

Q3 2022/2023

# QUARTALS- MITTEILUNG

**ABOUT | YOU<sup>®</sup>**



# Kennzahlen im Überblick

**12,5 MIO.**

aktive Kund\*innen LTM  
(Q3 2021/2022: 10,7 Mio.)

**38,2 MIO.**

Anzahl Bestellungen LTM  
(Q3 2021/2022: 30,8 Mio.)

**554,9  
MIO. EUR**

Umsatzerlöse des Konzerns  
(Q3 2021/2022: 512,5 Mio. EUR)

**15,6%**

bereinigte EBITDA-Marge des Segments Tech,  
Media und Enabling  
(Q3 2021/2022: 14,6%)

**3,0 x**

durchschnittliche  
Bestellhäufigkeit LTM  
(Q3 2021/2022: 2,9x)

Hinweis: Alle Kennzahlen auf dieser Seite beziehen sich auf das am 30. November 2022 endende Q3 2022/2023.

# Auf einen Blick

	Q3 2022/2023	Q3 2021/2022	9M 2022/2023	9M 2021/2022
User Sessions pro Monat (LTM in Mio.)	138,6	124,0	138,6	124,0
Anteil der User Sessions über mobile Endgeräte (LTM in %)	86,7	84,6	86,7	84,6
Aktive Kund*innen (LTM in Mio.)	12,5	10,7	12,5	10,7
Anzahl Bestellungen (LTM in Mio.)	38,2	30,8	38,2	30,8
Durchschnittliche Bestellungen pro aktiven Kund*innen (LTM)	3,0	2,9	3,0	2,9
Durchschnittliche Warenkorbgröße (LTM in EUR inkl. MwSt.)	55,3	58,8	55,3	58,8
Durchschnittlicher GMV pro Kund*in (in EUR inkl. MwSt.)	168,4	169,8	168,4	169,8

Hinweis: Erläuterungen zu den Leistungskennzahlen finden sich im **Glossar**. Für die Quartalsmitteilung gilt: Bei Prozentangaben und Zahlen können Rundungsdifferenzen auftreten.

## Ertragslage Konzern

Umsatzerlöse (in Mio. EUR)	554,9	512,5	1.489,6	1.330,2
Bruttomarge (in % der Umsatzerlöse)	35,4	38,9	38,9	39,8
EBITDA (in Mio. EUR)	(43,6)	(30,7)	(122,0)	(79,2)
EBITDA (in % der Umsatzerlöse)	(7,9)	(6,0)	(8,2)	(6,0)
Bereinigtes EBITDA (in Mio. EUR)	(43,1)	(30,5)	(114,7)	(55,9)
Bereinigtes EBITDA (in % der Umsatzerlöse)	(7,8)	(6,0)	(7,7)	(4,2)

## Vermögens- und Finanzlage Konzern

Eigenkapitalquote (in % der Bilanzsumme)	31,9	50,3	31,9	50,3
Cash-Flow aus der laufenden Geschäftstätigkeit (in Mio. EUR)	(17,8)	(43,0)	(129,4)	(47,3)
Cash-Flow aus der Investitionstätigkeit (in Mio. EUR)	(15,1)	(9,5)	(38,2)	(28,7)
Cash-Flow aus der Finanzierungstätigkeit (in Mio. EUR)	(9,2)	(5,5)	(22,5)	550,6
Free Cash-Flow (in Mio. EUR)	(32,8)	(52,5)	(167,7)	(76,0)
Finanzmittelbestand (in Mio. EUR)	306,1	582,5	306,1	582,5
Nettoumlaufvermögen (Net Working Capital) (in Mio. EUR)	(7,3)	(47,1)	(7,3)	(47,1)
CAPEX (Capital Expenditures) (in Mio. EUR)	(15,1)	(9,5)	(38,2)	(28,7)

## Sonstige Kennzahlen

Mitarbeiter*innen (zum Bilanzstichtag)	1.315	1.129	1.315	1.129
Unverwässertes Ergebnis je Aktie (in EUR)	(0,36)	(0,23)	(0,99)	(0,62)
Verwässertes Ergebnis je Aktie (in EUR)	(0,36)	(0,23)	(0,99)	(0,62)



# Inhaltsverzeichnis

<b>Kennzahlen im Überblick</b>	<b>2</b>
<b>Auf einen Blick</b>	<b>3</b>
<b>01 Konzern-Zwischenlagebericht</b>	<b>5</b>
1.1 Konzernertragslage	5
1.2 Ertragslage Segmente	13
1.3 Finanzlage	17
1.4 Vermögenslage	19
1.5 Prognose	23
<b>02 Verkürzter Konzern-Zwischenabschluss</b>	<b>24</b>
2.1 Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung	24
2.2 Konzern-Bilanz	25
2.3 Konzern-Kapitalflussrechnung	26
<b>03 Weitere Informationen</b>	<b>27</b>
3.1 Glossar	27
3.2 Finanzkalender	30
3.3 Impressum, Kontakt und Haftungsausschluss	30



# Konzern- Zwischenlagebericht

## 1.1 Konzernertragslage

Die wichtigsten Leistungsindikatoren von ABOUT YOU (nachstehend als „ABOUT YOU“, „Konzern“ oder „Gruppe“ bezeichnet, d. h. die ABOUT YOU Holding SE und ihre vollständig konsolidierten Tochtergesellschaften) sind die Kennzahlen Umsatzerlöse und das bereinigte EBITDA. Das bereinigte EBITDA ist keine anerkannte Finanzkennzahl nach IFRS. ABOUT YOU ist der Ansicht, dass die Bereinigung des EBITDA einen Vergleich der Leistungen auf einer konsistenten Basis ohne Sondereffekte ermöglicht. Das bereinigte EBITDA ist definiert als das EBITDA exklusive der Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütungen mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente, Restrukturierungskosten und nicht operative Einmaleffekte. Die Marge des bereinigten EBITDA berechnet sich als Verhältniszahl des bereinigten EBITDA an den Umsatzerlösen.

Im Sinne einer besseren Steuerbarkeit einzelner Kostenpositionen sowie zur Steigerung der Vergleichbarkeit mit Wettbewerbern verwendet ABOUT YOU alternative Leistungskennzahlen, die als sogenannte Alternative Performance Measures (APM) bezeichnet werden. ABOUT YOU arbeitet hier mit den vier Kosten-APMs: Umsatzkosten (in Verbindung mit dem Bruttoergebnis vom Umsatz), Fulfillmentkosten, Marketingkosten und Verwaltungskosten und ihrer jeweiligen Verhältniszahl zu den Umsatzerlösen.

Diese APMs schlüsseln die Kosten des Konzerns entlang der Frage auf, ob und wo diese Kosten für die Umsatzgenerierung angefallen sind. So lassen sich Kosten mit stark variablen Anteilen besser von Kosten mit hohen Fixkostenanteilen unterscheiden. Die Ertragslage des Konzerns lässt sich somit in der starken Wachstumsphase konkreter steuern.

## Verkürzte Gewinn- und Verlustrechnung gemäß APM

in Mio. EUR	Q3 2022/2023	In % vom Umsatz	Q3 2021/2022	In % vom Umsatz
<b>Umsatzerlöse</b>	<b>554,9</b>	<b>100,0%</b>	<b>512,5</b>	<b>100,0%</b>
Wachstumsrate	8,3%	-	48,0%	-
Umsatzkosten	358,5	64,6%	313,2	61,1%
<b>Bruttoergebnis vom Umsatz</b>	<b>196,4</b>	<b>35,4%</b>	<b>199,3</b>	<b>38,9%</b>
Fulfillmentkosten	129,8	23,4%	96,3	18,8%
Marketingkosten	90,7	16,4%	108,7	21,2%
Verwaltungskosten	19,0	3,4%	24,7	4,8%
<b>Bereinigtes EBITDA</b>	<b>(43,1)</b>	<b>(7,8)%</b>	<b>(30,5)</b>	<b>(6,0)%</b>

in Mio. EUR	9M 2022/2023	In % vom Umsatz	9M 2021/2022	In % vom Umsatz
<b>Umsatzerlöse</b>	<b>1.489,6</b>	<b>100,0%</b>	<b>1.330,2</b>	<b>100,0%</b>
Wachstumsrate	12,0%	-	54,8%	-
Umsatzkosten	910,0	61,1%	800,4	60,2%
<b>Bruttoergebnis vom Umsatz</b>	<b>579,6</b>	<b>38,9%</b>	<b>529,8</b>	<b>39,8%</b>
Fulfillmentkosten	362,5	24,3%	257,8	19,4%
Marketingkosten	263,9	17,7%	259,4	19,5%
Verwaltungskosten	68,0	4,6%	68,5	5,1%
<b>Bereinigtes EBITDA</b>	<b>(114,7)</b>	<b>(7,7)%</b>	<b>(55,9)</b>	<b>(4,2)%</b>



## 1.1.1 Umsatzentwicklung

Die Umsatzerlöse stiegen im Q3 2022/2023 gegenüber dem Vorjahresquartal um 8,3% auf 554,9 Mio. EUR (Q3 2021/2022: 512,5 Mio. EUR).

