

HI 2022/2023

# HALBJAHRES- BERICHT

# Kennzahlen im Überblick

**-9,9%**

bereinigte EBITDA-Marge des Konzerns  
(Q2 2021/2022: -3,3%)

**+8,9%**

Umsatzwachstum des Konzerns ggü. Vj.  
(Q2 2021/2022: 53,3%)

**+17,0%**

Umsatzwachstum im Segment Tech, Media  
und Enabling ggü. Vj. (Q2 2021/2022: +181,0%)

**430,6**  
**MIO. EUR**

Umsatzerlöse des Konzerns  
(Q2 2021/2022: 395,6 Mio. EUR)

**8,8%**

bereinigte EBITDA-Marge des Segments Tech,  
Media und Enabling (Q2 2021/2022: 15,4%)

**39,1%**

Bruttomarge des Konzerns (in % der Umsatzerlöse)  
(Q2 2021/2022: 39,0%)

**12,3** MIO.

aktive Kund\*innen LTM  
(Q2 2021/2022: 9,7 Mio.)

**3,0 x**

durchschnittliche Bestellhäufigkeit LTM  
(Q2 2021/2022: 2,9x)

# Auf einen Blick

	Q2 2022/2023	Q2 2021/2022	H1 2022/2023	H1 2021/2022
<b>Leistungsindikatoren Konzern</b>				
User Sessions pro Monat (LTM in Mio.)	139,8	111,1	139,8	111,1
Anteil der User Sessions über mobile Endgeräte (LTM in %)	86,2	83,5	86,2	83,5
Aktive Kund*innen (LTM in Mio.)	12,3	9,7	12,3	9,7
Anzahl Bestellungen (LTM in Mio.)	36,9	28,0	36,9	28,0
Durchschnittliche Bestellungen pro aktiven Kund*innen (LTM)	3,0	2,9	3,0	2,9
Durchschnittliche Warenkorbgröße (LTM in EUR inkl. MwSt.)	55,5	58,5	55,5	58,5
Durchschnittlicher GMV pro Kund*in (in EUR inkl. MwSt.)	166,5	168,5	166,5	168,5
<b>Ertragslage Konzern</b>				
Umsatzerlöse (in Mio. EUR)	430,6	395,6	934,8	817,7
Bruttomarge (in % der Umsatzerlöse)	39,1	39,0	41,0	40,4
EBITDA (in Mio. EUR)	(47,1)	(29,8)	(78,5)	(48,5)
EBITDA (in % der Umsatzerlöse)	(10,9)	(7,5)	(8,4)	(5,9)
Bereinigtes EBITDA (in Mio. EUR)	(42,8)	(13,1)	(71,6)	(25,4)
Bereinigtes EBITDA (in % der Umsatzerlöse)	(9,9)	(3,3)	(7,7)	(3,1)
<b>Vermögens- und Finanzlage Konzern</b>				
Eigenkapitalquote (in % der Bilanzsumme)	37,2	59,6	37,2	59,6
Cash-Flow aus der laufenden Geschäftstätigkeit (in Mio. EUR)	(100,4)	(22,4)	(111,7)	(4,4)
Cash-Flow aus der Investitionstätigkeit (in Mio. EUR)	(10,0)	(8,2)	(23,2)	(19,2)
Cash-Flow aus der Finanzierungstätigkeit (in Mio. EUR)	(6,7)	557,5	(13,3)	556,2
Free Cash-Flow (in Mio. EUR)	(110,4)	(30,7)	(134,8)	(23,5)
Finanzmittelbestand (in Mio. EUR)	348,1	640,6	348,1	640,6
Nettoumlaufvermögen (Net Working Capital) (in Mio. EUR)	26,9	(46,7)	26,9	(46,7)
Capex (Capital Expenditure) (in Mio. EUR)	(10,0)	(8,2)	(23,2)	(19,2)
<b>Sonstige Kennzahlen</b>				
Mitarbeiter*innen (zum Bilanzstichtag)	1.319	1.014	1.319	1.014
Unverwässertes Ergebnis je Aktie (in EUR)	(0,37)	(0,21)	(0,63)	(0,38)
Verwässertes Ergebnis je Aktie (in EUR)	(0,37)	(0,21)	(0,63)	(0,38)

