die durchschnittlichen Bestellungen pro aktivem*r Kund*in mit 5,0 ein neues Allzeithoch (Vorjahreszeitraum: 4,7). Das anhaltend starke Wachstum unseres Partnergeschäfts führte zu einem höheren Anteil des Partnergeschäfts am GMV und trug außerdem zum allgemeinen Anstieg des GMV und zur Verbesserung der kund*innenbezogenen Leistungsindikatoren bei. Zalandos Partnerprogramm ist stark gewachsen, da Marken und Händler ihre Online-Aktivitäten ausgebaut und mehr Sortiment auf der Zalando-Plattform angeboten haben, um Kund*innen in ganz Europa zu erreichen.

GMV nach Quartalen (2019 – 2021)



Der Umsatz stieg im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 698,4 Mio. EUR von 2.034,7 Mio. EUR auf 2.733,1 Mio. EUR. Dies entspricht im Jahresvergleich einem Umsatzwachstum von 34,3 %. Das GMV-Wachstum war stärker als das Umsatzwachstum. Dies ist auf das starke Wachstum des Partnergeschäfts zurückzuführen, das sich vollständig in der Kennzahl GMV widerspiegelt, während der Umsatz nur den Provisionsatz und Servicegebühren von Partnern beinhaltet.

Umsatzerlöse nach Quartalen (2019 – 2021)



EBIT-Entwicklung im zweiten Quartal 2021

Im zweiten Quartal 2021 hat der Konzern ein EBIT von 186,4 Mio. EUR (Vorjahr: 198,4 Mio. EUR) erwirtschaftet. Die EBIT-Marge sank um 2,9 Prozentpunkte von 9,8 % im

Vorjahreszeitraum auf 6,8 %, was in erster Linie auf die gestiegenen Marketingkosten zurückzuführen ist.

Die Umsatzkosten stiegen im zweiten Quartal 2021 von 1.131,4 Mio. EUR auf 1.524,2 Mio. EUR, die Bruttogewinnmarge blieb stabil. Im ersten Quartal 2020 hatte Zalando außerplanmäßige Abschreibungen auf Vorräte in Höhe von 40,2 Mio. EUR erfasst, die im zweiten Quartal 2020 teilweise aufgelöst wurden (11,3 Mio. EUR).

Die Fulfillmentkosten haben sich im zweiten Quartal 2021 gegenüber dem Vorjahreszeitraum im Verhältnis zum Umsatz um 1,2 Prozentpunkte verringert. Der Rückgang des Fulfillmentkostenverhältnisses ist in erster Linie auf niedrigere Logistikkosten zurückzuführen, die aus höheren Auslastungsquoten in unserem gesamten europäischen Logistiknetzwerk und einer günstigen Entwicklung der Retourenquote resultierten.

Das Marketingkostenverhältnis erhöhte sich im Vergleich zum Vorjahreszeitraum deutlich um 4,6 Prozentpunkte auf 9,8 %. Diese Entwicklung resultiert in erster Linie aus unseren entscheidenden ersten Reaktionen auf die Corona-Pandemie im Frühjahr 2020, als wir unsere Marketingausgaben gezielt gesenkt haben, um der Unsicherheit hinsichtlich des weiteren Verlaufs der Pandemie Rechnung zu tragen. Außerdem haben wir im zweiten Quartal 2021 die Möglichkeit ergriffen, unsere langfristig orientierten Investitionen in personalisiertes Marketing in allen Märkten zu erhöhen, um neue Kund*innen zu gewinnen und die günstige Entwicklung des bestehenden Kund*innenstamms voranzutreiben. Wird die Entwicklung des Marketingkostenverhältnisses über einen Zeitraum von zwei Jahren betrachtet, erhöhte es sich lediglich um 1,6 Prozentpunkte.

Die Verwaltungskosten stiegen im zweiten Quartal 2021 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 26,3 Mio. EUR von 81,5 Mio. EUR auf 107,8 Mio. EUR, wobei das Verhältnis zum Umsatz gleich blieb.

GMV- und Umsatzentwicklung im ersten Halbjahr

Die Entwicklung während der ersten sechs Monate 2021 lässt sich wie folgt zusammenfassen: GMV und Umsatz erhöhten sich um 46,7 % bzw. 39,7 %, was einen bemerkenswerten Anstieg der Anzahl neuer Kund*innen sowie eine starke Entwicklung des Partnergeschäfts in den ersten sechs Monaten 2021 widerspiegelt.

EBIT-Entwicklung im ersten Halbjahr

Die EBIT-Marge stieg im Verhältnis zum Umsatz deutlich von 2,4 % im ersten Halbjahr 2020 um 2,9 Prozentpunkte auf 5,3 % im ersten Halbjahr 2021. Die Bruttogewinnmarge erhöhte sich um 2,2 Prozentpunkte auf 42,7 %. Die positive Entwicklung der Umsatzkosten lässt sich größtenteils durch die außerplanmäßigen Abschreibungen auf Vorräte in Höhe von 28,9 Mio. EUR erklären, die im ersten Halbjahr 2020 als Reaktion auf den drastischen Nachfragerückgang infolge der Corona-Krise in Europa zu einer Anpassung der Umsatzprognose geführt haben. Im Vergleich zum Vorjahr waren die Abschreibungen auf Vorräte im ersten Halbjahr 2021 deutlich geringer. Darüber hinaus profitierte die Bruttogewinnmarge von einem starken Abverkauf der Herbst-/Winterartikel 2020 und Frühjahr-/Sommerartikel 2021 sowie der starken Entwicklung des Partnergeschäfts in den ersten sechs Monaten dieses Jahres.

Die Fulfillmentkosten haben sich im Verhältnis zum Umsatz im ersten Halbjahr 2021 verbessert (-2,5 Prozentpunkte). Das Fulfillmentkostenverhältnis profitierte größtenteils von einer durch das starke Geschäftswachstum bedingten höheren Auslastung sowie von einem aufgrund der günstigen Entwicklung der Retourenquote geringeren durchschnittlichen Retourenvolumen. Das Marketingkostenverhältnis erhöhte sich in der ersten Jahreshälfte 2021 um 2,4 Prozentpunkte auf 8,9 %, was insbesondere auf höhere Investitionen in personalisiertes Marketing im zweiten Quartal 2021 zurückzuführen ist, wohingegen Zalando im Vorjahreszeitraum die Investitionen als Reaktion auf die Corona-Krise gezielt verringert hatte.

Entwicklung des bereinigten EBIT im zweiten Quartal und ersten Halbjahr 2021

Zur Beurteilung der operativen Leistung des Geschäfts betrachtet das Zalando-Management auch das bereinigte EBIT und die bereinigte EBIT-Marge vor Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütungen mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente, Restrukturierungskosten und nicht operativen Einmaleffekten.

Im zweiten Quartal 2021 hat Zalando ein bereinigtes EBIT von 184,1 Mio. EUR (Vorjahr: 211,9 Mio. EUR) erwirtschaftet, was einer bereinigten EBIT-Marge von 6,7 % entspricht (Vorjahr: 10,4 %). Das bereinigte EBIT für das erste Halbjahr belief sich auf 277,4 Mio. EUR (Vorjahr: 113,3 Mio. EUR). Die Entwicklung des bereinigten EBIT und der bereinigten EBIT-Marge resultiert hauptsächlich aus den zuvor genannten Treibern des unbereinigten EBIT.

Im ersten Halbjahr 2021 wurden aufgrund des Beginns eines Untermietverhältnisses für Büroflächen sonstige Erträge in Höhe von 13,6 Mio. EUR erfasst und als Einmalposten aus dem EBIT eliminiert. Im Vorjahreszeitraum enthielt das EBIT keine Restrukturierungskosten oder sonstigen Einmaleffekte.

Darüber hinaus umfasst das EBIT die folgenden Aufwendungen aus anteilsbasierter Vergütung mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente, die im bereinigten EBIT nicht berücksichtigt werden. Weiterführende Informationen finden sich im Anhang zum Jahresabschluss 2020 (Punkt 3.5.7 (20.)).

Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütungen nach Funktionsbereichen

IN MIO. EUR	01.04. – 30.06.2021	01.04. – 30.06.2020	Ver- änderung	01.01. – 30.06.2021	01.01. – 30.06.2020	Ver- änderung
Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütungen mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente	11,3	13,5	-2,2	26,0	27,9	-1,9
Umsatzkosten	0,7	0,9	-0,1	1,7	1,8	-0,1
Vertriebskosten	2,4	2,6	-0,3	5,1	5,4	-0,3
davon Marketingkosten	0,3	0,3	-0,1	0,7	1,0	-0,4
davon Fulfillmentkosten	2,1	2,3	-0,2	4,4	4,3	0,1
Verwaltungskosten	8,2	10,0	-1,8	19,2	20,8	-1,5

1.2.3 Ertragslage Segmente

Die verkürzte Segmentergebnisrechnung für das zweite Quartal 2021 verdeutlicht die starke Entwicklung sowie das anhaltende Wachstum in den Segmenten Fashion Store und Offprice.