Das schwierige makroökonomische Umfeld belastete weiterhin die Umsatzentwicklung und sorgte für eine erhöhte Volatilität im Q3 2022/2023 gegenüber dem Vorjahresquartal. So erreichte die Inflation in der Eurozone neue Rekordwerte und auch die Verbraucherstimmung verbesserte sich nur unwesentlich von historischen Tiefstständen. Die dadurch erhöhten Lagerbestände in der Modebranche führten zu einem rabattintensiven Marktumfeld und auch im Konsumentenverhalten hat sich ein stärkerer Fokus auf den Kauf rabattierter Artikel eingestellt.

Geändertes Kundenverhalten zeigt sich auch anhand transaktionaler Daten. Die durchschnittliche Warenkorbgröße (LTM) ist LTM gegenüber dem Vorjahreszeitraum zum 30. November 2021 um 6,0% von 58,8 EUR auf 55,3 EUR gesunken. Treiber hierfür ist neben eines gestiegenen Rabattniveaus auch eine im Vorjahresvergleich gestiegene Retourenquote. Die durchschnittliche Bestellhäufigkeit pro aktiven Kund\*innen erhöhte sich um 5,5% auf 3,0 (Q3 2021/2022 LTM: 2,9). Die Bestellhäufigkeit konnte durch den Ausbau des Sortiments, die Verbesserung der Customer Experience, die Erhöhung der Markenbekanntheit sowie Altersstruktureffekte der

Kundenkohorten gesteigert werden. So erhöhten sich auch die Bestellungen im Vorjahresvergleich im dritten Quartal des aktuellen Geschäftsjahres um 23,8% auf 38,2 Mio. Bestellungen (Q3 2021/2022: 30,8 Mio.). Die gestiegene Bestellfrequenz konnte die LTM gesunkenen Warenkorbgrößen der Kund\*innen jedoch nicht kompensieren. Der durchschnittliche GMV pro Kund\*in im Q3 2022/2023 (LTM) ist daher um 0,8% leicht gesunken von 169,8 EUR auf 168,4 EUR.

In einem schwierigen Marktumfeld stieg die Anzahl der LTM aktiven Kund\*innen von 10,7 Mio. zum 30. November 2021 auf 12,5 Mio. zum 30. November 2022. Dies entspricht einer Steigerung von 17,4%. Die Steigerung konnte unter anderem durch erfolgreiche Events zur Erhöhung der Markenbekanntheit wie der ABOUT YOU Fashion Week und durch medial unterstützte Verkaufskampagnen erzielt werden.

## 1.1.2 Alternative Leistungskennzahlen (APM)

### Entwicklung des Bruttoergebnisses vom Umsatz

Die Umsatzkosten sind im Q3 2022/2023 um 14,4% auf 358,5 Mio. EUR gestiegen (Q3 2021/2022: 313,2 Mio. EUR). Das Bruttoergebnis vom Umsatz blieb mit 196,4 Mio. EUR (Q3 2021/2022: 199,3 Mio. EUR) leicht unter Vorjahresniveau. Der überproportionale Anstieg der Umsatzkosten hat zu einem Rückgang der Marge des Bruttoergebnisses vom Umsatz geführt. Diese ist im Q3 2022/2023 gegenüber dem Vorjahresquartal um 350 Basispunkte auf 35,4% (Q3 2021/2022: 38,9%) gesunken. So haben die erhöhten Lagerbestände in der Modebranche zu einem rabattintensiven Marktumfeld geführt und die Bruttomarge deutlich belastet. Darüber hinaus haben auch die Kund\*innen besonders häufig rabattierte Artikel nachgefragt, was sich zusätzlich negativ auf die Bruttomarge ausgewirkt hat. Der gestiegene Anteil der hochmargigen B2B-Umsätze im TME-Segment und der Own Labels im Commerce-Geschäft konnten diese negativen Effekte nur teilweise kompensieren.

### Entwicklung der Fulfillmentkosten

Die Fulfillmentkosten sind im Q3 2022/2023 wie erwartet überproportional zu den Umsatzerlösen um 34,7% auf 129,8 Mio. EUR gestiegen (Q3 2021/2022: 96,3 Mio. EUR). Dadurch hat sich die Kosten-Umsatzquote der Fulfillmentkosten gegenüber dem Vorjahresquartal um 460 Basispunkte auf 23,4% erhöht (Q3 2021/2022: 18,8%).

Der Anstieg gegenüber dem Vorjahresquartal ist auf verschiedene Faktoren zurückzuführen. Erstens sieht ABOUT YOU wie erwartet, dass sich die Retourenquote wieder hin zu einem Vor-Covid-Niveau erhöht und die Warenkorbgrößen im Jahresvergleich leicht rückläufig sind. Zweitens sind die Logistikkosten durch die Inflationsdynamik (z.B. höhere Treibstoffkosten, höhere Verpackungskosten und Lohnerhöhungen) unter Druck geraten, wodurch die Realisierung von Skaleneffekten erschwert wurde. Drittens verursacht der Ausbau des europäischen Distributionsnetzwerks Einmalkosten und operative Komplexität. Viertens führt das verhältnismäßig geringe Umsatzwachstum im Q3 2022/2023 zur Unterauslastung in den Lägern und somit überhöhten Fixkostenanteilen. Schließlich führen die aus der Umsatzentwicklung resultierenden erhöhten Bestandsniveaus zu einem vorübergehenden Anstieg der Lager- und Verarbeitungskosten. Der Anstieg der Fulfillment-Kostenquote im Q3 2022/2023 ist daher eine Mischung aus temporären Effekten, die sich in den nächsten Quartalen weiter volatil entwickeln sollten, und strukturellen Effekten, die voraussichtlich über einen längeren Zeithorizont anhalten werden.

### Entwicklung der Marketingkosten

Die Marketingkosten sanken im dritten Quartal des Geschäftsjahres um 16,5% auf 90,7 Mio. EUR (Q3 2021/2022: 108,7 Mio. EUR). Dadurch ergab sich eine deutliche Reduzierung der Marketingkosten-Umsatzquote um 480 Basispunkte auf 16,4% (Q3 2021/2022: 21,2%).



Die Marketingkosten im Vorjahresquartal lagen aufgrund einmaliger großangelegter Markteintrittskampagnen in Italien, Griechenland, Portugal und Frankreich auf einem erhöhten Niveau. Neben der erhöhten Vergleichsbasis aus dem Vorjahresquartal sorgte auch ein stärkerer Fokus auf kurzfristige Effizienz bei Marketingmaßnahmen für eine Reduzierung der Marketingkosten.

Trotz der Effizienzmaßnahmen wurde weiter in die Steigerung der Markenbekanntheit investiert. So fand mit der ABOUT YOU Fashion Week ein weiteres großangelegtes Event statt. Dieses wurde erstmalig auf internationaler Bühne in Mailand veranstaltet und war deutlich größer als das Vorjahresevent mit entsprechend positiven Ausstrahleffekten auf die Markenbekanntheit. Zur Steigerung der Markenbekanntheit haben auch die Einführung von exklusiven Kollektionen wie mit dem Model Bella Hadid oder der Sängerin Katy Perry beigetragen. Auch in medial unterstützte Verkaufskampagnen wurde weiter investiert, um das Umsatzwachstum zu treiben.

Aufgrund des Erfolgs früherer Kampagnen zur Steigerung der Markenbekanntheit wird der Fokus auf dem Markenaufbau insbesondere in neuen Märkten in den nächsten Quartalen weiter abnehmen, was zu einer weiteren Verbesserung der Marketingkosten gegenüber den jeweiligen Vorjahresquartalen führen sollte.