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

# Inhaltsverzeichnis

<b>00 Unternehmen</b>	<b>2</b>	<b>03 Bescheinigung nach Prüferischer Durchsicht</b>	<b>52</b>
Kennzahlen im Überblick	2		
Auf einen Blick	3	<b>04 Weitere Informationen</b>	<b>54</b>
Gruppe	5	4.1 Glossar	54
Spotlight: Fashiontainment	8	4.2 Finanzkalender	57
		4.3 Impressum, Kontakt und Haftungsausschluss	57
<b>01 Konzern-Zwischenlagebericht</b>	<b>11</b>		
1.1 Grundlagen des Konzerns	11		
1.2 Wirtschaftsbericht	11		
1.3 Konzernertragslage	12		
1.4 Risiko- und Chancenbericht	30		
1.5 Prognosebericht	31		
1.6 Gesamtaussage des Vorstands	32		
<b>02 Verkürzter Konzern-Zwischenabschluss</b>	<b>33</b>		
2.1 Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung	33		
2.2 Konzern-Gesamtergebnisrechnung	34		
2.3 Konzern-Bilanz	35		
2.4 Konzern-Eigenkapitalüberleitung	36		
2.5 Konzern-Kapitalflussrechnung	37		
2.6 Anhang zum verkürzten Konzern-Zwischenabschluss	38		
2.7 Sonstige Angaben	47		
2.8 Versicherung der gesetzlichen Vertreter	51		

# Gruppe

Nach der Gründung im Mai 2014 hat sich ABOUT YOU (damals als sein Rechtsvorgänger, nachstehend als „ABOUT YOU“, „Konzern“ oder „Gruppe“ bezeichnet, d.h. die ABOUT YOU Holding SE und ihre vollständig konsolidierten Tochtergesellschaften) in den letzten Jahren zu einer der am schnellsten wachsenden Online-Modeplattformen Europas entwickelt. Die Gruppe hat das Ziel, den klassischen Einkaufsbummel für die junge und modebewusste Generation Y&Z zu digitalisieren, und verbindet Mode mit Technologie, um für die Nutzer\*innen ein besonders inspirierendes und personalisiertes Einkaufserlebnis auf dem Smartphone zu schaffen. Mit einem einzigartigen Influencer\*innen-basierten Konzept möchte ABOUT YOU die Kund\*innen dazu ermutigen, sich durch Mode selbst zu verwirklichen. Hierfür bietet ABOUT YOU kreative Inhalte und exklusive Kollektionen, die auf dem Netzwerk aus Influencer\*innen und den eigenen Produkten der Gruppe aufsetzen. Mehr als 45 Mio. aktive Nutzer\*innen pro Monat können über die Website aboutyou.com und die mehrfach ausgezeichnete App mehr als 500.000 Artikel von über 3.500 Marken<sup>1</sup> entdecken. Das Hybridmodell aus eigenen Produkten (1P) und Produkten von Markenpartnern (3P) erhöht nicht nur die

Kundenzufriedenheit dank wettbewerbsfähiger Lieferzeiten in ganz Europa, sondern auch die Profitabilität, da das Lagerrisiko gemindert wird.

Bei ABOUT YOU geht Mode einen Schritt weiter: Es eröffnet den Menschen neue Horizonte, ist innovativ und respektiert gleichzeitig ihr Umfeld. Mit einem 360°-Ansatz werden Themen zu den Säulen „Planet, People, and Progress“ angesprochen, die sowohl interne als auch externe Stakeholder\*innen betreffen.

Nach dem Start von ABOUT YOU in den Kernmärkten Deutschland, Österreich und der Schweiz nahm die internationale Expansion der Gruppe zunehmend Fahrt auf. Gegenwärtig ist ABOUT YOU in 26 europäischen Märkten vertreten und versendet im Rahmen des ABOUT YOU Global Shippings in rund 100 Länder weltweit. ABOUT YOU profitiert auch von der eigenen Tech-Infrastruktur und stellt Kunden aus dem Modesektor und anderen Branchen im Rahmen des vollständig rentablen B2B-Business eine SaaS-Lösung zur Verfügung. Die Aktien von ABOUT YOU sind an der Frankfurter Wertpapierbörse notiert und wurden im September 2021 in den SDAX® aufgenommen.