Segmententwicklung für das zweite Quartal

Konzern-Segmentergebnisrechnung Q2 2021

IN MIO. EUR	Fashion Store	Offprice	Alle sonstigen Segmente	Summe	Überleitung	Summe Konzern
Umsatzerlöse	2.490,8	360,5	66,8	2.918,0	-184,9	2.733,1
davon zwischen den Segmenten	173,1	0,5	10,9	184,5	-184,5	0,0
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	159,1	26,0	-0,5	184,6	1,8	186,4
Bereinigtes EBIT	155,6	27,0	-0,3	182,3	1,8	184,1

Konzern-Segmentergebnisrechnung Q2 2020

IN MIO. EUR	Fashion Store	Offprice	Alle sonstigen Segmente	Summe	Überleitung	Summe Konzern
Umsatzerlöse	1.870,2	252,2	40,1	2.162,5	-127,8	2.034,7
davon zwischen den Segmenten	118,4	0,0	9,4	127,8	-127,8	0,0
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	186,9	14,4	-2,2	199,1	-0,7	198,4
Bereinigtes EBIT	198,1	15,8	-1,3	212,6	-0,7	211,9

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 2021

IN MIO. EUR	DACH	Übriges Europa	Fashion Store
Umsatzerlöse	1.159,3	1.331,4	2.490,8
davon zwischen den Segmenten	88,8	84,2	173,1
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	121,9	37,1	159,1
Bereinigtes EBIT	119,9	35,7	155,6

Fashion Store nach Regionen Q2 2020

IN MIO. EUR	DACH	Übriges Europa	Fashion Store
Umsatzerlöse	863,4	1.006,8	1.870,2
davon zwischen den Segmenten	54,0	64,4	118,4
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	118,8	68,2	186,9
Bereinigtes EBIT	124,4	73,7	198,1

Im zweiten Quartal 2021 sind die Umsatzerlöse im Segment Fashion Store um 33,2 % gestiegen. Der deutliche Anstieg der Umsatzerlöse resultiert in erster Linie aus einer deutlich höheren Anzahl an Bestellungen, die auf das starke Neukund*innenwachstum und die außergewöhnlich starke Bindung des bestehenden Kund*innenstamms von Zalando zurückzuführen ist. Dies ergab sich sowohl aus dem stark wachsenden Partnerprogramm, das Kund*innen ein noch attraktiveres Sortiment bietet, als auch aus dem sich weiterhin fortsetzenden Trend hin zum Onlineshopping. Das Segment Fashion Store wies auch im zweiten Quartal 2021 eine positive Rentabilität auf und erwirtschaftete eine EBIT-Marge von 6,4 %, was einem Rückgang um 3,6 Prozentpunkten im Vergleich zum Vorjahreszeitraum entspricht. Der Rückgang der EBIT-Marge ist in erster Linie auf das höhere Marketingkostenverhältnis zurückzuführen. Die Investitionen in personalisiertes Marketing wurden von Zalando im zweiten Quartal 2021 erhöht, wohingegen sie im Vorjahreszeitraum als Reaktion auf die Corona-Krise gezielt verringert worden waren. Dies wurde aufgrund der hohen Auslastung unserer Logistikinfrastruktur und der günstigen Entwicklung der Retourenquote verbesserte Fulfillmentkostenverhältnis teilweise kompensiert. Darüber hinaus lässt sich der Rückgang durch die teilweise Auflösung der Abschreibungen auf Vorräte im zweiten Quartal 2020 erklären. Im ersten Quartal 2020 erfasste Zalando außerplanmäßige Abschreibungen auf Vorräte in Höhe von 40,2 Mio. EUR, die dann im zweiten Quartal 2020 teilweise aufgelöst wurden (11,3 Mio. EUR).

Das Offprice-Segment konnte seine herausragende Entwicklung im zweiten Quartal 2021 mit einem Umsatzwachstum von 42,9 % fortsetzen. Das Geschäft der Zalando Lounge setzte seinen stabilen Wachstumskurs mit dem durch die Lockdown-Maßnahmen entstandenen Rückenwind und dank der anhaltenden Attraktivität von Sonderangeboten und Rabatten für Kund*innen fort. Gleichzeitig war in den Outlet Stores ein im Vergleich zu den Erwartungen beschleunigter Wiederanlauf zu beobachten, nachdem die Lockdown-Beschränkungen aufgehoben wurden. Das Offprice-Segment verbuchte ein EBIT von 26,0 Mio. EUR, wobei die EBIT-Marge von 5,7 % im Vorjahreszeitraum auf 7,2 % im zweiten Quartal 2021 stieg. Der Anstieg ist größtenteils auf Einsparungen bei den Fulfillmentkosten zurückzuführen, die durch eine infolge höherer Rabatte und höherer Marketingausgaben niedrigere Bruttogewinnmarge teilweise kompensiert wurden.

In allen sonstigen Segmenten stiegen die Umsatzerlöse im zweiten Quartal 2021 um 66,5 %, insbesondere angetrieben durch die starke Entwicklung der Zalando Marketing Services (ZMS), da Partner im Jahresvergleich zunehmend mehr Geld in Brandingkampagnen investierten, sowie ein stabiles Umsatzwachstum unseres Integrationsgeschäfts. Da die EBIT-Marge größtenteils von der starken Umsatzentwicklung profitierte und einen Anstieg um 4,7 Prozentpunkte auf -0,8 % verzeichnete, verbesserte sich auch die Rentabilität.

Segmententwicklung für das erste Halbjahr

Konzern-Segmentergebnisrechnung HJ 2021

IN MIO. EUR	Fashion Store	Offprice	Alle sonstigen Segmente	Summe	Überleitung	Summe Konzern
Umsatzerlöse	4.500,0	678,3	125,5	5.303,8	-332,9	4.970,9
davon zwischen den Segmenten	307,7	0,7	24,5	332,9	-332,9	0,0
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	212,7	50,0	-1,0	261,8	3,2	264,9
Bereinigtes EBIT	221,1	52,9	0,2	274,2	3,2	277,4

Konzern-Segmentergebnisrechnung HJ 2020

IN MIO. EUR	Fashion Store	Offprice	Alle sonstigen Segmente	Summe	Überleitung	Summe Konzern
Umsatzerlöse	3.261,8	437,0	77,5	3.776,3	-217,4	3.558,9
davon zwischen den Segmenten	199,7	0,0	17,7	217,4	-217,4	0,0
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	75,3	20,6	-9,8	86,1	-0,7	85,3
Bereinigtes EBIT	98,5	23,6	-8,1	114,0	-0,7	113,2

Im Segment Fashion Store erhöhte sich der Umsatz im Vergleich zum Vorjahreszeitraum in den ersten sechs Monaten 2021 um 38,0 %. Diese Entwicklung spiegelt den konstanten Anstieg der Kund*innennachfrage wider, der durch die anhaltende Verschiebung von Offline nach Online begünstigt wird. Die EBIT-Marge im Segment Fashion Store erhöhte sich von 2,3 % im ersten Halbjahr 2020 um 2,4 Prozentpunkte auf 4,7 % im ersten Halbjahr 2021. Haupttreiber waren die Verbesserung des Umsatzkostenverhältnisses, die darauf zurückzuführen ist, dass keine mit den in 2020 erfassten außerplanmäßigen Abschreibungen auf Vorräte vergleichbaren Abschreibungen vorgenommen wurden, sowie ein niedrigeres Fulfillmentkostenverhältnis.

Im Offprice-Segment erhöhte sich der Umsatz im Vergleich zum Vorjahreszeitraum in den ersten sechs Monaten 2021 um 55,2 %. Das Offprice-Segment erwirtschaftete eine EBIT-Marge von 7,4 %, was einem Anstieg von 2,7 Prozentpunkten im Vergleich zum Vorjahreszeitraum entspricht. Die starke Entwicklung ist größtenteils auf das stabile Wachstum der Zalando Lounge in den ersten sechs Monaten zurückzuführen und wurde durch die Wiedereröffnung der Outlet-Stores nach der Aufhebung der Lockdown-Beschränkungen begünstigt.

In allen sonstigen Segmenten stiegen die Umsatzerlöse im ersten Halbjahr gegenüber dem Vorjahreszeitraum um insgesamt 61,9 %, in erster Linie aufgrund der starken Entwicklung der ZMS. In allen sonstigen Segmenten profitierte die EBIT-Marge größtenteils von der starken Umsatzentwicklung und erhöhte sich in den ersten sechs Monaten 2021 im Vergleich zu den ersten sechs Monaten 2020 um 11,9 Prozentpunkte auf -0,8 %.

Bereinigtes EBIT

Das EBIT umfasst die folgenden Aufwendungen aus anteilsbasierter Vergütung mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente:

Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütungen nach Segmenten

IN MIO. EUR	01.04. – 30.06.2021	01.04. – 30.06.2020	Ver- änderung	01.01. – 30.06.2021	01.01. – 30.06.2020	Ver- änderung
Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütungen mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente	11,3	13,5	-2,2	26,0	27,9	-1,9
Fashion Store	9,1	11,1	-2,1	21,0	23,2	-2,2
Offprice	1,4	1,5	0,0	3,4	3,0	0,4
Alle sonstigen Segmente	0,8	0,8	-0,1	1,7	1,8	-0,1

Die Entwicklung des bereinigten EBIT resultiert hauptsächlich aus den zuvor genannten Treibern des unbereinigten EBIT. Ein Einmaleffekt aus Erträgen aus dem Beginn eines Untermietverhältnisses in Höhe von 13,6 Mio. EUR wurde im bereinigten EBIT nicht berücksichtigt und in erster Linie dem Segment Fashion Store zugeordnet. Im Vorjahreszeitraum ergab sich die Entwicklung des bereinigten EBIT ausschließlich aus der anteilsbasierten Vergütung, da keine Restrukturierungskosten oder sonstigen Einmaleffekte erfasst wurden.