## **Entwicklung der Verwaltungskosten**

Die Verwaltungskosten sind von 24,7 Mio. EUR im Q3 des Vorjahres auf 19,0 Mio. EUR im Q3 2022/2023 gesunken. Die Kosten-Umsatzquote verringerte sich von 4,8% im Q3 des Vorjahres auf 3,4% im Q3 2022/2023. Dies ist auf positive Skalierungseffekte sowie operative Effizienzmaßnahmen zurückzuführen.

## **Entwicklung und Überleitung des bereinigten EBITDA**

Im Ergebnis resultierte ein bereinigtes EBITDA im Q3 2022/2023 in Höhe von –43,1 Mio. EUR (Q3 2021/2022: –30,5 Mio. EUR), was einer bereinigten EBITDA-Marge von –7,8% (Q3 2021/2022: –6,0%) entspricht.

Die Entwicklung des bereinigten EBITDA im dritten Quartal des Geschäftsjahres 2022/2023 ist zum einen geprägt durch das Umsatzwachstum und die Verbesserung der Marketingkosten-Umsatzquote. Zum anderen steht dieser Entwicklung infolge des Anstiegs der Umsatzkosten eine gesunkene Bruttomarge sowie eine gestiegene Fulfillmentkosten-Umsatzquote gegenüber. Der Anstieg der Fulfillment-Kostenquote im Q3 2022/2023 ist eine Mischung aus temporären Effekten, die sich in den nächsten Quartalen weiter volatil entwickeln sollten und strukturellen Effekten, die voraussichtlich über einen längeren

Zeithorizont anhalten werden. Bei der Entwicklung des bereinigten EBITDA müssen sowohl vorübergehende Einmaleffekte als auch das aktuelle makroökonomische Umfeld in Betracht gezogen werden.

Im dritten Quartal 2022/2023 umfasst das EBITDA Bereinigungen in Höhe von 0,5 Mio. EUR (Q3 2021/2022: 0,2 Mio. EUR). Für die ersten neun Monate des laufenden Geschäftsjahres sind insgesamt 7,3 Mio. EUR bereinigt worden (9M 2021/2022: 23,3 Mio. EUR). Diese betreffen jeweils Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütungen mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente.

## Bereinigungen

in Mio. EUR	Q3 2022/2023	Q3 2021/2022	9M 2022/2023	9M 2021/2022
<b>Bereinigtes EBITDA</b>	<b>(43,1)</b>	<b>(30,5)</b>	<b>(114,7)</b>	<b>(55,9)</b>
Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütungen mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente	(0,5)	(0,2)	(7,3)	(10,2)
Einmaleffekte	0,0	0,0	0,0	(13,0)
<b>EBITDA</b>	<b>(43,6)</b>	<b>(30,7)</b>	<b>(122,0)</b>	<b>(79,2)</b>



## Überleitung Gewinn- und Verlustrechnung nach dem Gesamtkostenverfahren zu den APM

### Q3 2022/2023

in Mio. EUR	GKV/APM	Umsatzkosten	Fulfillmentkosten	Marketingkosten	Verwaltungskosten	Bereinigtes EBITDA
<b>Umsatzerlöse</b>	<b>554,9</b>	<b>(358,5)</b>	<b>(129,8)</b>	<b>(90,7)</b>	<b>(19,0)</b>	<b>(43,1)</b>
Materialaufwand	(360,9)	(360,9)	-	-	-	-
Personalaufwand	(25,1)	(3,2)	(2,4)	(10,2)	(9,4)	-
Sonstige betriebliche Aufwendungen	(223,5)	(1,3)	(130,1)	(82,2)	(9,9)	-
Sonstige betriebliche Erträge	0,3	-	0,1	-	0,2	-
Andere aktivierte Eigenleistungen	11,2	6,9	2,7	1,7	-	-
<b>Bereinigtes EBITDA</b>	<b>(43,1)</b>	-	-	-	-	-

### Q3 2021/2022

in Mio. EUR	GKV/APM	Umsatzkosten	Fulfillmentkosten	Marketingkosten	Verwaltungskosten	Bereinigtes EBITDA
<b>Umsatzerlöse</b>	<b>512,5</b>	<b>(313,2)</b>	<b>(96,3)</b>	<b>(108,7)</b>	<b>(24,7)</b>	<b>(30,5)</b>
Materialaufwand	(311,7)	(311,7)	-	-	-	-
Personalaufwand	(18,8)	(2,1)	(2,1)	(7,1)	(7,4)	-
Sonstige betriebliche Aufwendungen	(221,7)	(0,8)	(96,0)	(105,1)	(19,8)	-
Sonstige betriebliche Erträge	1,3	-	0,8	-	0,5	-
Andere aktivierte Eigenleistungen	8,0	1,5	1,0	3,5	2,0	-
<b>Bereinigtes EBITDA</b>	<b>(30,5)</b>	-	-	-	-	-

## 9M 2022/2023

in Mio. EUR	GKV/APM	Umsatzkosten	Fulfillmentkosten	Marketingkosten	Verwaltungskosten	Bereinigtes EBITDA
<b>Umsatzerlöse</b>	<b>1.489,6</b>	<b>(910,0)</b>	<b>(362,5)</b>	<b>(263,9)</b>	<b>(68,0)</b>	<b>(114,7)</b>
Materialaufwand	(907,8)	(907,8)	-	-	-	-
Personalaufwand	(69,8)	(9,2)	(6,5)	(28,6)	(25,5)	-
Sonstige betriebliche Aufwendungen	(655,4)	(3,9)	(360,5)	(241,6)	(49,4)	-
Sonstige betriebliche Erträge	1,7	-	0,7	-	1,1	-
Andere aktivierte Eigenleistungen	27,0	11,0	3,8	6,4	5,9	-
<b>Bereinigtes EBITDA</b>	<b>(114,7)</b>	-	-	-	-	-

## 9M 2021/2022

in Mio. EUR	GKV/APM	Umsatzkosten	Fulfillmentkosten	Marketingkosten	Verwaltungskosten	Bereinigtes EBITDA
<b>Umsatzerlöse</b>	<b>1.330,2</b>	<b>(800,4)</b>	<b>(257,8)</b>	<b>(259,4)</b>	<b>(68,5)</b>	<b>(55,9)</b>
Materialaufwand	(795,8)	(795,8)	-	-	-	-
Personalaufwand	(50,3)	(5,5)	(5,6)	(19,1)	(20,2)	-
Sonstige betriebliche Aufwendungen	(558,4)	(2,1)	(256,2)	(247,1)	(53,0)	-
Sonstige betriebliche Erträge	2,7	-	1,9	-	0,8	-
Andere aktivierte Eigenleistungen	15,7	2,9	2,0	6,9	3,9	-
<b>Bereinigtes EBITDA</b>	<b>(55,9)</b>	-	-	-	-	-



## 1.2 Ertragslage Segmente

Die Umsatzerlöse der Segmente sowie die Überleitung sind der nachfolgenden Tabelle zu entnehmen:

in Mio. EUR	Q3 2022/2023	Q3 2021/2022	9M 2022/2023	9M 2021/2022
ABOUT YOU DACH	<b>268,7</b>	248,4	<b>714,5</b>	664,0
Wachstumsrate	<b>8,2%</b>	27,0%	<b>7,6%</b>	31,3%
ABOUT YOU RoE	<b>266,3</b>	239,6	<b>705,2</b>	588,6
Wachstumsrate	<b>11,1%</b>	67,7%	<b>19,8%</b>	75,0%
TME	<b>53,4</b>	48,7	<b>149,6</b>	122,7
Wachstumsrate	<b>9,5%</b>	109,1%	<b>21,9%</b>	136,0%
Überleitung	<b>(33,5)</b>	(24,2)	<b>(79,7)</b>	(45,1)
<b>Umsatzerlöse</b>	<b>554,9</b>	<b>512,5</b>	<b>1.489,6</b>	<b>1.330,2</b>
Wachstumsrate	<b>8,3%</b>	48,0%	<b>12,0%</b>	54,8%