<sup>1</sup> Marken mit Umsatzerlösen über 0 EUR basierend auf Daten aus Deutschland für GJ 2021/2022, exkl. Second Love

## Segmente

### ABOUT YOU DACH

Die Heimatregion des Konzerns in Deutschland, Österreich und der Schweiz ist das Kernmarktsegment des E-Commerce-Geschäfts von ABOUT YOU und bildet das berichtspflichtige Segment ABOUT YOU DACH. Mit Sitz in Hamburg startete der Fashion Online-Shop im Mai 2014 im Segment DACH und verzeichnete dort seitdem ein rasantes Umsatzwachstum. Dieses starke Wachstum ist auf die hohe Markenbekanntheit, bei der ABOUT YOU im Vergleich zu anderen Fashion Pure-Playern an zweiter Stelle steht, sowie auf eine attraktive Stückkostenbilanz zurückzuführen.<sup>1</sup> Seit dem Break-Even im Geschäftsjahr 2019/2020 blieb das Segment DACH auf bereinigtem EBITDA-Niveau konstant rentabel. Im Oktober 2021 überschritt ABOUT YOU die Schwelle von 10 Mio. Kund\*innen, die seit 2014 in der heimischen Region der Gruppe mindestens eine Bestellung aufgaben.

### ABOUT YOU RoE (Rest of Europe)

Zu seinem Commerce-Geschäft außerhalb der Heimatregion berichtet der Konzern separat im ABOUT YOU Rest of Europe- oder RoE-Segment. Im Hinblick auf die Internationalisierung seines Geschäfts in Europa hat ABOUT YOU bereits große Erfolge erzielt. Insgesamt hat die Gruppe ihren skalierbaren Fashion Online-Shop bereits in 23 europäischen Märkten außerhalb von DACH eingeführt.

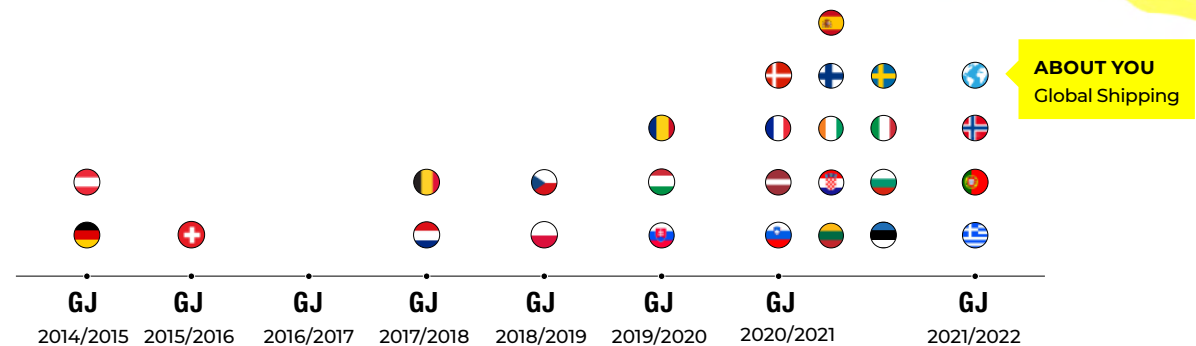
Nach Belgien und den Niederlanden (BeNe) im Geschäftsjahr 2017/2018 expandierte ABOUT YOU ab dem Geschäftsjahr 2018/2019 in elf Märkte in Mittel- und

Osteuropa (CEE), wo die Gruppe in weniger als drei Jahren die Marktführerschaft in Bezug auf die Markenbekanntheit in der Altersgruppe der 16- bis 49-Jährigen erlangte.<sup>2</sup> Seit dem Geschäftsjahr 2020/2021 beschleunigt ABOUT YOU die internationale Expansion nach Südeuropa (SEU) und in die nordischen Länder.

Im ersten Halbjahr des Geschäftsjahres 2022/2023 führte ABOUT YOU seine erfolgreiche Big Bang-Kampagne mit einem Launch-Event am 26. April 2022 in Norwegen durch, einem Land, in dem für die nächsten Quartale weitere Investitionen vorgesehen sind.

Um Wachstums- und Investitionschancen im Rahmen eines Test-and-Learn-Ansatzes zu sondieren, ging im Dezember 2021 das ABOUT YOU Global Shipping online. Über diesen Service kann die Gruppe heute bereits in mehr als 100 Länder liefern.