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. – 30.06.2021	01.04. – 30.06.2020	01.01. – 30.06.2021	01.01. – 30.06.2020
Mittelveränderung aus laufender Geschäftstätigkeit	361,8	385,8	259,0	125,0
Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit	-51,8	-43,3	-91,6	-85,1
Mittelzufluss aus der Finanzierungstätigkeit	-125,8	2,2	-503,9	361,8
Zahlungswirksame Veränderungen des Finanzmittelfonds	184,3	344,7	-336,5	401,8
Wechselkursbedingte und sonstige Veränderung des Finanzmittelbestands	-9,5	-1,3	-8,8	-0,8
Finanzmittelfonds am Anfang der Periode	2.123,9	1.034,0	2.644,0	976,5
Finanzmittelfonds am 30.06.	2.298,7	1.377,5	2.298,7	1.377,5

Zalando hat im ersten Halbjahr 2021 einen positiven Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit von 259,0 Mio. EUR erwirtschaftet (Vorjahreszeitraum: 125,0 Mio. EUR), ein Anstieg um 134,0 Mio. EUR im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Der Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit der ersten sechs Monate des Jahres ist überwiegend auf das

starke positive Periodenergebnis zurückzuführen, das durch den allgemeinen negativen Effekt der Entwicklung des Nettoumlaufvermögens nur teilweise kompensiert wurde. Die Entwicklung des Nettoumlaufvermögens wurde insbesondere durch die Zunahme der Vorräte und der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen aufgrund des hohen Wareneingangs und Geschäftsvolumens beeinflusst.

Der Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit umfasste in den ersten sechs Monaten des Jahres im Wesentlichen den Capex, d. h. die Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte, die sich auf 91,4 Mio. EUR (Vorjahreszeitraum: 91,1 Mio. EUR) beliefen. Der Capex umfasste hauptsächlich Investitionen in die Logistikinfrastruktur, die in erster Linie das Logistikzentrum in Rotterdam (Bleiswijk), Niederlande, sowie Investitionen in intern entwickelte Software betrafen. Im ersten Halbjahr 2020 enthielt der Cashflow aus der Investitionstätigkeit außerdem einen kompensierenden Mittelzufluss in Höhe von 6,0 Mio. EUR aus dem Verkauf einer Veräußerungsgruppe.

Der frei verfügbare Cashflow ist daher im Vergleich zum Vorjahr um 127,7 Mio. EUR von 39,9 Mio. EUR auf 167,6 Mio. EUR gestiegen.

Im ersten Quartal 2021 tilgte Zalando seine im ersten Quartal 2020 in Anspruch genommene revolvingierende Kreditfazilität, was zu einem Mittelabfluss aus der Finanzierungstätigkeit in Höhe von 375,0 Mio. EUR führte. Des Weiteren wendete Zalando 105,7 Mio. EUR für den Rückerwerb eigener Aktien im Mai und Juni 2021 auf. Darüber hinaus enthält der Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit Mittelabflüsse für Tilgungszahlungen in Verbindung mit Leasingverbindlichkeiten in Höhe von 41,3 Mio. EUR (Vorjahr: 32,8 Mio. EUR) und in Verbindung mit der Ausübung von Mitarbeiter*innenaktienoptionen erhaltene Strike Price-Zahlungen in Höhe von 19,4 Mio. EUR (Vorjahr: 21,1 Mio. EUR).

Insgesamt verringerten sich die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente im ersten Halbjahr 2021 um 345,4 Mio. EUR, sodass Zalando zum 30. Juni 2021 über Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente in Höhe von 2.298,7 Mio. EUR verfügt.

1.2.5 Vermögenslage

Die Vermögenslage des Konzerns wird in folgender verkürzter Bilanz dargestellt.

Aktiva

IN MIO. EUR	30.06.2021		31.12.2020		Veränderung	
Langfristige Vermögenswerte	1.767,0	26,2%	1.560,0	24,0%	207,0	13,3%
Kurzfristige Vermögenswerte	4.976,6	73,8%	4.934,8	76,0%	41,8	0,8%
Gesamtvermögen	6.743,6	100,0%	6.494,8	100,0%	248,8	3,8%

Passiva

IN MIO. EUR	30.06.2021		31.12.2020		Veränderung	
Eigenkapital	2.260,0	33,5%	2.151,1	33,1%	108,9	5,1%
Langfristige Verbindlichkeiten	1.559,1	23,1%	1.404,2	21,6%	154,9	11,0%
Kurzfristige Verbindlichkeiten	2.924,5	43,4%	2.939,5	45,3%	-15,0	-0,5%
Gesamtkapital	6.743,6	100,0%	6.494,8	100,0%	248,8	3,8%

Das Gesamtvermögen von Zalando hat sich im Vergleich zum 31. Dezember 2020 um 248,8 Mio. EUR auf 6.743,6 Mio. EUR erhöht. Nettoumlaufvermögen, Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente sowie Eigenkapital sind die wesentlichsten Bilanzpositionen.

Die Zugänge zu den immateriellen Vermögenswerten beliefen sich in den ersten sechs Monaten 2021 auf 43,2 Mio. EUR (Vorjahr: 37,7 Mio. EUR). Die Zugänge zu den Sachanlagen, im Wesentlichen in Verbindung mit dem Logistikzentrum in Rotterdam (Bleiswijk), Niederlande, beliefen sich auf insgesamt 45,2 Mio. EUR (Vorjahr: 41,0 Mio. EUR) und wurden durch Abschreibungen kompensiert.

Vermögenswerte aus Nutzungsrechten werden zum 30. Juni 2021 mit einem Buchwert von 591,0 Mio. EUR erfasst. Der starke Anstieg um 179,7 Mio. EUR im ersten Quartal 2021, der sich in erster Linie aus den neuen, im ersten Quartal 2021 begonnenen Leasingverträgen für ein Bürogebäude in Berlin, Deutschland, ein Lager in Rotterdam (Bleiswijk), Niederlande, sowie zwei neue Outlet-Stores in Konstanz und Düsseldorf, Deutschland, ergab, wurde im zweiten Quartal 2021 teilweise kompensiert. Mit Beginn einer Untermietvereinbarung für Büroflächen im April 2021 verringerten sich die Vermögenswerte aus Nutzungsrechten um 52,2 Mio. EUR. Darüber hinaus wurde in den langfristigen finanziellen Vermögenswerten eine Forderung aus dem Untermietverhältnis in Höhe von 65,8 Mio. EUR erfasst.

Das Vorratsvermögen umfasst im Wesentlichen Waren für das Handelsgeschäft von Zalando. Im ersten Quartal 2020 erfasste Zalando außerplanmäßige Abschreibungen auf Vorräte in Höhe von 40,2 Mio. EUR, die dann im zweiten Quartal 2020 teilweise aufgelöst wurden (11,3 Mio. EUR). Die Zunahme der Vorräte von 1.361,2 Mio. EUR auf 1.550,7 Mio. EUR steht größtenteils in Zusammenhang mit dem höheren Wareneingangsniveau im zweiten Quartal 2021.

Die zum 30. Juni 2021 ausgewiesenen Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sind kurzfristig. Der Anstieg um 17,2 % auf 706,1 Mio. EUR resultiert im Wesentlichen aus dem höheren Absatzvolumen. Anzahlungen werden in den Forderungen aus Lieferungen und Leistungen ausgewiesen und erhöhten sich um 0,2 Mio. EUR auf 0,8 Mio. EUR.

Das Eigenkapital erhöhte sich in der ersten Jahreshälfte 2021 von 2.151,1 Mio. EUR auf 2.260,0 Mio. EUR. Die Erhöhung um 108,9 Mio. EUR resultiert hauptsächlich aus dem positiven Periodenergebnis und anteilsbasierten Vergütungen, teilweise kompensiert durch den Rückwerb eigener Aktien im Rahmen des Aktienrückkaufprogramms im Mai und Juni 2021.

Die Eigenkapitalquote stieg im Berichtszeitraum von 33,1 % zum Jahresanfang auf 33,5 % zum 30. Juni 2021.

Zum 30. Juni 2021 bestehen Leasingverbindlichkeiten mit einem Buchwert in Höhe von 684,9 Mio. EUR, wovon 590,1 Mio. EUR auf langfristige und 94,9 Mio. EUR auf kurzfristige Leasingverbindlichkeiten entfallen. Sie spiegeln die abgezinsten finanziellen Verpflichtungen wider, die sich gemäß IFRS 16 aus Leasingverträgen ergeben. Der starke Anstieg um 32,6 % ergibt sich aus den neuen Leasingverträgen, die im ersten Quartal 2021 abgeschlossen wurden.

Die kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten sanken um 376,4 Mio. EUR, was auf die Tilgung der erstmals im ersten Quartal 2020 in Anspruch genommenen revolvingenden Kreditfazilität im ersten Quartal 2021 zurückzuführen ist. Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und ähnlichen Schulden haben sich in den ersten sechs Monaten 2021 im Wesentlichen aufgrund von Warenanlieferungen angesichts des gestiegenen Geschäftsvolumens und aufgrund von höheren Wareneingängen um 193,5 Mio. EUR auf 2.244,0 Mio. EUR erhöht.

Zum 30. Juni 2021 hatten bestimmte Lieferant*innen ihre Forderungen gegen Zalando in einem Umfang von 481,2 Mio. EUR im Rahmen von Reverse-Factoring-Verträgen an verschiedene Factoring-Anbieter übertragen (31. Dezember 2020: 449,8 Mio. EUR). Der Ausweis in der Bilanz erfolgt unter den Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und ähnlichen Schulden.

Das Nettoumlaufvermögen, das sich aus den Vorräten sowie den Forderungen aus Lieferungen und Leistungen abzüglich der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und ähnlichen Schulden zusammensetzt, erhöhte sich von -87,4 Mio. EUR zum 31. Dezember 2020 auf 12,8 Mio. EUR zum 30. Juni 2021.