Das bereinigte EBITDA der Segmente sowie die Überleitung und Bereinigungen sind der nachfolgenden Tabelle zu entnehmen:

in Mio. EUR	Q3 2022/2023	Q3 2021/2022	9M 2022/2023	9M 2021/2022
ABOUT YOU DACH	<b>(4,2)</b>	13,6	<b>6,5</b>	38,7
Marge	<b>(1,6)%</b>	5,5%	<b>0,9%</b>	5,8%
ABOUT YOU RoE	<b>(46,8)</b>	(50,5)	<b>(132,2)</b>	(108,3)
Marge	<b>(17,6)%</b>	(21,1)%	<b>(18,7)%</b>	(18,4)%
TME	<b>8,3</b>	7,1	<b>19,3</b>	17,9
Marge	<b>15,6%</b>	14,6%	<b>12,9%</b>	14,6%
Überleitung	<b>(0,4)</b>	(0,7)	<b>(8,4)</b>	(4,2)
<b>Bereinigtes EBITDA</b>	<b>(43,1)</b>	<b>(30,5)</b>	<b>(114,7)</b>	<b>(55,9)</b>
Marge	<b>(7,8)%</b>	(6,0)%	<b>(7,7)%</b>	(4,2)%
Bereinigungen	<b>0,5</b>	0,2	<b>7,3</b>	23,3
<b>EBITDA</b>	<b>(43,6)</b>	<b>(30,7)</b>	<b>(122,0)</b>	<b>(79,2)</b>
Marge	<b>(7,9)%</b>	(6,0)%	<b>(8,2)%</b>	(6,0)%

Grundsätzlich werden die Segmentdaten auf Grundlage der im Konzernabschluss angewandten Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden ermittelt. Die Umsatzerlöse der ABOUT YOU Online-Shops werden in den Segmentdaten jedoch nicht bei Leistungserfüllung, sondern nach Zeitpunkt der Bestellung abgegrenzt. Dies ist in der internen Berichterstattung und Steuerung von ABOUT YOU DACH und RoE von Bedeutung, um die Wirksamkeit der verschiedenen Marketing- und Sortimentsmaßnahmen auf das Kundenbestellverhalten in den Shops eindeutig zu erfassen. Ebenso werden die Retouren auf den zugehörigen Bestellzeitpunkt zurückgerechnet. Dies ist für die interne Steuerung ebenfalls von Bedeutung, um die Wirksamkeit von Maßnahmen auf einer Netto-Ebene (nach Retouren) zeitgenau zu erfassen.

Die Überleitung vom bereinigten EBITDA und den IFRS-Konzernerlösen erklärt sich zum einen durch die Darstellung der Endkundentransaktionen zum Zeitpunkt der Bestellung, die je nach Stichtag positiv oder negativ sein können, und zum anderen aus der Eliminierung der konzerninternen Transaktionen.



## ABOUT YOU DACH

Das Segment ABOUT YOU DACH zeigte im Q3 2022/2023 ein Umsatzwachstum von 8,2% auf 268,7 Mio. EUR (Q3 2021/2022: 248,4 Mio. EUR). Dabei haben die Verbraucherstimmung, die sich nur geringfügig gegenüber historischen Tiefstständen verbessert hat, sowie eine Verschlechterung makroökonomischer Faktoren die Umsatzdynamik weiterhin negativ beeinflusst.

Die Umsatzentwicklung in der DACH-Region war zweigeteilt: In Österreich und der Schweiz konnte ABOUT YOU weiterhin stark wachsen und erhebliche Marktanteile dazugewinnen. Der deutsche Markt hingegen gestaltete sich schwieriger und wies ein verlangsamtes Wachstum aus, was insbesondere auf die sehr negative Verbraucherstimmung und hohe Inflationsdynamik zurückzuführen ist.

Das DACH-Segment erzielte in Q3 2022/2023 ein bereinigtes EBITDA in Höhe von -4,2 Mio. EUR (Q3 2021/2022: 13,6 Mio. EUR), was einer bereinigten EBITDA-Marge von -1,6% entspricht (Q3 2021/2022: 5,5%). Die bereinigte EBITDA-Marge ist im Vorjahresvergleich rückläufig.

Der Rückgang resultiert aus einem erhöhten Rabattniveau sowie aus einer höheren Fulfillmentkosten-Umsatzquote, die im Wesentlichen durch Kostensteigerungen sowie eine gestiegene Retourenquote gekennzeichnet ist. Die Kostensteigerungen sind hauptsächlich auf das aktuell hohe Inflationsniveau sowie auf eine steigende Komplexität im Zusammenhang mit dem Logistik-Netzwerkausbau zurückzuführen.

## ABOUT YOU RoE (Rest of Europe)

Die Umsatzerlöse des Q3 2022/2023 konnten im Segment Rest of Europe um 11,1% auf 266,3 Mio. EUR gesteigert werden (Q3 2021/2022: 239,6 Mio. EUR). Dabei entwickelten sich die nordeuropäischen Märkte besonders positiv und profitieren von einer steigenden Markenbekanntheit, während die südeuropäischen Märkte deutlich unter der sinkenden Verbraucherstimmung litten. Die Umsatzentwicklung in den CEE-Ländern war trotz des anhaltenden Russland-Ukraine-Konflikts und eines wettbewerbsintensiven Marktumfelds weiterhin positiv.

Das Segment weist ein bereinigtes EBITDA von –46,8 Mio. EUR im Q3 2022/2023 (Q3 2021/2022: –50,5 Mio. EUR) aus. Dies entspricht einer bereinigten EBITDA-Marge in Höhe von –17,6% im dritten Quartal des aktuellen Geschäftsjahres (Q3 2021/2022: –21,1%). Treiber für die Verluste des RoE Segments sind ein erhöhtes Rabattniveau sowie erhöhte Kosten im Zusammenhang mit dem Logistik-Netzwerkausbau. Die im Vergleich zum Vorjahresquartal verbesserte EBITDA-Marge resultiert aus dem geringeren Umfang großangelegter Markteintrittskampagnen in neuen Märkten.

#### **TME (Tech, Media und Enabling)**

Im dritten Quartal des aktuellen Geschäftsjahres stiegen die Umsatzerlöse im Segment TME gegenüber dem Vorjahresquartal um 9,5% auf 53,4 Mio. EUR (Q3 2021/2022: 48,7 Mio. EUR).

Dieser Anstieg ist unter anderem auf die erfolgreiche Markenpositionierung von SCAYLE sowie auf das Onboarding neuer Kund\*innen zurückzuführen. Die Entwicklung der Umsätze mit den B2B Bestandskund\*innen ist derzeit jedoch rückläufig. Viele von ABOUT YOUs B2B Kund\*innen sehen rückläufige Online-Umsätze aufgrund des schwierigen Marktumfelds und sind mit einer starken Vergleichsbasis aus dem Vorjahr konfrontiert. Dies wirkt sich negativ auf die Wachstumsdynamik des

TME-Segments aus, da ein signifikanter Anteil der TME-Umsätze direkt an die Online-Umsätze der B2B Kund\*innen gekoppelt sind. Darüber hinaus ist eine leichte Zurückhaltung von B2B Kund\*innen im Media-Bereich zu beobachten, während die Fulfillment-Services deutlich stärker in Anspruch genommen werden.

Das bereinigte EBITDA im dritten Quartal 2022/2023 belief sich auf 8,3 Mio. EUR (Q3 2021/2022: 7,1 Mio. EUR). Dies entspricht einer bereinigten EBITDA-Marge von 15,6% im dritten Quartal des aktuellen Geschäftsjahres (Q3 2021/2022: 14,6%). Der Margenanstieg ist das Ergebnis des Wachstums der B2B-Umsätze, die mit einer überwiegend fixen Kostenbasis skalierbar werden.



## 1.3 Finanzlage

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

### Verkürzte Konzern-Kapitalflussrechnung

vom 1. März 2022 bis zum 30. November 2022

in Mio. EUR	Q3 2022/2023	Q3 2021/2022	9M 2022/2023	9M 2021/2022
<b>Cash-Flow aus der laufenden Geschäftstätigkeit</b>	<b>(17,8)</b>	<b>(43,0)</b>	<b>(129,4)</b>	<b>(47,3)</b>
<b>Cash-Flow aus der Investitionstätigkeit</b>	<b>(15,1)</b>	<b>(9,5)</b>	<b>(38,2)</b>	<b>(28,7)</b>
<b>Cash-Flow aus der Finanzierungstätigkeit</b>	<b>(9,2)</b>	<b>(5,5)</b>	<b>(22,5)</b>	<b>550,6</b>
Finanzmittelfonds am Anfang der Periode	<b>348,1</b>	640,6	<b>496,2</b>	107,9
Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelfonds	<b>(42,0)</b>	(58,0)	<b>(190,2)</b>	474,6
<b>Finanzmittelfonds am Ende der Periode</b>	<b>306,1</b>	<b>582,5</b>	<b>306,1</b>	<b>582,5</b>

ABOUT YOU erzielte in den ersten 9 Monaten des Geschäftsjahres einen Cash-Flow aus der laufenden Geschäftstätigkeit von -129,4 Mio. EUR (9M 2021/2022: -47,3 Mio. EUR). Die Entwicklung ist einerseits auf das höhere negative EBITDA von -122,0 Mio. EUR (9M 2021/2022: -79,2 Mio. EUR) und andererseits auf einen überproportionalen Anstieg der Vorräte gegenüber dem Vergleichszeitraum zurückzuführen. Treiber für die Vorratsentwicklung ist hauptsächlich die verhaltene

Umsatzentwicklung, welche wiederum primär auf makroökonomische Faktoren zurückzuführen ist. Darüber hinaus hat die Einführung des europäischen Netzwerks von Distributionszentren zu einem Ausbau der Lagerkapazitäten geführt und damit zu einem erhöhten Vorratsniveau beigetragen. Diese Effekte konnten nicht von den Veränderungen in den übrigen Bestandteilen des Nettoumlaufvermögens kompensiert werden.