#### Timeline der Markteintritte



1 Basiert auf einer Marktstudie, die Ipsos (2021) im Auftrag von ABOUT YOU durchgeführt hat

2 Basierend auf gestützter Markenbekanntheit von Online-Modeplattformen, Marktstudien von ABOUT YOU (Juni 2021 bis Juni 2022) mit quantilope in CZ, SK, HR, BG, HU, RO, SI, Stichprobe: 16- bis 49-Jährige, alle Geschlechter, n=800 in jedem Land (n=5600 insgesamt), Frage: „Manchmal erinnern wir uns nicht an alles. Sie sehen jetzt die Namen einiger Online-Shops, in denen Sie Kleidung kaufen können. Bitte geben Sie für jeden von ihnen an, ob Sie ihn kennen, auch wenn es nur der Name ist.“

## TME (Tech, Media, Enabling)

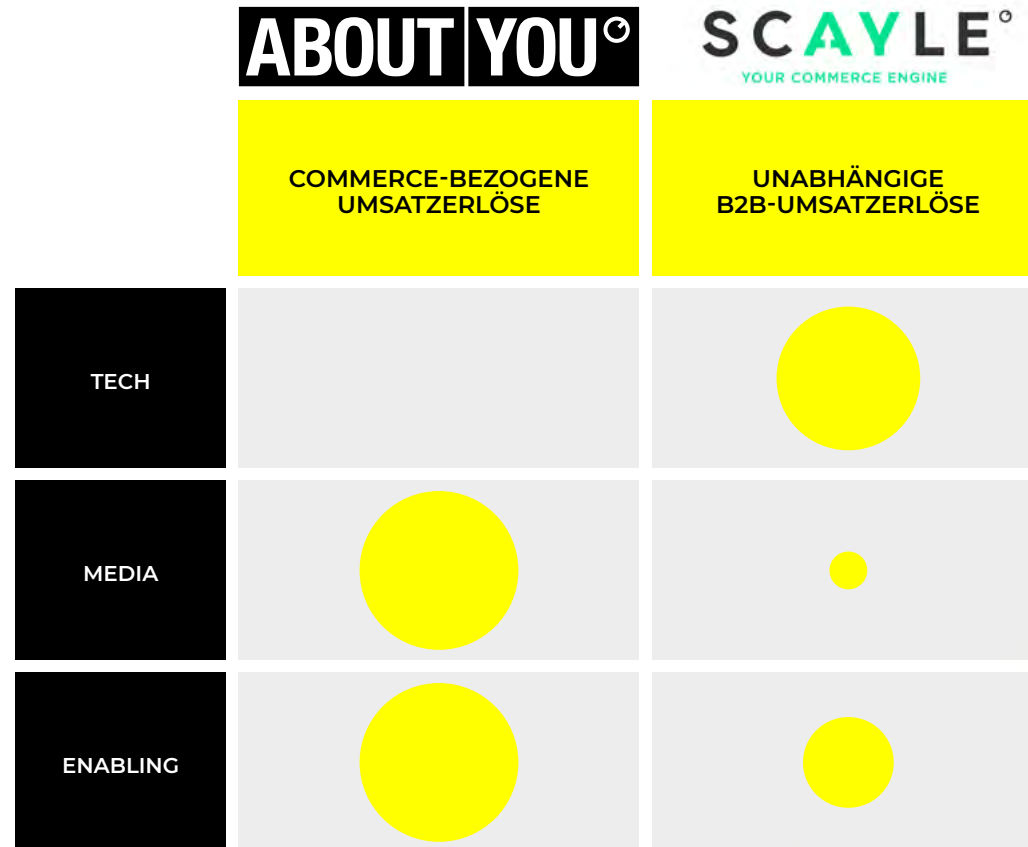
Um die eigenen Kompetenzen in den Bereichen E-Commerce-Technologie und -Marketing optimal zu nutzen, hat ABOUT YOU ein B2B-Geschäft aufgebaut, das im berichtspflichtigen Segment Tech, Media und Enabling (TME) dargestellt wird. Als ein Element des Segments unterstützt die unternehmenseigene SaaS-Lösung Marken und Einzelhändler dabei, schnell zu wachsen, indem sie von den vielfältigen Innovationen von ABOUT YOU profitieren (Tech). Zusätzlich bietet ABOUT YOU Marken- oder Werbeformate (Media) und 360°-Services entlang der E-Commerce-Wertschöpfungskette (Enabling) an. Seit dem Geschäftsjahr 2018/2019 weist das TME-Segment ein überdurchschnittliches Wachstum und besonders hohes Rentabilitätsprofil in allen drei Ertragskanälen auf.