Gesamtaussage

Der Vorstand beurteilt die Entwicklung in den ersten beiden Quartalen 2021 als sehr positiv. Dank der Fähigkeit des Unternehmens, Kund*innen zu gewinnen und zu binden sowie sein Partnergeschäft auszubauen, konnte Zalando das GMV und die Umsätze deutlich steigern. Der Konzern machte sich die beschleunigte Marktverschiebung von Offline nach Online im Rahmen der verlängerten Lockdowns in Europa zunutze, um seinen Kund*innenstamm kontinuierlich zu erweitern und seine kund*innenbezogenen Leistungsindikatoren zu verbessern. Die EBIT-Marge von Zalando verbesserte sich in der ersten Jahreshälfte 2021 deutlich, was auf eine höhere Bruttogewinnmarge und ein geringeres Fulfillmentkostenverhältnis zurückzuführen ist. Dies wurde durch höhere Marketinginvestitionen teilweise ausgeglichen. Insgesamt erreicht Zalando sein Wachstumsziel und den angestrebten Margenkorridor und kann auf ein erfolgreiches erstes Halbjahr 2021 zurückblicken.

1.2.6 Mitarbeiter*innen

Die Anzahl der Mitarbeiter*innen stieg zum 30. Juni 2021 um 1.628 auf 15.822 Mitarbeiter*innen gegenüber 14.194 Mitarbeiter*innen zum 31. Dezember 2020.

1.3 Nachtragsbericht

Vorgänge von besonderer Bedeutung, die zwischen dem Abschlussstichtag (30. Juni 2021) und dem Zeitpunkt der Genehmigung der Veröffentlichung des Konzern-Zwischenabschlusses und des Konzern-Zwischenlageberichts durch den Vorstand (3. August 2021) eingetreten sind und wesentlichen Einfluss auf die Darstellung der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns haben könnten, haben sich nicht ergeben.

1.4 Risiko- und Chancenbericht

Das Risiko- und Chancenmanagementsystem von Zalando bietet einen Rahmen für die konsistente Beurteilung von Zalandos Chancen und Risiken in einem sich wandelnden Umfeld. Derzeit haben wir anhand unseres Unternehmensrisikobeurteilungsprozesses keine Risiken identifiziert, die den Fortbestand von Zalando gefährden könnten.

Zalando ist Risiken ausgesetzt, die sich insbesondere in Hinblick auf den Ruf und das Image des Konzerns negativ auf seine Geschäftstätigkeit, die Finanzlage oder seine Vermögenswerte auswirken könnten. Mit den jüngsten Lockerungen der Lockdowns ist es noch schwieriger geworden, den genauen Verlauf des Übergangs von der Pandemie in die Zeit danach angemessen vorherzusagen. Unsicherheiten in Bezug auf das Kund*innenverhalten bergen permanente Herausforderungen bei Planungen und Prognosen. Diese Herausforderungen werden überwacht, damit wir in der Lage sind, schnell zu reagieren und unser Geschäft flexibel und agil zu steuern.

Nichtsdestotrotz gelten die im Geschäftsbericht 2020 im Risiko- und Chancenbericht erläuterten Risikokategorien auch für den aktuellen Berichtszeitraum. Es wurden keine weiteren Risikocluster als wesentlich oder kritisch eingestuft. Darüber hinaus wurde die im vorherigen Halbjahresbericht beschriebene Chance in Hinblick auf die Retourenquote bereits genutzt, da wir von der anhaltenden, wenn auch wahrscheinlich vorübergehenden Verringerung der Retourenquoten, die auf den pandemiebedingten Kund*innenmix, Kategoriemix und die eingeschränkte Kund*innenmobilität zurückzuführen ist, profitieren konnten.

1.5 Prognosebericht

1.5.1 Künftige gesamtwirtschaftliche und branchenbezogene Situation

Angesichts steigender Impfquoten in Europa wird ein positiver Wirtschaftsausblick erwartet. Die durch die Pandemie hervorgerufene Unsicherheit hält jedoch an, und durch die Ausbreitung von Virusvarianten lässt sich nach wie vor schwer vorhersagen, wie schnell sich welche europäischen Volkswirtschaften im Laufe des Jahres erholen werden.

Nach dem deutlichen Konjunkturabschwung im Jahr 2020 prognostiziert der neueste OECD-Wirtschaftsausblick eine Erholung der europäischen Wirtschaft bis Ende 2022. Für 2021 und 2022 wird ein BIP-Wachstum von 4,3 % bzw. 4,4 % prognostiziert. Dementsprechend wird sich auch der private Konsum erholen, wobei diese Erholung langsamer verlaufen wird.

Für Deutschland wird davon ausgegangen, dass der private Konsum 2021 nur leicht zurückgeht, bevor er 2022 wieder beinahe auf das Niveau von vor der Pandemie steigt. Diese verzögerte Erholung lässt sich dadurch erklären, dass Ersparnisse in Verbindung mit der Pandemie eher in höheren Einkommensschichten angehäuft werden, die weniger dazu neigen, sie für Konsumgüter auszugeben.⁶ Das deutsche BIP wird 2021 voraussichtlich um 3,3 % und 2022 um 4,4 % zunehmen.

Die nachfolgende Tabelle zeigt die prozentuale Veränderung des privaten Konsums für den Zeitraum von 2018 bis 2022.

Veränderung des privaten Konsums pro Land

	Historische Daten			Prognose	
	2018	2019	2020	2021	2022
Eurozone	1,5	1,3	-8,0	2,5	6,0
Deutschland	1,2	1,7	-6,3	-0,3	6,9
Schweiz	0,8	1,4	-4,5	3,6	3,0
Spanien	1,8	0,9	-12,1	6,4	5,6
Frankreich	0,8	1,5	-7,3	4,4	6,5
Italien	0,9	0,4	-10,7	3,1	5,2

Quelle: OECD-Wirtschaftsausblick – Mai 2021

Von den Lockerungen der staatlich verhängten Einschränkungen und der Erholung des privaten Konsums wird wahrscheinlich insbesondere der stationäre Modeeinzelhandel profitieren. In Verbindung mit dem Online-Einzelhandel, dessen Marktanteil sich vor allem während des von der Pandemie betroffenen Zeitraums erhöhte, wird für den europäischen Modemarkt ein Wachstum von 8,7 % im Jahr 2021 prognostiziert.⁷ Auch für die kommenden Jahre wird von einer weiteren Zunahme der Online-Durchdringung ausgegangen, und wir sind weiterhin davon überzeugt, dass Zalando gut positioniert ist, um seinen starken Wachstumskurs weiterzuerfolgen und in Zukunft Marktanteile hinzuzugewinnen.

1.5.2 Prognose

Im ersten Halbjahr 2021 erlebte das Unternehmen weiterhin Rückenwind durch die anhaltend starke Verschiebung der Verbrauchernachfrage von Offline zu Online sowie durch Veränderungen im Kaufverhalten der Kund*innen auf seiner Plattform, die zu einem vorübergehenden Rückgang der Retourenquote führten.

Obwohl im Hinblick auf die weitere Entwicklung der Pandemie für das Gesamtjahr 2021 erhebliche Unsicherheiten bestehen bleiben, geht das Unternehmen weiterhin von einer schrittweisen Rückkehr zur „neuen Normalität“ in der zweiten Jahreshälfte aus, wobei bis Ende 2021 einige leichtere Beschränkungen bestehen bleiben.

6) OECD-Wirtschaftsausblick – Mai 2021

7) Euromonitor, Europa ohne Russland – Januar 2021

Basierend auf der starken Halbjahres-Performance und den unveränderten Erwartungen für die zweite Jahreshälfte, bestätigt das Unternehmen daher seine im Mai vorgelegte Prognose für das Geschäftsjahr 2021.

Zalando erwartet für das Geschäftsjahr 2021 unverändert ein Wachstum des Bruttowarenvolumens in Höhe von 31 % bis 36 % sowie ein Umsatzwachstum in Höhe von 26 % bis 31 %. Aufgrund der starken Umsatzentwicklung und einer weiterhin geringen Retourenquote im ersten Halbjahr 2021 erwartet das Unternehmen nun ein bereinigtes EBIT in der oberen Hälfte der Spanne von 400,0 bis 475,0 Mio. EUR.

Das Unternehmen wird weiter in den Aufbau des Logistiknetzwerkes und der Technologieinfrastruktur investieren. Bei den Investitionsausgaben erwartet Zalando nunmehr, dass die Investitionen für 2021 bei rund 350,0 Mio. EUR (zuvor: 350,0 bis 400,0 Mio. EUR) liegen werden. Alle wesentlichen Logistikprojekte zur Ermöglichung zukünftigen Wachstums laufen nach Plan, einige Ausgaben werden jedoch ins Jahr 2022 verschoben. Unverändert erwartet der Konzern für das Geschäftsjahr 2021 ein negatives Nettoumlaufvermögen.

1.5.3 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 2021 weiterhin in einer positiven wirtschaftlichen Lage befand.