Der Cash-Flow aus der Investitionstätigkeit wird im Wesentlichen durch das CAPEX bestimmt und betrug in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2022/2023 –38,2 Mio. EUR (9M 2021/2022: –28,7 Mio. EUR). Die Auszahlungen sind in erster Linie auf Investitionen in selbst entwickelte Software sowie Ausleihungen an Beteiligungen zurückzuführen. Die Auszahlungen für Investitionen in immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen betragen in den ersten neun Monaten des aktuellen Geschäftsjahres 28,4 Mio. EUR (9M 2021/2022: 17,8 Mio. EUR). Die Auszahlungen für Ausleihungen und die dazugehörigen Zinserträge – die im Wesentlichen Betriebsmittelkredite für Influencer-Brands und Inkubatoren beinhalten – beliefen sich in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2022/2023 auf 9,7 Mio. EUR (9M 2021/2022: 10,0 Mio. EUR) und befinden sich somit ungefähr auf Vorjahresniveau.

Der Free Cash-Flow (Cash-Flow aus der laufenden Geschäftstätigkeit zzgl. Cash-Flow aus Investitionstätigkeit) betrug in den ersten 9 Monaten des laufenden Geschäftsjahres folglich –167,7 Mio. EUR (9M 2021/2022: –76,0 Mio. EUR).

Der Cash-Flow aus der Finanzierungstätigkeit betrug in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2022/2023 –22,5 Mio. EUR (9M 2021/2022: 550,6 Mio. EUR) und beinhaltet 19,9 Mio. EUR für Leasingzahlungen exklusive Zinsen (9M 2021/2022: 6,0 Mio. EUR) sowie Zinszahlungen im Zusammenhang mit Leasingverbindlichkeiten in Höhe von 2,4 Mio. EUR (9M 2021/2022: 0,2 Mio. EUR). Die Leasingverbindlichkeiten resultieren vor allem aus dem Auf- und Ausbau von Distributionszentren hin zu einem europäischen Distributionsnetzwerk. Der positive Cash-Flow im Vorjahr beinhaltete die Kapitaleinzahlungen aus dem Börsengang abzüglich darauf entfallender Kosten.

Zum 30. November 2022 verfügte ABOUT YOU über Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente in Höhe von 306,1 Mio. EUR (28. Februar 2022: 496,2 Mio. EUR). ABOUT YOU war jederzeit im laufenden Geschäftsjahr in der Lage, seine Zahlungsverpflichtungen zu erfüllen.



## 1.4 Vermögenslage

### 1.4.1 Verkürzte Konzern-Bilanz

Die Vermögenslage des Konzerns wird in folgender verkürzter Bilanz dargestellt:

#### Verkürzte Konzern-Bilanz

zum 30. November 2022

Aktiva			Passiva		
in Mio. EUR	30.11.2022	28.02.2022	in Mio. EUR	30.11.2022	28.02.2022
Langfristige Vermögenswerte	310,4	130,8	Eigenkapital	420,9	583,5
Kurzfristige Vermögenswerte	1.010,0	1.053,5	Langfristige Schulden	188,3	53,0
			Kurzfristige Schulden	711,2	547,8
<b>Bilanzsumme</b>	<b>1.320,4</b>	<b>1.184,3</b>	<b>Bilanzsumme</b>	<b>1.320,4</b>	<b>1.184,3</b>

Die langfristigen Vermögenswerte setzen sich im Wesentlichen aus immateriellen Vermögenswerten, Nutzungsrechten nach IFRS 16, Sachanlagen sowie finanziellen Vermögenswerten zusammen. Der Anstieg der immateriellen Vermögenswerte um 15,8 Mio. EUR ist überwiegend auf Investitionen in selbst entwickelte Software zurückzuführen. Die Nutzungsrechte sind im Vergleich zum 28. Februar 2022 um 151,9 Mio. EUR gestiegen. Ursächlich hierfür sind im Wesentlichen der erneuerte Vertrag für das Distributionszentrum in Altenkunstadt

(effektiv mit dem ersten Quartal 2022/2023) sowie die erstmalige Aktivierung der neuen Distributionszentren in Polen (effektiv mit dem zweiten Quartal 2022/2023) und Frankreich (effektiv mit dem dritten Quartal 2022/2023), die das Distributionsnetzwerk von ABOUT YOU in Europa neben den bereits bestehenden Standorten in Deutschland (Altenkunstadt) und der Slowakei um zwei weitere Standorte erweitern. Die Verträge gewähren ABOUT YOU das exklusive Nutzungsrecht im Rahmen von langfristigen Vertragsmodellen.

Zusätzlich ist in den sonstigen langfristigen finanziellen Vermögenswerten ein Anstieg in Höhe von 10,7 Mio. EUR zu verzeichnen, der in erster Linie aus Betriebsmittelkrediten für Beteiligungen an Influencer-Brands stammt.

Die kurzfristigen Vermögenswerte setzen sich im Wesentlichen aus Vorräten aus Handelswaren, Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstigen Forderungen, sonstigen Vermögenswerten sowie Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zusammen. Die Abnahme der kurzfristigen Vermögenswerte im Vergleich zum 28. Februar 2022 erklärt sich im Wesentlichen aus dem in der Finanzlage näher erläuterten Rückgang der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente. Gegenläufig wirkte sich der Anstieg der Vorräte um 154,0 Mio. EUR im Vergleich zum 28. Februar 2022 aus. Die Entwicklung der Vorräte resultiert hauptsächlich aus der derzeit verhaltenen Umsatzentwicklung, welche wiederum primär auf makroökonomische Faktoren zurückzuführen ist. Darüber hinaus hat die Einführung des europäischen Netzwerks von Distributionszentren zu einem Ausbau der Lagerkapazitäten geführt und damit zu einem erhöhten Vorratsniveau im Vergleich zum 28. Februar 2022 beigetragen.

Bei den Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie sonstigen Forderungen ist ein Rückgang von 10,2 Mio. EUR im Vergleich zum 28. Februar 2022 zu beobachten. Dies ist einerseits auf den durch makroökonomische Faktoren bedingten Nachfragerückgang zurückzuführen und andererseits das Ergebnis von kontinuierlichen Optimierungsmaßnahmen im Forderungsmanagement, wodurch Zahlungsziele gesenkt werden konnten.

Die sonstigen kurzfristigen nicht finanziellen Vermögenswerte sind im Vergleich zum 28. Februar 2022 um 2,8 Mio. EUR gestiegen und enthalten unverändert größtenteils den Herausgabeanspruch aus erwarteten Retouren (30. November 2022: 66,4 Mio. EUR; 28. Februar 2022: 39,6 Mio. EUR). Dieser entspricht der Höhe der Anschaffungskosten der gelieferten Waren, bei denen eine Rücklieferung erwartet wird, unter Berücksichtigung der für die Retourenabwicklung anfallenden Kosten und der bei der Verwertung entstehenden Verluste. Zudem sind Forderungen aus sonstigen Steuern in Höhe von 2,3 Mio. EUR (28. Februar 2022: 24,9 Mio. EUR) ausgewiesen, die im Wesentlichen aus Umsatzsteuerforderungen stammen. Weitere Bestandteile des Postens betreffen Abgrenzungen von zukünftigen Aufwendungen sowie Lieferantenbonusansprüche.