Anfang November 2021 führte ABOUT YOU die eigenständige Marke SCAYLE ein, gefolgt von einer noch laufenden umfangreichen B2B-Branding- und Vertriebskampagne. SCAYLE ist im Segment TME der Markenname für die SaaS-, datengetriebenen Marketing- und 360°-Services für das E-Commerce-Business von Geschäftskunden. Mittlerweile werden mehr als 100 Online-Shops führender Marken in bis zu 26 europäischen Ländern mit SCAYLE betrieben.

Auf diese Weise gliedert sich TME in zwei Teile: Zum einen umfasst es den auf das Commerce-Geschäft bezogenen Teil, bei dem die erbrachten Dienstleistungen integraler Bestandteil des Ökosystems von ABOUT YOU und seinem Online-Shop sind. Zum anderen gibt es den Geschäftsbereich SCAYLE, bei dem die Services für externe Geschäftskunden unabhängig vom unternehmenseigenen Ökosystem erbracht werden.

### Das Segment TME

Umsatzerlöse von TME nach Kanal und Marke (LTM, illustrativ)



## Die ABOUT YOU Awards

Die ABOUT YOU Awards zeichnen Content Creator für ihre Inhalte aus, die sich für wichtige gesellschaftliche Themen einsetzen, klar Stellung beziehen, Menschen bewegen und die Gesellschaft prägen. In den vergangenen sechs Jahren haben sich die ABOUT YOU Awards als Deutschlands größte und relevanteste Auszeichnung für Social Media und die Generation Z etabliert. In diesem Jahr ging es sogar noch ein Stück weiter...

### Internationales Debüt

Mit einer internationalen Ausrichtung und dem bewährten Social Media First-Ansatz, hat ABOUT YOU den nächsten Schritt gewagt: Am 26. Mai 2022 wurden die ABOUT YOU Awards 2022 zum ersten Mal international in Mailand ausgerichtet, um die beeindruckendsten Content Creator Europas auszuzeichnen.

Insgesamt 1.500 exklusive Gäste aus 25 verschiedenen Ländern versammelten sich in der Modemetropole, um die exklusive Verleihung zu feiern, was 2,4 Mrd. potenzielle Medienkontakte mit sich brachte.

Die internationale Reise soll aber nicht hier enden, denn in Zukunft ist beabsichtigt, die Preisverleihung jedes Jahr in einem anderen europäischen Land stattfinden zu lassen.

### Ein neues Genre der Preisverleihung

Die ABOUT YOU Awards haben das Genre Preisverleihung völlig neu definiert. In diesem Jahr fand die gesamte Veranstaltung in einem einzigen großen Saal statt – der rote Teppich, das Pre-Event mit Sponsoren und musikalischen Acts, die Preisverleihung selbst sowie die After-Show-Party. Ein spezielles Lichtdesign

und Projektionen an den Wänden verwandelten die Location in jeder Phase in einen neuen Look.

Ein weiterer außergewöhnlicher Aspekt war, dass es keine festen Sitzplätze gab, wodurch die Gäste vor Ort Teil der Show wurden und im Laufe der Veranstaltung viele gemeinsame Momente schaffen konnten. Dieses neue Set-Up erzeugte eine einzigartige Stimmung.

Die Stargäste des Abends waren das Model Karolína Kurková und die digitale Entrepreneurin Chiara Ferragni mit ihren Schwestern Valentina und Francesca sowie ihrem Mann Fedez, Ester Expósito, Khaby Lame, Nic Kaufmann, die Elevator Boys und viele mehr. Die Veranstaltung wurde von der Make-up-Künstlerin und Beauty-Vloggerin Nikkie de Jager alias Nikkie Tutorials moderiert.