Berlin, 3. August 2021

Der Vorstand

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

Konzern- Zwischen- abschluss

2.1 Konzern-Gesamtergebnisrechnung

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

IN MIO. EUR	Anhang	01.04. – 30.06.2021	01.04. – 30.06.2020	01.01. – 30.06.2021	01.01. – 30.06.2020
Umsatzerlöse	(1.)	2.733,1	2.034,7	4.970,9	3.558,9
Umsatzkosten	(2.)	-1.524,2	-1.131,4	-2.849,0	-2.117,6
Bruttoergebnis vom Umsatz		1.208,9	903,3	2.122,0	1.441,3
Fulfillmentkosten		-662,1	-517,2	-1.232,9	-973,3
Marketingkosten		-267,7	-105,3	-440,7	-228,8
Verwaltungskosten		-107,8	-81,5	-199,9	-165,7
Sonstige betriebliche Erträge		17,4	1,5	19,9	15,6
Sonstige betriebliche Aufwendungen		-2,4	-2,3	-3,4	-3,7
Betriebliches Ergebnis (EBIT)		186,4	198,4	264,9	85,3
Zinsertrag		3,1	1,9	1,8	3,7
Zinsaufwand		-16,5	-7,3	-29,4	-17,0
Ergebnis aus nach der Equity-Methode bilanzierten Finanzanlagen		0,0	0,0	0,0	0,1
Übriges Finanzergebnis		1,4	4,6	-11,9	-8,2
Finanzergebnis		-11,9	-0,7	-39,4	-21,4
Ergebnis vor Steuern (EBT)		174,5	197,7	225,5	64,0
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	(3.)	-54,1	-75,1	-70,6	-27,8
Periodenergebnis		120,4	122,6	154,9	36,2
davon den Anteilseigner*innen der ZALANDO SE zuzurechnendes Periodenergebnis		120,4	122,6	154,9	36,2
davon den nicht beherrschenden Anteilen zuzurechnendes Periodenergebnis		0,0	0,0	0,0	0,0
Periodenergebnis in Prozent vom Umsatz		4,4%	6,0%	3,1%	1,0%
Unverwässertes Ergebnis je Aktie (in EUR)	(4.)	0,46	0,49	0,60	0,15
Verwässertes Ergebnis je Aktie (in EUR)	(4.)	0,45	0,47	0,60	0,14

Konzern-Gesamtergebnisrechnung

IN MIO. EUR	01.04. – 30.06.2021	01.04. – 30.06.2020	01.01. – 30.06.2021	01.01. – 30.06.2020
Periodenergebnis	120,4	122,6	154,9	36,2
Posten, die in Folgeperioden in das Periodenergebnis umgegliedert werden				
Effektiver Teil der Gewinne/Verluste aus Cashflow Hedges nach Steuern	-18,6	24,1	10,3	13,9
Währungsumrechnungsdifferenzen ausländischer Jahresabschlüsse	-2,7	3,4	-9,3	-5,1
Sonstiges Ergebnis	-21,3	27,4	1,0	8,8
Gesamtergebnis	99,1	150,0	155,9	44,9
davon den Anteilseigner*innen der ZALANDO SE zuzurechnendes Gesamtergebnis	99,1	150,0	155,9	44,9
davon den nicht beherrschenden Anteilen zuzurechnendes Gesamtergebnis	0,0	0,0	0,0	0,0

2.2 Konzernbilanz

Konzernbilanz – Aktiva

IN MIO. EUR	Anhang	30.06.2021	31.12.2020
Langfristige Vermögenswerte			
Immaterielle Vermögenswerte		248,4	236,0
Sachanlagen		807,8	810,1
Finanzielle Vermögenswerte		79,6	11,9
Vermögenswerte aus Nutzungsrechten	(6.)	591,0	479,8
Latente Steueransprüche		33,6	15,4
Nicht finanzielle Vermögenswerte		5,0	5,1
Nach der Equity-Methode bilanzierte Finanzanlagen		1,7	1,7
		1.767,0	1.560,0
Kurzfristige Vermögenswerte			
Vorräte	(5.)	1.550,7	1.361,2
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen		706,1	602,5
Sonstige finanzielle Vermögenswerte		46,4	32,0
Sonstige nicht finanzielle Vermögenswerte		374,8	295,1
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	(9.)	2.298,7	2.644,0
		4.976,6	4.934,8
Bilanzsumme		6.743,6	6.494,8

Konzernbilanz – Passiva

IN MIO. EUR	Anhang	30.06.2021	31.12.2020
Eigenkapital			
Gezeichnetes Kapital		258,9	253,1
Kapitalrücklage		1.376,2	1.428,9
Sonstige Rücklagen		-6,4	-7,3
Gewinnrücklagen		631,5	476,6
Eigenkapital der Aktionär*innen der ZALANDO SE		2.260,2	2.151,3
Nicht beherrschende Anteile		-0,2	-0,2
	(7.)	2.260,0	2.151,1
Langfristige Schulden			
Rückstellungen		47,5	47,7
Leasingverbindlichkeiten	(6.)	590,1	443,0
Wandelanleihen		884,3	873,7
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten		12,0	15,6
Sonstige nicht finanzielle Verbindlichkeiten		4,7	5,1
Latente Steuerschulden		20,6	19,1
		1.559,1	1.404,2
Kurzfristige Schulden			
Rückstellungen		0,0	0,5
Leasingverbindlichkeiten	(6.)	94,9	73,7
Finanzverbindlichkeiten		1,3	377,7
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und ähnliche Schulden	(8.)	2.244,0	2.050,5
Erhaltene Anzahlungen	(8.)	49,9	47,1
Verbindlichkeiten aus Ertragsteuern		38,9	9,6
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten		164,0	145,6
Sonstige nicht finanzielle Verbindlichkeiten		331,5	234,8
		2.924,5	2.939,5
Bilanzsumme		6.743,6	6.494,8

2.3 Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung

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	(7.)	6,3	1,8
Ausgabe von eigenen Aktien	(7.)	0,6	10,8
Rückwerb 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 2020

IN MIO. EUR	Anhang	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklage
Stand 01.01.2020		248,7	1.200,5
Periodenergebnis		0,0	0,0
Sonstiges Ergebnis		0,0	0,0
Gesamtergebnis		0,0	0,0
Kapitalerhöhung	(7.)	1,3	19,8
Ausgabe/Rückwerb von eigenen Aktien	(7.)	0,1	-0,1
Anteilsbasierte Vergütungen		0,0	25,6
Stand 30.06.2020		250,1	1.245,8

Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung 2021

Sonstige Rücklagen						
Cashflow Hedges	Währungs- umrechnung	Bilanzgewinn	Anteilseigner*innen der ZALANDO SE	Nicht beherrschende Anteile		Summe
-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

Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung 2020

Sonstige Rücklagen						
Cashflow Hedges	Währungs- umrechnung	Bilanzgewinn	Anteilseigner*innen der ZALANDO SE	Nicht beherrschende Anteile		Summe
-15,2	-0,4	250,4	1.683,9	-0,2		1.683,8
0,0	0,0	36,2	36,2	0,0		36,2
13,9	-5,1	0,0	8,8	0,0		8,8
13,9	-5,1	36,2	44,9	0,0		44,9
0,0	0,0	0,0	21,1	0,0		21,1
0,0	0,0	0,0	0,0	0,0		0,0
0,0	0,0	0,0	25,6	0,0		25,6
-1,4	-5,5	286,6	1.775,6	-0,2		1.775,4

2.4 Konzern-Kapitalflussrechnung

Konzern-Kapitalflussrechnung

IN MIO. EUR		Anhang	01.04. – 30.06.2021	01.04. – 30.06.2020	01.01. – 30.06.2021	01.01. – 30.06.2020
1.	Periodenergebnis		120,4	122,6	154,9	36,2
2.	+ Zahlungsunwirksamer Aufwand aus anteilsbasierten Vergütungen		11,3	13,5	26,0	27,9
3.	+ Abschreibungen auf Sachanlagen, Vermögenswerte aus Nutzungsrechten und immaterielle Vermögenswerte		57,3	52,2	110,5	102,8
4.	+ Steuern vom Einkommen und Ertrag	(3.)	54,1	75,1	70,6	27,8
5.	- Gezahlte Steuern vom Einkommen und Ertrag, abzüglich Erstattungen		-25,5	-10,5	-50,5	-31,9
6.	+/- Zunahme/Abnahme der Rückstellungen		-0,3	-1,1	-0,5	-2,7
7.	-/+ Sonstige zahlungsunwirksame Erträge/Aufwendungen		5,3	0,6	7,4	2,5
8.	+/- Abnahme/Zunahme der Vorräte		208,4	294,6	-189,5	80,6
9.	+/- Abnahme/Zunahme der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen		-147,7	-115,3	-104,1	-13,6
10.	+/- Zunahme/Abnahme der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und ähnlichen Schulden	(8.)	-0,8	-104,4	197,4	-175,3
11.	+/- Zunahme/Abnahme der sonstigen Aktiva/Passiva		79,5	58,5	36,8	70,7
12.	= Mittelzufluss aus laufender Geschäftstätigkeit	(9.)	361,8	385,8	259,0	125,0
13.	+ Einzahlungen aus Verkäufen von Sachanlagevermögen, immateriellen und finanziellen Vermögenswerten		0,0	0,0	0,0	6,0
14.	- Auszahlungen für Investitionen in das Sachanlagevermögen		-31,0	-25,1	-47,1	-54,1
15.	- Auszahlungen für Investitionen in immaterielle Vermögenswerte		-20,6	-18,2	-44,3	-37,0
18.	+/- Änderung von Zahlungsmitteln, die einer Verfügungsbeschränkung unterliegen		-0,2	0,0	-0,2	0,0
19.	= Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit	(9.)	-51,8	-43,3	-91,6	-85,1