Das Eigenkapital nahm zum 30. November 2022 im Vergleich zum 28. Februar 2022 um 162,6 Mio. EUR ab. Die Minderung des Eigenkapitals stammt im Wesentlichen aus dem Periodenergebnis. Die Kapitalrücklage hat sich im Wesentlichen aufgrund der Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütungen mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente um 7,4 Mio. EUR erhöht.

Die langfristigen Schulden beinhalten zum 30. November 2022 im Wesentlichen die Verbindlichkeiten aus Leasingverhältnissen in Höhe von 181,6 Mio. EUR, die gegenüber dem 28. Februar 2022 um 133,7 Mio. EUR gestiegen sind. Im Zuge der Aktivierung der Nutzungsrechte aus dem erneuerten Vertrag für das Distributionszentrum in Altenkunstadt, dem neuen Distributionszentrum in Polen und dem neuen Distributionszentrum in Frankreich ist eine gegenläufige Erhöhung der Verbindlichkeiten aus Leasingverhältnissen zu passivieren.

Die kurzfristigen Schulden setzen sich im Wesentlichen aus den Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie sonstigen Verbindlichkeiten zusammen. Der Anstieg der kurzfristigen Schulden im Vergleich zum 28. Februar 2022 stammt vor allem aus einem Anstieg der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen um 103,5 Mio. EUR, der insbesondere durch die Vorratsentwicklung begründet ist.

In den kurzfristigen Leasingverhältnissen ist der kurzfristig fällige Anteil der Leasingverbindlichkeiten gemäß IFRS 16 ausgewiesen, der zum 30. November 2022 41,0 Mio. EUR (28. Februar 2022: 12,1 Mio. EUR) beträgt. Der Anstieg ist analog zur Entwicklung der Nutzungsrechte und langfristigen Leasingverbindlichkeiten hauptsächlich auf die erneuerten bzw. neuen Verträge der Distributionszentren in Deutschland, Polen und Frankreich zurückzuführen.

Ein Anstieg kann auch bei den sonstigen finanziellen Verbindlichkeiten beobachtet werden, die um 36,3 Mio. EUR gestiegen sind. Dies ist insbesondere auf eine im Vergleich zum 28. Februar 2022 höhere Retourenrückstellung zurückzuführen. Die Erhöhung ist hierbei einerseits saisonal durch die höherpreisige Herbst-/Wintermode bedingt, die in einem höheren absoluten Betrag resultiert und andererseits ein Ergebnis des Anstiegs der Retourenquote hin zu einem Vor-Covid-Niveau. Darüber hinaus wirken sich operative Volatilität im Umsatz und Abgrenzungseffekte zum Stichtag auf die Höhe der Retourenrückstellung aus.

Die sonstigen nicht finanziellen Verbindlichkeiten beinhalten im Wesentlichen Umsatzsteuerverbindlichkeiten und haben sich aufgrund von Stichtageffekten reduziert.

## 1.4.2 Nettoumlaufvermögen

Die Berechnung des Nettoumlaufvermögens ist der nachfolgenden Tabelle zu entnehmen:

### Nettoumlaufvermögen (Net Working Capital)

in Mio. EUR	30.11.2022	28.02.2022
<b>(+) Kurzfristige Vermögenswerte exkl. Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente</b>	<b>704,0</b>	<b>557,3</b>
Vorräte	542,3	388,4
Forderungen aus Lieferung und Leistung sowie sonstigen Forderungen	65,7	75,9
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	0,1	0,0
Sonstige nicht finanzielle Vermögenswerte	95,8	93,0
<b>(-) Kurzfristige Schulden</b>	<b>711,2</b>	<b>547,8</b>
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	451,2	347,7
Leasingverbindlichkeiten	41,0	12,1
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	144,3	108,0
Sonstige nicht finanzielle Verbindlichkeiten	73,1	79,6
Sonstige Rückstellungen	1,7	0,4
<b>= Nettoumlaufvermögen</b>	<b>(7,3)</b>	<b>9,5</b>



Das Nettoumlaufvermögen (Net Working Capital) zum Ende des Q3 des aktuellen Geschäftsjahres beträgt -7,3 Mio. EUR (Geschäftsjahr 2021/2022: 9,5 Mio. EUR). Die Entwicklung des Nettoumlaufvermögens im Vergleich zum Vorjahr (Geschäftsjahr 2021/2022) in Höhe von -16,8 Mio. EUR ist getrieben vom geringeren Aufbau der kurzfristigen Vermögenswerte exklusive der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum 30. November 2022 auf 704,0 Mio. EUR (Geschäftsjahr 2021/2022: 557,3 Mio. EUR) gegenüber dem stärkeren Anstieg der kurzfristigen Schulden zum 30. November 2022 auf 711,2 Mio. EUR (Geschäftsjahr 2021/2022: 547,8 Mio. EUR). Diese Entwicklung resultiert vor allem aus der Saisonalität des Geschäftsmodells mit höherpreisigen Waren in den Herbst- und Wintermonaten, die somit einen größeren Aufbau von kurzfristigen Schulden verursachen. Gegenläufig befinden sich die Vorratsbestände weiterhin auf einem erhöhten Niveau.

Die Vorräte blieben im dritten Quartal auf einem hohen Niveau, primär aufgrund der verhaltenen Umsatzentwicklung. Makroökonomische Faktoren wirkten sich negativ auf die Nachfrage aus und die mit Vorlauf bestellten Bestände konnten nicht kurzfristig angepasst werden. Darüber hinaus hat die Einführung des europäischen Netzwerks von Distributionszentren zu einem Ausbau der Lagerkapazitäten geführt und damit zu einem erhöhten Vorratsniveau beigetragen.

Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie die sonstigen Forderungen sind rückläufig. Dies ist einerseits auf den makroökonomischen Faktoren bedingten Nachfragerückgang zurückzuführen. Andererseits ist diese Entwicklung das Ergebnis von kontinuierlichen Optimierungsmaßnahmen im Forderungsmanagement, wodurch Zahlungsziele gesenkt werden konnten.

Der Anstieg der kurzfristigen Schulden im Vergleich zum 28. Februar 2022 stammt vor allem aus einem Anstieg der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen um 103,5 Mio. EUR, welcher insbesondere durch die Vorratsentwicklung begründet ist.

Der Anstieg der Leasingverbindlichkeiten ist hauptsächlich auf die erneuerten bzw. neuen Verträge der Distributionszentren in Deutschland, Polen und Frankreich zurückzuführen. Die sonstigen finanziellen Verbindlichkeiten sind insbesondere durch die höhere Retourenrückstellung angestiegen. Der Entwicklung der sonstigen nicht finanziellen Verbindlichkeiten ist im Wesentlichen auf Stichtagseffekte der Umsatzsteuerverbindlichkeiten zurückzuführen.

## 1.5 Prognose

ABOUT YOU hält an der im September 2022 angepassten Prognose für das Geschäftsjahr 2022/2023 weiterhin fest.

Aufgrund der schwierigen makroökonomischen Rahmenbedingungen sowie vor dem Hintergrund der Umsatz- und Ergebnisentwicklung im Q3 2022/2023 erwartet ABOUT YOU nunmehr, dass Umsatzwachstum und das bereinigte EBITDA der Gruppe am unteren Ende der Jahresprognose liegen werden.

ABOUT YOU erwartet folglich für das Geschäftsjahr 2022/2023 ein Umsatzwachstum auf Konzernebene am unteren Ende der Spanne von +10 % bis +20 % (1.905 bis 2.078 Mio. EUR) gegenüber dem Vorjahr. Das bereinigte EBITDA wird voraussichtlich auf das untere Ende der Spanne von -140 bis -120 Mio. EUR (Marge -7,3 % bis -5,8 %) sinken.