**2,4** Mrd.  
potenzielle  
Medienkontakte



# FASHION-TAINMENT

Fashiontainment beschreibt perfekt, was ABOUT YOU einzigartig macht: die zwei Welten Mode („Fashion“) und Unterhaltung („Entertainment“) miteinander zu verbinden. ABOUT YOU definiert Mode neu, indem es Events rund um das Thema Fashion kreiert, die kreativ, dynamisch, jung, plakativ und inklusiv sind. Sie zeigen den Pioniergeist von ABOUT YOU, der tief in seiner Markenidentität verwurzelt ist, und bieten einen innovativen Weg, um Kollektionen zu launchen und das Zielpublikum der Generation Y&Z über soziale Medien sowie sein Influencer\*innen-Netzwerk zu erreichen.

Wirf einen Blick auf die letzten Fashiontainment-Veranstaltungen von ABOUT YOU.





TikTok-Reichweite:  
**2,19** Mio.  
Nutzer\*innen



**ABOUT YOU**°

## SMILES ISLAND

Der deutsche Rapper CRO präsentierte den ersten Drop der Sommerkollektion seiner Marke SMILES exklusiv mit ABOUT YOU in Kroatien.

In Kollaboration mit ABOUT YOU verwandelte CRO die kroatische Insel Obonjan vom 10. bis 12. Juni 2022 in SMILES ISLAND. Der Launch wurde in eine spannende Musik- und Modereise eingebettet, die in einem Konzert mit CRO und seinen Freunden ihren Höhepunkt fand. Mit verschiedenen Special Acts, einem Pop-up-Shop mit einer exklusiven Vorverkaufsmöglichkeit des SMILES Drops und Aktivitäten wie Basketball und Stand-up-Paddling schufen CRO und ABOUT YOU ein besonderes Event mit unvergesslichen Momenten.

500 Gäste und 170 Künstler\*innen, VIPs und renommierte Influencer\*innen verbrachten ein Glamping-Wochenende voller Konzerte und Partys, umgeben von einer traumhaften Landschaft und jeder Menge Summer Vibes. Zu den eingeladenen Influencer\*innen und VIPs gehörten Stefanie Giesinger, Toni Mahfud, Avemoves und Kayla Shyx.

Das erfolgreiche Event führte zu einer durchschnittlichen Gesamtreichweite von 3,22 Mio. Nutzer\*innen auf Instagram und 2,19 Mio. Nutzer\*innen auf TikTok.

## ABOUT YOU Pangea Festival

Das ABOUT YOU Pangea Festival, das dieses Jahr vom 11. bis 14. August in Pütznitz an der See seine Zelte aufgeschlagen hat, ist ein genreübergreifendes Festival. Unter dem Motto „Music, Culture, Sports & Play“ nahmen mehr als 15.000 Gäste an Workshops teil, schlossen neue Freundschaften und feierten zu Konzerten von Rin, Nina Chuba und Co.

Was das ABOUT YOU Pangea Festival so besonders macht, ist die Zusammenarbeit vieler kreativer Köpfe, die mit ihren Ideen einzigartige Erlebnisse schaffen. Es ist für jeden Geschmack etwas Passendes dabei und durch die zahlreichen Gruppenaktivitäten wird ein Community-Gefühl erschaffen.

In diesem Jahr bot das Festival neun Musikbühnen mit unterschiedlichen Musikrichtungen von Techno bis Indie-Pop an, sowie zahlreiche sportliche Aktivitäten wie Basketball, Skaten oder Bouldern, eine Participation Area, in der die Gäste auch andere mit ihren individuellen Talenten und Fähigkeiten inspirieren konnten, eine Vintage-Garderobe mit vielen ausleihbaren, flippigen Second-Hand-Teilen und vieles mehr.

Bei dem diesjährigen ABOUT YOU Pangea Festival belief sich das maximale Potenzial an Medienkontakten insgesamt auf 1,4 Mrd.

**1,4**  
Mrd.  
potenzielle  
Medien-  
kontakte



## Live-Shopping

Live in  
**13**  
Ländern

Beim Live-Shopping können die Nutzer\*innen von ABOUT YOU die neuesten Styles per Live-Stream im Online-Shop entdecken, präsentiert von ihren Lieblings-Influencer\*innen. So gelingt es, die Fashion-Artikel im ABOUT YOU Online-Shop zu emotionalisieren und die Conversion der Kund\*innen zu erhöhen, z.B. durch direkte Produktverlinkungen und die Möglichkeit, die Artikel getragen zu sehen.