Konzern-Kapitalflussrechnung

IN MIO. EUR	Anhang	01.04. – 30.06.2021	01.04. – 30.06.2020	01.01. – 30.06.2021	01.01. – 30.06.2020
20. +	Einzahlungen aus Kapitalerhöhungen der Anteilseigner*innen und Aktienoptionsausübungen abzgl. Transaktionskosten	5,0	20,5	19,4	21,1
21. -	Auszahlungen für den Rückwerb von eigenen Aktien	-105,7	0,0	-105,7	0,0
22. +/-	Aufnahme von Krediten/Auszahlungen für die Tilgung von Krediten	-1,4	-0,7	-376,4	373,6
23. -	Auszahlungen für die Tilgung der Leasingverbindlichkeiten	-23,6	-17,5	-41,3	-32,8
24. =	Mittelabfluss aus der Finanzierungstätigkeit	(9.) -125,8	2,2	-503,9	361,8
25. =	Zahlungswirksame Veränderungen des Finanzmittelbestands	184,3	344,7	-336,5	401,8
26. +/-	Änderung der Finanzmittel aus Wechselkursveränderungen	-9,5	-1,3	-8,8	-0,8
27. +	Verfügbarer Finanzmittelbestand zu Beginn der Periode	2.123,9	1.034,0	2.644,0	976,5
28. =	Verfügbarer Finanzmittelbestand am 30.06.	(9.) 2.298,7	1.377,5	2.298,7	1.377,5

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. – 30.06.2021	01.04. – 30.06.2020	01.01. – 30.06.2021	01.01. – 30.06.2020
Gezahlte Zinsen	-10,2	-6,4	-17,8	-13,6
Erhaltene Zinsen	2,5	1,8	1,0	3,1
Summe	-7,7	-4,6	-16,8	-10,6

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. – 30.06.2021	01.04. – 30.06.2020	01.01. – 30.06.2021	01.01. – 30.06.2020
Mittelzufluss aus laufender Geschäftstätigkeit	361,8	385,8	259,0	125,0
Einzahlungen aus Verkäufen von Sachanlagevermögen, immateriellen und finanziellen Vermögenswerten	0,0	0,0	0,0	6,0
Auszahlungen für Investitionen in das Sachanlagevermögen	-31,0	-25,1	-47,1	-54,1
Auszahlungen für Investitionen in immaterielle Vermögenswerte	-20,6	-18,2	-44,3	-37,0
Frei verfügbarer Cashflow	310,2	342,5	167,6	39,9

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).

Der verkürzte und einer prüferischen Durchsicht unterzogene Konzern-Zwischenabschluss der ZALANDO SE zum 30. Juni 2021 stimmt mit den International Financial Reporting Standards (IFRS), wie sie in der EU anzuwenden sind, überein. Dieser verkürzte Konzern-Zwischenabschluss 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 2020 zu lesen.

Grundsätze der Bilanzierung und Bewertung

Die im Konzernabschluss zum 31. Dezember 2020 angewandten Rechnungslegungsgrundsätze sowie Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden werden unverändert übernommen.

Aus der erstmaligen Anwendung geänderter IFRS-Rechnungslegungsstandards oder -Interpretationen im Geschäftsjahr 2021 ergaben sich, wie auch im Geschäftsbericht 2020 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 2021 von 47 (31. Dezember 2020) auf 48 erhöht.

2.5.2 Ausgewählte Erläuterungen zur Konzern-Gesamtergebnisrechnung

(1.) Umsatzerlöse

Umsatzerlöse

IN MIO. EUR	01.04. – 30.06.2021	01.04. – 30.06.2020	01.01. – 30.06.2021	01.01. – 30.06.2020
Erträge aus dem Verkauf von Handelswaren	2.439,1	1.884,3	4.445,4	3.317,8
Erträge aus übrigen Dienstleistungen	294,1	150,4	525,5	241,1
Summe	2.733,1	2.034,7	4.970,9	3.558,9

Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum konnte Zalando seinen Umsatz im zweiten Quartal 2021 um 698,4 Mio. EUR von 2.034,7 Mio. EUR auf 2.733,1 Mio. EUR steigern. Dies entspricht im Jahresvergleich einem Umsatzwachstum von 34,3 %.

Die Umsatzerlöse sind in den ersten sechs Monaten 2021 gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 39,7 % auf 4.970,9 Mio. EUR (Vorjahr: 3.558,9 Mio. EUR) gestiegen, was auf das intensive Neukund*innenwachstum und die starke Entwicklung des Partnergeschäfts in den ersten zwei Quartalen 2021 zurückzuführen ist. Begünstigt wurde die Entwicklung von den verlängerten Lockdowns in ganz Europa, durch die die Verbraucher*innennachfrage auf digitale Angebote gerichtet wurde. Nach einem äußerst starken Start der Frühjahr-/Sommer-saison im ersten Quartal konnte Zalando seinen starken saisonalen Handel fortsetzen und verzeichnete sowohl einen starken Ausverkauf zur Mitte der Saison als auch einen erfolgreichen Start des Saisonschlussverkaufs im zweiten Quartal 2021.

(2.) Umsatzkosten

Umsatzkosten

IN MIO. EUR	01.04. – 30.06.2021	01.04. – 30.06.2020	01.01. – 30.06.2021	01.01. – 30.06.2020
Sachkosten	1.474,6	1.097,6	2.754,0	2.047,8
Personalkosten	49,6	33,8	95,0	69,8
Summe	1.524,2	1.131,4	2.849,0	2.117,6

Die Umsatzkosten umfassen im Wesentlichen Materialaufwand, Personalkosten, Abschreibungen auf Vorräte, Fremdleistungen sowie Kosten der Infrastruktur. Die Umsatzkosten sind im ersten Halbjahr von 2.117,6 Mio. EUR auf 2.849,0 Mio. EUR gestiegen.

Der Materialaufwand im Konzern betrug insgesamt 2.406,6 Mio. EUR (Vorjahr: 1.794,2 Mio. EUR). Die Abschreibungen auf Vorräte beliefen sich auf 129,2 Mio. EUR (Vorjahr: 149,6 Mio. EUR).

Zalando erzielte im ersten Halbjahr 2021 ein Bruttoergebnis vom Umsatz in Höhe von 2.122,0 Mio. EUR (Vorjahr: 1.441,3 Mio. EUR). Die Bruttogewinnmarge erhöhte sich um 2,2 Prozentpunkte auf 42,7 %. Die positive Entwicklung der Umsatzkosten lässt sich

größtenteils durch die außerplanmäßigen Abschreibungen auf Vorräte in Höhe von 28,9 Mio. EUR erklären, die im ersten Halbjahr 2020 als Reaktion auf den drastischen Nachfragerückgang infolge der Corona-Krise in Europa zu einer Anpassung der Umsatzprognose geführt haben. Darüber hinaus profitierte die Bruttogewinnmarge von einem starken Abverkauf der Herbst-/Winterartikel 2020 und Frühjahr-/Sommerartikel 2021 sowie der starken Entwicklung des Partnergeschäfts in den ersten sechs Monaten dieses Jahres.

(3.) Steuern vom Einkommen und Ertrag

Steuern vom Einkommen und vom Ertrag

IN MIO. EUR	01.04. – 30.06.2021	01.04. – 30.06.2020	01.01. – 30.06.2021	01.01. – 30.06.2020
Latente Steuern	-3,1	50,6	-8,1	1,8
Laufende Steuern	57,2	24,5	78,7	26,0
Summe	54,1	75,1	70,6	27,8

Der Ertragsteueraufwand umfasst laufenden Steueraufwand und latente Steuererträge. Der Anstieg im zweiten Quartal 2021 resultiert in erster Linie aus höherem zu versteuerndem Einkommen im Vergleich zum ersten Quartal.

(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

	01.04. – 30.06.2021	01.04. – 30.06.2020	01.01. – 30.06.2021	01.01. – 30.06.2020
Anteilseigner*innen der ZALANDO SE zuzurechnendes Periodenergebnis (in Mio. EUR)	120,4	122,6	154,9	36,2
Unverwässerte gewichtete durchschnittliche Aktienanzahl (in Mio. Stück)	259,2	249,2	256,7	248,9
Gesamt	0,46	0,49	0,60	0,15

Das unverwässerte Ergebnis je Aktie hat sich entsprechend dem auf die Anteilseigner*innen der ZALANDO SE entfallenden Periodenergebnis entwickelt, das im ersten Halbjahr 2021 gegenüber dem Vorjahreszeitraum gestiegen ist.

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

	01.04. – 30.06.2021	01.04. – 30.06.2020	01.01. – 30.06.2021	01.01. – 30.06.2020
Anteilseigner*innen der ZALANDO SE zuzurechnendes Periodenergebnis (in Mio. EUR)	125,7	122,6	165,5	36,2
Verwässerte gewichtete durchschnittliche Aktienanzahl (in Mio. Stück)	276,8	259,4	277,1	258,6
Gesamt	0,45	0,47	0,60	0,14

Der verwässernde Effekt ist ausschließlich auf anteilsbasierte Vergütungszusagen mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente gegenüber Mitarbeiter*innen zurückzuführen. Bei der Berechnung des verwässerten Ergebnisses je Aktie wurden sämtliche Mitarbeiter*innenoptionen berücksichtigt. Nicht in die Berechnung eingeflossen sind jedoch solche anteilsbasierten Vergütungen mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente, die eine zum Abschlussstichtag noch nicht erfüllte Leistungsbedingung enthalten. Die unter dem LTI 2018, LTI 2019 und LTI 2021 gewährten Optionen (Vorjahr: im Geschäftsjahr 2018 unter dem LTI 2018, LTI 2019 und dem EIP sowie dem VSOP 2018 gewährte Optionen) wurden daher bei der Berechnung des verwässerten Ergebnisses je Aktie 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 das Handelsgeschäft von Zalando. Die Zunahme der Vorräte von 1.361,2 Mio. EUR auf 1.550,7 Mio. EUR steht vorwiegend in Zusammenhang mit dem höheren Wareneingangsniveau im zweiten Quartal 2021.