Hamburg, 10. Januar 2023

Der Vorstand

TAREK MÜLLER

HANNES WIESE

SEBASTIAN BETZ

# Verkürzter Konzern- Zwischenabschluss

## 2.1 Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

vom 1. März 2022 bis 30. November 2022

in Mio. EUR	Q3 2022/2023	Q3 2021/2022	9M 2022/2023	9M 2021/2022
Umsatzerlöse	554,9	512,5	1.489,6	1.330,2
Materialaufwand	(360,9)	(311,7)	(907,8)	(795,8)
Personalaufwand	(25,6)	(19,0)	(77,1)	(60,5)
Sonstige betriebliche Aufwendungen	(223,5)	(221,7)	(655,4)	(571,4)
Sonstige betriebliche Erträge	0,3	1,3	1,7	2,7
Andere aktivierte Eigenleistungen	11,2	8,0	27,0	15,7
<b>Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)</b>	<b>(43,6)</b>	<b>(30,7)</b>	<b>(122,0)</b>	<b>(79,2)</b>
Abschreibungen	(15,8)	(7,7)	(42,0)	(15,4)
<b>Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)</b>	<b>(59,4)</b>	<b>(38,5)</b>	<b>(164,1)</b>	<b>(94,6)</b>
Zinsergebnis	(0,8)	(0,4)	(1,8)	(3,7)
Sonstiges Finanzergebnis	(1,1)	(0,2)	(2,4)	0,9
<b>Ergebnis vor Steuern (EBT)</b>	<b>(61,3)</b>	<b>(39,0)</b>	<b>(168,3)</b>	<b>(97,4)</b>
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	(0,7)	(0,9)	(1,5)	(1,0)
<b>Periodenergebnis</b>	<b>(62,0)</b>	<b>(39,9)</b>	<b>(169,8)</b>	<b>(98,4)</b>
Ergebnis je Aktie (EPS) – unverwässert [in EUR]	(0,36)	(0,23)	(0,99)	(0,62)
Ergebnis je Aktie (EPS) – verwässert [in EUR]	(0,36)	(0,23)	(0,99)	(0,62)



## 2.2 Konzern-Bilanz

zum 30. November 2022

Aktiva			Passiva		
in Mio. EUR	30.11.2022	28.02.2022	in Mio. EUR	30.11.2022	28.02.2022
<b>Langfristige Vermögenswerte</b>	<b>310,4</b>	<b>130,8</b>	<b>Eigenkapital</b>	<b>420,9</b>	<b>583,5</b>
Immaterielle Vermögenswerte	63,0	47,3	Gezeichnetes Kapital	186,2	186,2
Nutzungsrechte	209,6	57,6	Kapitalrücklage	941,0	933,6
Sachanlagen	7,0	5,8	Bilanzverlust	(706,1)	(536,2)
Sonstige langfristige finanzielle Vermögenswerte	30,8	20,1	Hedging Rücklage	(0,2)	0,0
<b>Kurzfristige Vermögenswerte</b>	<b>1.010,0</b>	<b>1.053,5</b>	<b>Langfristige Schulden</b>	<b>188,3</b>	<b>53,0</b>
Vorräte	542,3	388,4	Leasingverbindlichkeiten	181,6	47,9
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie sonstige Forderungen	65,7	75,9	Latente Steuerschulden	6,7	5,2
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	0,1	0,0	<b>Kurzfristige Schulden</b>	<b>711,2</b>	<b>547,8</b>
Sonstige nicht finanzielle Vermögenswerte	95,8	93,0	Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	451,2	347,7
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	306,1	496,2	Leasingverbindlichkeiten	41,0	12,1
			Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	144,3	108,0
			Sonstige nicht finanzielle Verbindlichkeiten	73,1	79,6
			Sonstige Rückstellungen	1,7	0,4
<b>Bilanzsumme</b>	<b>1.320,4</b>	<b>1.184,3</b>	<b>Bilanzsumme</b>	<b>1.320,4</b>	<b>1.184,3</b>

## 2.3 Konzern-Kapitalflussrechnung

vom 1. März 2022 bis 30. November 2022

in Mio. EUR	Q3 2022/2023	Q3 2021/2022	9M 2022/2023	9M 2021/2022
<b>Periodenergebnis</b>	<b>(62,0)</b>	<b>(39,9)</b>	<b>(169,8)</b>	<b>(98,4)</b>
+ Abschreibungen	15,8	7,7	42,0	15,4
+ Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	0,7	0,9	1,5	1,0
+ Zinsergebnis	0,8	0,4	1,8	3,7
- Gezahlte Steuern	(0,0)	0,0	(0,0)	(0,0)
-/+ Zunahme/Abnahme der Vorräte	4,2	(58,9)	(154,0)	(102,8)
-/+ Zunahme/Abnahme der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie sonstigen Forderungen	(4,8)	(30,0)	10,2	(41,1)
+/- Zunahme/Abnahme der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	(6,0)	85,1	103,5	180,9
+/- Zunahme/Abnahme der sonstigen Aktiva/Passiva	33,2	(8,5)	28,3	(16,6)
+ Nicht zahlungswirksame Aufwendungen	0,3	0,2	7,1	10,6
<b>= Cash-Flow aus der laufenden Geschäftstätigkeit</b>	<b>(17,8)</b>	<b>(43,0)</b>	<b>(129,4)</b>	<b>(47,3)</b>
- Auszahlungen für Investitionen in immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen	(11,3)	(8,7)	(28,4)	(17,8)
- Auszahlungen für den Erwerb von Unternehmensanteilen	0,0	(0,0)	(0,1)	(0,9)
+/- Auszahlungen/Tilgungen für Ausleihungen und Zinserträge	(3,7)	(0,8)	(9,7)	(10,0)
<b>= Cash-Flow aus der Investitionstätigkeit</b>	<b>(15,1)</b>	<b>(9,5)</b>	<b>(38,2)</b>	<b>(28,7)</b>
<b>= Free Cash-Flow</b>	<b>(32,8)</b>	<b>(52,5)</b>	<b>(167,7)</b>	<b>(76,0)</b>
+ Einzahlungen aus Eigenkapitalzuführungen	0,0	0,0	0,1	637,3
+/- Auszahlungen aus Gesellschafterdarlehen	0,0	0,0	0,0	(75,0)
+/- Zahlungen aus Leasingverträgen	(8,1)	(4,9)	(19,9)	(6,0)
+/- Gezahlte Zinsen	(1,1)	(0,6)	(2,6)	(5,7)
<b>= Cash-Flow aus der Finanzierungstätigkeit</b>	<b>(9,2)</b>	<b>(5,5)</b>	<b>(22,5)</b>	<b>550,6</b>
+ Finanzmittelfonds am Anfang der Periode	348,1	640,6	496,2	107,9
+/- Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelfonds	(42,0)	(58,0)	(190,2)	474,6
<b>= Finanzmittelfonds am Ende der Periode</b>	<b>306,1</b>	<b>582,5</b>	<b>306,1</b>	<b>582,5</b>

# Weitere Informationen

## 3.1 Glossar

### 1P

Im Rahmen des hybriden Geschäftsmodells: eigene Produkte inkl. Partner-Produkte, Eigenmarken und COOPs

### 3P

Teil des hybriden Geschäftsmodells: Fremdbestand von Drittanbietern, der im Rahmen von ABOUT YOUs Direktversand- und FbAY-Modell verwendet wird

### ABOUT YOU COMMERCE

Handelsgeschäfte im ABOUT YOU Online-Shop mit Endkund\*innen über die Website und App, Zusammensetzung aus den Segmenten ABOUT YOU DACH und ABOUT YOU RoE

### ABOUT YOU DACH

ABOUT YOU DACH; berichtspflichtiges Segment der Heimatregion von ABOUT YOU in Deutschland, Österreich und der Schweiz

### ABOUT YOU ROE

ABOUT YOU Rest of Europe; berichtspflichtiges Segment der Märkte von ABOUT YOU außerhalb von DACH in Europa, umfasst 23 Länder

### AKTIVE KUND\*INNEN

Kund\*innen, die innerhalb der letzten zwölf Monate mindestens einen Kauf über ABOUT YOUs Apps und Websites getätigt haben

### APM

Alternative performance measures; alternative Leistungsindikatoren ohne Anerkennung laut IFRS

### BEREINIGTES EBITDA

EBITDA bereinigt um (i) Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütungen mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente, (ii) Restrukturierungskosten und (iii) Einmaleffekte

### CAGR

Compound annual growth rate; durchschnittliche jährliche Wachstumsrate für jedes Jahr des relevanten Zeitraums

### CAPEX

Capital expenditures; Auszahlungen für Investitionen in immaterielle Vermögenswerte, in das Sachanlagevermögen, Auszahlungen für den Erwerb von Unternehmensanteilen, Auszahlungen und Tilgungen für Ausleihungen sowie Zinserträge

### CEE

Central and Eastern Europe; Mittel- und Osteuropa

### COOPs

Exklusive Marken und (limitierte) exklusive Kollektionen in enger Zusammenarbeit mit Influencer\*innen, Prominenten und Marken