Bislang hat ABOUT YOU in 13 Ländern Live-Shopping-Events eingeführt: in DACH, Finnland, Slowenien, Italien, Portugal, Tschechien, Kroatien, Ungarn, Bulgarien, Rumänien und Frankreich. Live-Shopping hat für ABOUT YOU in den letzten beiden Quartalen immer stärker an Bedeutung gewonnen und zeigt bereits ein hohes Engagement: Über 200 Live-Shows wurden erfolgreich gestreamt und erreichten in H1 2022/2023 mehr als 325 Tsd. Nutzer\*innen.

Basierend auf diesem Konzept hat ABOUT YOU vier verschiedene Formate von Live-Shopping-Events ins Leben gerufen.

### ABOUT LIVE-SHOPPING<sup>©</sup>

**>325 Tsd.**  
durch Live-Shows erreichte Zuschauer\*innen in H1 2022/2023

**>200**  
erfolgreich gestreamte  
Live-Shows in H1 2022/2023

1

#### Native Influencer\*innen-Live-Shows

Bei diesem Format, das für die meisten Shows genutzt wird, machen Influencer\*innen Live-Streams von zu Hause aus.

2

#### Brand and Advertising Solutions- (Marken- und Werbelösungen) Live-Shows

Bei diesem Format werden Live-Shows von Brands bei ABOUT YOU gebucht, die entweder ebenfalls von Influencer\*innen zu Hause moderiert oder als halbtägige Produktionen von ABOUT YOU durchgeführt werden.

3

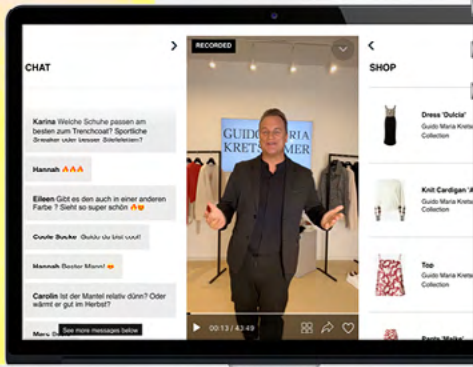
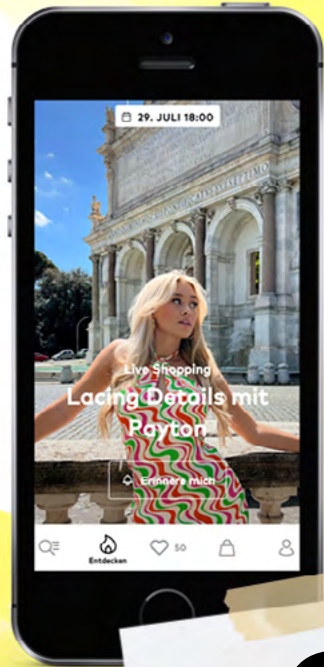
#### Exklusives Sortiments-Live-Shows

Diese Live-Shows basieren auf den exklusiven COOPs, wie z. B. LeGer by Lena Gercke, GMK Collection, a lot less by Lena Meyer-Landrut oder HOERMANSEDER x ABOUT YOU und werden von den jeweiligen Designer\*innen moderiert.

4

#### Andere Live-Shows

Einige der Live-Shows von ABOUT YOU werden von Teams der Own Labels von ABOUT YOU, wie z. B. EDITED, oder vom eigenen Buying Team von ABOUT YOU präsentiert. In anderen Fällen werden Live-Shows direkt während eines Events gestreamt, wie z. B. DAN FOX Apparel vom roten Teppich der ABOUT YOU Awards.



# Konzern- Zwischenlagebericht

- 1 IMF (Juli 2022) – World Economic Outlook
- 2 Euromonitor (Mai 2022) – World Market for Apparel and Footwear

## 1.1 Grundlagen des Konzerns

Die im zusammengefassten Lagebericht für das Geschäftsjahr 2021/2022 getroffenen Aussagen zum Geschäftsmodell, zur Konzernstruktur, zu den Segmenten, zur Strategie und zu den Zielen des Konzerns sowie zum Steuerungssystem von ABOUT YOU sind zum Zeitpunkt der Veröffentlichung dieses Halbjahresberichts weiterhin gültig.