(6.) Vermögenswerte aus Nutzungsrechten und Leasingverbindlichkeiten

Vermögenswerte aus Nutzungsrechten werden zum 30. Juni 2021 mit einem Buchwert von 591,0 Mio. EUR erfasst. Der starke Anstieg um 179,7 Mio. EUR im ersten Quartal 2021, der sich in erster Linie aus den neuen, im ersten Quartal 2021 begonnenen Leasingverträgen für ein Bürogebäude in Berlin, Deutschland, ein Lager in Rotterdam (Bleiswijk), Niederlande, sowie zwei neue Outlet-Stores in Konstanz und Düsseldorf, Deutschland, ergab, wurde im zweiten Quartal 2021 teilweise kompensiert. Mit Beginn einer Untermietvereinbarung für Büroflächen im April 2021 verringerten sich die Vermögenswerte aus Nutzungsrechten um 52,2 Mio. EUR. Darüber hinaus wurde in den langfristigen finanziellen Vermögenswerten eine Forderung aus dem Untermietverhältnis in Höhe von 65,8 Mio. EUR erfasst.

Zum 30. Juni 2021 bestehen Leasingverbindlichkeiten mit einem Buchwert in Höhe von 684,9 Mio. EUR, wovon 590,1 Mio. EUR auf langfristige und 94,9 Mio. EUR auf kurzfristige Leasingverbindlichkeiten entfallen. Sie spiegeln die abgezinsten finanziellen Verpflichtungen wider, die sich gemäß IFRS 16 aus Leasingverträgen ergeben. Der starke Anstieg um 32,6 % ergibt sich in erster Linie aus den neuen Leasingverträgen des ersten Quartals 2021.

(7.) Eigenkapital

Das Eigenkapital erhöhte sich in der ersten Jahreshälfte 2021 von 2.151,1 Mio. EUR auf 2.260,0 Mio. EUR. Die Erhöhung um 108,9 Mio. EUR resultiert hauptsächlich aus dem positiven Periodenergebnis und anteilsbasierten Vergütungen, teilweise kompensiert durch den Rückerwerb eigener Aktien (1,2 Mio. Aktien für insgesamt 105,7 Mio. EUR) im Rahmen des Aktienrückkaufprogramms im Mai und Juni 2021. Die Eigenkapitalquote stieg im Berichtszeitraum von 33,1 % zum Jahresanfang auf 33,5 % zum 30. Juni 2021.

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

Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und ähnlichen Schulden haben sich im Wesentlichen aufgrund von Warenanlieferungen angesichts des gestiegenen Geschäftsvolumens und aufgrund von höheren Wareneingängen um 193,5 Mio. EUR auf 2.244,0 Mio. EUR erhöht.

Zum 30. Juni 2021 hatten bestimmte Lieferant*innen ihre Forderungen gegen Zalando in einem Umfang von 481,2 Mio. EUR im Rahmen von Reverse-Factoring-Verträgen an verschiedene Factoring-Anbieter übertragen (31. Dezember 2020: 449,8 Mio. EUR). Der Ausweis in der Bilanz erfolgt unter den Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und ähnlichen Schulden.

Die erhaltenen Anzahlungen betreffen Kund*innenanzahlungen auf Bestellungen.

(9.) Angaben zur Kapitalflussrechnung

Zalando hat im ersten Halbjahr 2021 einen positiven Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit von 259,0 Mio. EUR erwirtschaftet, ein Anstieg um 134,0 Mio. EUR im Vergleich zum Vorjahreszeitraum (Vorjahreszeitraum: 125,0 Mio. EUR). Der Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit der ersten sechs Monate des Jahres ist überwiegend auf das starke positive Periodenergebnis zurückzuführen, das durch den allgemeinen negativen Effekt der Entwicklung des Nettoumlaufvermögens nur teilweise kompensiert wurde. Die Entwicklung des Nettoumlaufvermögens wurde insbesondere durch die Zunahme der Vorräte und der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen aufgrund des hohen Wareneingangs und Geschäftsvolumens beeinflusst.

Der Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit umfasste in den ersten sechs Monaten des Jahres im Wesentlichen den Capex, d. h. die Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte, die sich auf 91,4 Mio. EUR (Vorjahreszeitraum: 91,1 Mio. EUR) beliefen. Der Capex umfasste hauptsächlich Investitionen in die Logistikinfrastruktur, die in erster Linie das Logistikzentrum in Rotterdam (Bleiswijk), Niederlande, sowie Investitionen in intern entwickelte Software betrafen. Im ersten Halbjahr 2020 enthielt der Cashflow aus der Investitionstätigkeit außerdem einen kompensierenden Mittelzufluss in Höhe von 6,0 Mio. EUR aus dem Verkauf einer Veräußerungsgruppe.

Im ersten Quartal 2021 tilgte Zalando seine im ersten Quartal 2020 in Anspruch genommene revolvingierende Kreditfazilität, was zu einem Mittelabfluss aus der Finanzierungstätigkeit in Höhe von 375,0 Mio. EUR führte. Des Weiteren wendete Zalando 105,7 Mio. EUR für den Rückerwerb eigener Aktien (1,2 Mio. Aktien) im Mai und Juni 2021 auf. Zudem enthält der

Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit Mittelabflüsse für Tilgungszahlungen in Verbindung mit Leasingverbindlichkeiten in Höhe von 41,3 Mio. EUR (Vorjahr: 32,8 Mio. EUR) und in Verbindung mit der Ausübung von Mitarbeiter*innenaktioptionen erhaltene Strike Price-Zahlungen in Höhe von 19,4 Mio. EUR (Vorjahr: 21,1 Mio. EUR).

Insgesamt reduzierten sich die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente im ersten Halbjahr 2021 um 345,4 Mio. EUR, sodass Zalando zum 30. Juni 2021 über Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente in Höhe von 2.298,7 Mio. EUR verfügt.

2.5.4 Sonstige Angaben

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

Zalando identifiziert die der ZALANDO SE nahestehenden Personen und Unternehmen in Übereinstimmung mit IAS 24.

Zalando hat im Berichtszeitraum Transaktionen im Rahmen des gewöhnlichen Geschäftsverkehrs mit nahestehenden Unternehmen getätigt. Die Geschäfte wurden wie unter fremden Dritten abgeschlossen.

Aus diesen Liefer- und Leistungsbeziehungen resultierten zum Abschlussstichtag Verbindlichkeiten in Höhe von 165,4 Mio. EUR (Vorjahreszeitraum: 126,8 Mio. EUR). Davon bestehen 165,4 Mio. EUR (Vorjahreszeitraum: 123,1 Mio. EUR) gegenüber einem Reverse-Factoring-Anbieter, mit dem zwischen Zalando 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 0,0 Mio. EUR (Vorjahreszeitraum: 3,7 Mio. EUR). Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen gegen nahestehende Personen und Unternehmen belaufen sich auf 0,3 Mio. EUR (Vorjahreszeitraum: 0,2 Mio. EUR). Darüber hinaus erbrachte Zalando für nahestehende Personen und Unternehmen Dienstleistungen in Höhe von ca. 15,0 Mio. EUR (Vorjahreszeitraum: 10,4 Mio. EUR).

Im Berichtszeitraum wurden Waren von nahestehenden Unternehmen in einem Umfang von 149,7 Mio. EUR geordert. Im Vergleichszeitraum des Vorjahres betrug das Ordervolumen insgesamt 117,5 Mio. EUR. Zudem wurden Waren im Wert von 1,7 Mio. EUR an nahestehende Unternehmen veräußert (Vorjahreszeitraum: 1,3 Mio. EUR). Die im Berichtszeitraum verbuchten Aufwendungen aus von nahestehenden Unternehmen bezogenen Dienstleistungen betragen 0,0 Mio. EUR (Vorjahreszeitraum: 0,2 Mio. EUR).

Ferner haben Mitglieder des Vorstands sowie sich vollständig im Besitz von Mitgliedern des Vorstands befindende Unternehmen im Berichtszeitraum 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 das zweite Quartal 2021 verdeutlicht die starke Entwicklung sowie das anhaltende Wachstum in den Segmenten Fashion Store und Offprice.

Segmententwicklung für das Quartal

Konzern-Segmentergebnisrechnung Q2 2021

IN MIO. EUR	Fashion Store	Offprice	Alle sonstigen Segmente	Summe	Überleitung	Summe Konzern
Umsatzerlöse	2.490,8	360,5	66,8	2.918,0	-184,9	2.733,1
davon zwischen den Segmenten	173,1	0,5	10,9	184,5	-184,5	0,0
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	159,1	26,0	-0,5	184,6	1,8	186,4

Konzern-Segmentergebnisrechnung Q2 2020

IN MIO. EUR	Fashion Store	Offprice	Alle sonstigen Segmente	Summe	Überleitung	Summe Konzern
Umsatzerlöse	1.870,2	252,2	40,1	2.162,5	-127,8	2.034,7
davon zwischen den Segmenten	118,4	0,0	9,4	127,8	-127,8	0,0
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	186,9	14,4	-2,2	199,1	-0,7	198,4

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 Q2 2021

IN MIO. EUR	DACH	Übriges Europa	Fashion Store
Umsatzerlöse	1.159,3	1.331,4	2.490,8
davon zwischen den Segmenten	88,8	84,2	173,1
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	121,9	37,1	159,1

Fashion Store nach Regionen Q2 2020

IN MIO. EUR	DACH	Übriges Europa	Fashion Store
Umsatzerlöse	863,4	1.006,8	1.870,2
davon zwischen den Segmenten	54,0	64,4	118,4
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	118,8	68,2	186,9