**D2C**

Direct-to-consumer; direkter Vertrieb an Endkund\*innen und nicht über andere Einzel- oder Großhändler

**DC**

Distribution center; Vertriebszentrum

**DURCHSCHNITTLICHE BESTELFHÄUFIGKEIT**

Summe aller Bestellungen geteilt durch die Anzahl aktiver Kund\*innen

**DURCHSCHNITTLICHER BESTELLWERT**

Wert aller an Kund\*innen im Handelsgeschäft verkauften Waren inkl. Mehrwertsteuer nach Stornierungen und Rücksendungen geteilt durch die Anzahl der Bestellungen innerhalb der letzten zwölf Monate

**EBIT**

Ergebnis vor Zinsen und Steuern

**EBITDA**

Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen

**EBITDA-MARGE**

Verhältnis von EBITDA zu den Umsatzerlösen

**ENABLING**

360°-Services für Markenpartner, die E-Commerce-Operations und Marketing-Services-Dienstleistungen umfassen, Teil des Segments TME

**EPS**

Earnings per share; Ergebnis je Aktie

**FbAY**

Fulfillment by ABOUT YOU

**FREE CASH-FLOW**

Cash-Flow aus laufender Geschäftstätigkeit zuzüglich Cash-Flow aus Investitionstätigkeit (außer Investitionen in Termingelder und Zahlungsmittel, die einer Verfügungsbeschränkung unterliegen)

**GENERATION Y & Z**

Generation Y bezieht sich auf die Geburtsjahrgänge zwischen 1981 und 1996 und Generation Z bezieht sich auf die Geburtsjahrgänge ab 1997<sup>1</sup>

**GESAMTREICHWEITE**

Die gesamte Medienreichweite bezieht sich auf die Gesamtaufrufe von Posts, Reels und Stories für Instagram, Videoaufrufe für TikTok und Aufrufe von Facebook-Posts

**GMV**

Gross merchandise volume; Bruttowarenvolumen, Wert aller an Kund\*innen durch ABOUT YOU verkauften Waren inkl. Mehrwertsteuer nach Stornierungen und Rücksendungen

**LTM**

Last twelve months; letzte zwölf Monate

**MEDIA**

Brand and Advertising Solutions von ABOUT YOU, die verschiedene Online- und Offline-Werbeformate für Partner umfassen, Teil des Segments TME

<sup>1</sup> Pew Research Center (2019) – Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins

**MINIMUM VIABLE PRODUCT**

Minimal funktionsfähige erste Version eines neuen Produkts zur Markteinführung (nur mit Kernfunktionen ausgestattet, um mit minimalem Aufwand Kund\*innen zu gewinnen und dann mehr über ihre Bedürfnisse herauszufinden)

**Mio.**

Million(en)

**MITARBEITER\*INNEN (ZUM BILANZSTICHTAG)**

Festangestellte Mitarbeiter\*innen auf Vollzeitkräfte umgerechnet (zum Bilanzstichtag)

**MOBILE SESSIONS**

Sessions (in %), die über ein mobiles Endgerät, z.B. ein Smartphone, erfolgen (innerhalb der letzten zwölf Monate, geteilt durch die Gesamtzahl der Sessions in dem betreffenden Zeitraum)

**NETTOUMLAUFVERMÖGEN (NET WORKING CAPITAL)**

Vorräte zuzüglich Forderungen (inkl. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstige kurzfristige Vermögenswerte) abzüglich der kurzfristigen Verbindlichkeiten (inkl. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen, sonstige Verbindlichkeiten und Rückstellungen durch Retouren)

**QoQ**

Quarter-over-quarter; dieses Quartal im Vergleich zum letzten Quartal

**SaaS**

Software as a service

**SEU**

Southern Europe; Südeuropa, d.h. Spanien, Frankreich, Italien, Griechenland und Portugal

**SUMME ALLER BESTELLUNGEN**

Anzahl der Bestellungen innerhalb der letzten zwölf Monate

**TECH**

E-Commerce-Technologielösungen von ABOUT YOU, die Dritten angeboten werden, Teil des Segments TME

**THG-EMISSIONEN**

Treibhausgas-Emissionen

**TME**

Tech, Media und Enabling; B2B-Segment von ABOUT YOU mit Tech, Media und Enabling als Umsatzströme

**USER SESSIONS**

Alle Sessions in allen Ländern, exkl. Sessions ohne Interaktion

**USP**

Unique selling proposition; Alleinstellungsmerkmal, eine Funktion oder ein wahrnehmbarer besonderer Vorteil eines Produkts oder einer Dienstleistung, durch das sich das Produkt bzw. die Dienstleistung von konkurrierenden Marken auf dem Markt abhebt

**VJ**

Vorjahr

**YoY**

Year-on-year; aktuelles Berichtsquartal im Vergleich zum entsprechenden Vorjahresquartal

## 3.2 Finanzkalender

**11. Mai 2023** Ergebnisse des Geschäftsjahres 2022/2023

**23. Juni 2023** Hauptversammlung 2023

## 3.3 Impressum, Kontakt und Haftungsausschluss

### Impressum

ABOUT YOU Holding SE  
Domstraße 10  
20095 Hamburg  
Deutschland

Amtsgericht Hamburg  
Handelsregisternr.: HRB 170972

Umsatzsteuer-ID: DE341641169  
Steuernr.: 27/240/02458

Telefon: +49 40 638 569 – 0  
E-Mail: [info@aboutyou.de](mailto:info@aboutyou.de)  
<https://corporate.aboutyou.de/de/>

### Der Vorstand

Sebastian Betz, Tarek Müller, Hannes Wiese  
Vorsitzender des Aufsichtsrats: Sebastian Klauke

### Kontakt

#### Investor Relations

Frank Böhme  
Head of Investor Relations & Communications  
Telefon: +49 40 638 569 – 359  
E-Mail: [ir@aboutyou.com](mailto:ir@aboutyou.com)

#### Design und Satz

IR-ONE AG & Co., Hamburg  
[www.ir-one.de](http://www.ir-one.de)



## Haftungsausschluss

Dieser Bericht enthält auch zukunftsgerichtete Aussagen. Diese Aussagen basieren auf der gegenwärtigen Sicht, auf Erwartungen und Annahmen des Managements der ABOUT YOU Holding SE („ABOUT YOU“). Solche Aussagen unterliegen bekannten und unbekanntem Risiken und Unsicherheiten, die außerhalb der Möglichkeiten von ABOUT YOU bezüglich einer Kontrolle oder präzisen Einschätzungen liegen, wie beispielsweise dem zukünftigen Marktumfeld und den wirtschaftlichen, gesetzlichen und regulatorischen Rahmenbedingungen, dem Verhalten der übrigen Marktteilnehmer, der erfolgreichen Integration von neu erworbenen Unternehmen und der Realisierung von erwarteten Synergieeffekten sowie von Maßnahmen staatlicher Stellen.

Sofern eine dieser oder andere Unsicherheitsfaktoren und Unwägbarkeiten eintreten oder sollten sich die Annahmen, auf denen diese Aussagen basieren, als unrichtig erweisen, könnten die tatsächlichen Ergebnisse wesentlich von den in diesen Aussagen explizit genannten oder implizit enthaltenen Ergebnissen abweichen. ABOUT YOU übernimmt keine Gewährleistung und keine Haftung dafür, dass die künftige Entwicklung und die künftig erzielten tatsächlichen Ergebnisse mit den in diesem Bericht geäußerten Annahmen und Schätzungen übereinstimmen werden. Es ist von ABOUT YOU weder beabsichtigt, noch übernimmt ABOUT YOU eine gesonderte Verpflichtung, zukunftsbezogene Aussagen zu aktualisieren, um sie an Ereignisse oder Entwicklungen nach dem Datum dieses Berichts anzupassen, soweit keine gesetzliche Veröffentlichungspflicht dazu besteht.

Aufgrund von Rundungen ist es möglich, dass sich einzelne Zahlen in diesem und anderen Berichten oder Mitteilungen nicht genau zur angegebenen Summe addieren und dass dargestellte Prozentangaben nicht genau die absoluten Werte widerspiegeln, auf die sie sich beziehen.

Dieser Bericht wird auch in englischer Sprache veröffentlicht. Bei Abweichungen geht die deutsche Fassung des Berichts der englischen Übersetzung vor.



**ABOUT | YOU<sup>©</sup>**

ABOUT YOU HOLDING SE  
DOMSTRASSE 10  
20095 HAMBURG