Im zweiten Quartal 2021 sind die Umsatzerlöse im Segment Fashion Store um 33,2 % gestiegen. Der deutliche Anstieg der Umsatzerlöse resultierte in erster Linie aus einer deutlich höheren Anzahl an Bestellungen, die auf das starke Neukund*innenwachstum und die außergewöhnlich starke Bindung des bestehenden Kund*innenstamms von Zalando

zurückzuführen ist. Dies ergab sich sowohl aus dem stark wachsenden Partnerprogramm, das Kund*innen ein noch attraktiveres Sortiment bietet, als auch aus dem sich weiterhin fortsetzenden Trend hin zum Onlineshopping. Das Segment Fashion Store wies auch im zweiten Quartal 2021 eine positive Rentabilität auf und erwirtschaftete eine EBIT-Marge von 6,4 %, was einem Rückgang von 3,6 Prozentpunkten im Vergleich zum Vorjahreszeitraum entspricht. Der Rückgang der EBIT-Marge ist in erster Linie auf das höhere Marketingkostenverhältnis zurückzuführen. Die Investitionen in personalisiertes Marketing wurden von Zalando im zweiten Quartal 2021 erhöht, wohingegen sie im Vorjahreszeitraum als Reaktion auf die Corona-Krise gezielt verringert worden waren. Dies wurde aufgrund der hohen Auslastung unserer Logistikinfrastuktur und der günstigen Entwicklung der Retourenquote verbesserte Fulfillmentkostenverhältnis teilweise kompensiert. Darüber hinaus lässt sich der Rückgang durch die teilweise Auflösung der Abschreibungen auf Vorräte im zweiten Quartal 2020 erklären. Im ersten Quartal 2020 hatte Zalando außerplanmäßige Abschreibungen auf Vorräte in Höhe von 40,2 Mio. EUR erfasst, die im zweiten Quartal 2020 teilweise aufgelöst wurden (11,3 Mio. EUR).

Das Offprice-Segment konnte seine starke Entwicklung im zweiten Quartal 2021 mit einem Umsatzwachstum von 42,9 % fortsetzen. Das Geschäft der Zalando Lounge setzte seinen stabilen Wachstumskurs mit dem durch die Lockdown-Maßnahmen entstandenen Rückenwind und dank der anhaltenden Attraktivität von Sonderangeboten und Rabatten für Kund*innen fort. Die positive Entwicklung wurde in geringem Maße durch die Wiedereröffnung stationärer Geschäfte ab Mitte Mai kompensiert. Gleichzeitig war in den Outlet Stores ein im Vergleich zu den Erwartungen beschleunigter Wiederanlauf zu beobachten, nachdem die Lockdown-Beschränkungen aufgehoben wurden. Das Offprice-Segment verbuchte ein EBIT von 26,0 Mio. EUR, wobei die EBIT-Marge von 5,7 % im Vorjahreszeitraum auf 7,2 % im zweiten Quartal 2021 stieg. Der Anstieg ist größtenteils auf Einsparungen bei den Fulfillmentkosten zurückzuführen, die durch eine infolge höherer Rabatte und höherer Marketingausgaben niedrigere Bruttogewinnmarge teilweise kompensiert wurden.

In allen sonstigen Segmenten stiegen die Umsatzerlöse im zweiten Quartal 2021 um 66,5 %, insbesondere angetrieben durch die starke Entwicklung der Zalando Marketing Services (ZMS), da Partner im Jahresvergleich zunehmend mehr Geld in Brandingkampagnen investierten, sowie ein stabiles Umsatzwachstum unseres Integrationsgeschäfts. Da die EBIT-Marge größtenteils von der starken Umsatzentwicklung profitierte und einen Anstieg um 4,7 Prozentpunkte auf -0,8 % verzeichnete, verbesserte sich auch die Rentabilität.

Segmententwicklung für das erste Halbjahr

Konzern-Segmentergebnisrechnung HJ 2021

IN MIO. EUR	Fashion Store	Offprice	Alle sonstigen Segmente	Summe	Überleitung	Summe Konzern
Umsatzerlöse	4.500,0	678,3	125,5	5.303,8	-332,9	4.970,9
davon zwischen den Segmenten	307,7	0,7	24,5	332,9	-332,9	0,0
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	212,7	50,0	-1,0	261,8	3,2	264,9

Konzern-Segmentergebnisrechnung HJ 2020

IN MIO. EUR	Fashion Store	Offprice	Alle sonstigen Segmente	Summe	Überleitung	Summe Konzern
Umsatzerlöse	3.261,8	437,0	77,5	3.776,3	-217,4	3.558,9
davon zwischen den Segmenten	199,7	0,0	17,7	217,4	-217,4	0,0
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	75,3	20,6	-9,8	86,1	-0,7	85,3

Fashion Store nach Regionen HJ 2021

IN MIO. EUR	DACH	Übriges Europa	Fashion Store
Umsatzerlöse	2.080,3	2.419,7	4.500,0
davon zwischen den Segmenten	157,8	149,9	307,6
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	199,9	12,8	212,7

Fashion Store nach Regionen HJ 2020

IN MIO. EUR	DACH	Übriges Europa	Fashion Store
Umsatzerlöse	1.527,0	1.734,8	3.261,8
davon zwischen den Segmenten	93,6	106,1	199,7
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	101,1	-25,8	75,3

Im Segment Fashion Store erhöhte sich der Umsatz im Vergleich zum Vorjahreszeitraum in den ersten sechs Monaten 2021 um 38,0 %. Diese Entwicklung spiegelt den konstanten Anstieg der Kund*innennachfrage wider, der durch die anhaltende Verschiebung von Offline nach Online begünstigt wird. Die EBIT-Marge im Segment Fashion Store erhöhte sich von 2,3 % im ersten Halbjahr 2020 um 2,4 Prozentpunkte auf 4,7 % im ersten Halbjahr 2021. Haupttreiber waren die Verbesserung des Umsatzkostenverhältnisses, die darauf zurückzuführen ist, dass keine mit den in 2020 erfassten außerplanmäßigen Abschreibungen auf Vorräte vergleichbaren Abschreibungen vorgenommen wurden, sowie ein niedrigeres Fulfillmentkostenverhältnis.

Im Offprice-Segment erhöhte sich der Umsatz im Vergleich zum Vorjahreszeitraum in den ersten sechs Monaten 2021 um 55,2 %. Das Offprice-Segment erwirtschaftete eine EBIT-Marge von 7,4 %, was einem Anstieg von 2,7 Prozentpunkten im Vergleich zum Vorjahreszeitraum entspricht. Die starke Entwicklung ist größtenteils auf das stabile Wachstum der Zalando Lounge in den ersten sechs Monaten zurückzuführen und wurde durch die Wiedereröffnung der Outlet-Stores nach der Aufhebung der Lockdown-Beschränkungen begünstigt.

In allen sonstigen Segmenten stiegen die Umsatzerlöse im ersten Halbjahr gegenüber dem Vorjahreszeitraum um insgesamt 61,9 %, in erster Linie aufgrund der starken Entwicklung

der ZMS. In allen sonstigen Segmenten profitierte die EBIT-Marge größtenteils von der starken Umsatzentwicklung und erhöhte sich in den ersten sechs Monaten 2021 im Vergleich zu den ersten sechs Monaten 2020 um 11,9 Prozentpunkte auf -0,8 %.

(12.) Ereignisse nach der Berichtsperiode

Vorgänge von besonderer Bedeutung, die zwischen dem Abschlussstichtag (30. Juni 2021) und dem Zeitpunkt der Genehmigung der Veröffentlichung des Konzern-Zwischenabschlusses und des Konzern-Zwischenlageberichts durch den Vorstand (3. August 2021) eingetreten sind und wesentlichen Einfluss auf die Darstellung der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns haben könnten, haben sich nicht ergeben.

Berlin, 3. August 2021

Der Vorstand

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

2.6 Erklärung der gesetzlichen Vertreter

Wir versichern nach bestem Wissen, dass gemäß den anzuwendenden Rechnungslegungsgrundsätzen für die Halbjahresfinanzberichterstattung der 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 2021

Der Vorstand

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

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 2021, 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 2021

Ernst & Young GmbH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Ludwig Haas
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.

Anteil der Site-Visits über mobile Endgeräte (in % der Site-Visits)

Wir definieren den Anteil der Site-Visits über mobile Endgeräte (in % der Site-Visits) als die Anzahl der Seitenaufrufe über m.sites, t.sites oder Apps geteilt durch die Gesamtanzahl der Seitenaufrufe in dem betreffenden Zeitraum. Aufgrund einer Änderung des Einwilligungsprozesses gemäß der Einführung der DSGVO wird ein Teil der Daten basierend auf einer statistischen Methode geschätzt.

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 nicht operativen Einmaleffekten.

Bereinigtes EBITDA

Wir definieren das bereinigte EBITDA als EBITDA vor Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütungen mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente, vor Restrukturierungskosten und vor 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.

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.

EBITDA

EBITDA steht für EBIT vor Abschreibungen auf Sachanlagen, Vermögenswerte aus Nutzungsrechten und immaterielle Vermögenswerte.

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.

Site-Visits

Wir definieren Site-Visits als die Anzahl von Serien von Seitenaufrufen von demselben Gerät und derselben Quelle (über Websites, m.sites, t.sites oder Apps) in dem betreffenden Zeitraum. Die Serie gilt als beendet, wenn länger als 30 Minuten kein Aufruf verzeichnet wurde. Aufgrund einer Änderung des Einwilligungsprozesses gemäß der Einführung der DSGVO wird ein Teil der Daten basierend auf einer statistischen Methode geschätzt.

3.2 Finanzkalender 2021

Finanzkalender

Datum	Termin
Mittwoch, 3. November	Veröffentlichung der Ergebnisse für das 3. Quartal 2021

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

Dieser Halbjahresbericht 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 diesem Halbjahresbericht 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 dieses Berichts anzupassen. Der Halbjahresbericht 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 des Halbjahresberichts Vorrang gegenüber der englischen Übersetzung.