## 1.2 Wirtschaftsbericht

### Gesamtwirtschaftliche Lage

Die erste Hälfte des Geschäftsjahres 2022/2023 vom 1. März bis zum 31. August 2022 war von einer Reihe an makroökonomischen Ereignissen gekennzeichnet, die auf eine von der Pandemie geschwächte Weltwirtschaft getroffen sind. Dazu gehören der Konflikt in der Ukraine, eine höhere als erwartete Inflation in den USA und Europa, eine Straffung geldpolitischer Maßnahmen sowie pandemiebedingte Einschränkungen in China. Die negativen Auswirkungen dieser makroökonomischen Ereignisse haben im Laufe des ersten Halbjahres weiter

zugenommen, so dass der Internationale Währungsfonds (IWF) für das Jahr 2022 seine Prognose für das Weltwirtschaftswachstum im Juli 2022 um 0,4 Prozentpunkte auf 3,2% reduziert hat.<sup>1</sup>

Auch die Entwicklung des Wirtschaftswachstums in der Eurozone war schwächer als ursprünglich vom IWF prognostiziert. So wurde die Wachstumserwartung für das Wirtschaftswachstum in Europa im Juli 2022 um 0,2 Prozentpunkte auf 2,6% für das Jahr 2022 gesenkt. Die Auswirkungen des Konflikts in der Ukraine haben diese Region am stärksten belastet. Dazu gehören höhere Energiekosten, eine Verschlechterung des Konsumentenvertrauens, anhaltende Störungen der Lieferketten sowie steigende Kosten für die Industrie und Privathaushalte.

### Branchenentwicklung

Während Euromonitor erwartet, dass die globale Modebranche im Jahr 2022 um 3% wächst, wird für die Modebranche in Europa ein unterdurchschnittliches Wachstum von nur 2% erwartet.<sup>2</sup> So haben eine steigende Inflation und sinkendes Verbrauchervertrauen die Entwicklung der Branche in der ersten Jahreshälfte 2022 belastet.

Dieser Entwicklung konnte sich auch das E-Commerce-Geschäft in Deutschland nicht entziehen. Laut dem Bundesverband E-Commerce und Versandhandel (bevh) lagen die Umsätze im ersten Halbjahr 2022 1,3% unter dem ersten Halbjahr 2021.<sup>1</sup> Dies liegt jedoch noch 32,9% über dem Niveau des ersten Halbjahres 2019, in dem noch keine Sondereffekte aufgrund der Covid-19-Pandemie zu verzeichnen waren.

Die Branchenentwicklung ist analog im Geschäftsverlauf von ABOUT YOU zu beobachten gewesen. Nähere Ausführungen zur Geschäftsentwicklung sind der Konzern-ertragslage zu entnehmen.

### 1.3 Konzern-ertragslage

Die wichtigsten Leistungsindikatoren des Konzerns 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 Einmal-effekte. 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 arbeitet das Unternehmen mit zusätzlichen Leistungsindikatoren, die als 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 Umsatz-generierung 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.

<sup>1</sup> bevh (Juli 2022) –  
Konsumschock erfasst  
auch den E-Commerce

## Verkürzte Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung gemäß APM

in Mio. EUR	Q2 2022/2023	In % vom Umsatz	Q2 2021/2022	In % vom Umsatz
<b>Umsatzerlöse</b>	<b>430,6</b>	<b>100,0%</b>	<b>395,6</b>	<b>100,0%</b>
Wachstumsrate	8,9%	–	53,3%	–
Umsatzkosten	262,2	60,9%	241,4	61,0%
<b>Bruttoergebnis vom Umsatz</b>	<b>168,4</b>	<b>39,1%</b>	<b>154,2</b>	<b>39,0%</b>
Fulfillmentkosten	122,6	28,5%	80,4	20,3%
Marketingkosten	68,2	15,8%	67,0	16,9%
Verwaltungskosten	20,5	4,7%	20,0	5,0%
<b>Bereinigtes EBITDA</b>	<b>(42,8)</b>	<b>(9,9)%</b>	<b>(13,1)</b>	<b>(3,3)%</b>

in Mio. EUR	HI 2022/2023	In % vom Umsatz	HI 2021/2022	In % vom Umsatz
<b>Umsatzerlöse</b>	<b>934,8</b>	<b>100,0%</b>	<b>817,7</b>	<b>100,0%</b>
Wachstumsrate	14,3%	–	59,4%	–
Umsatzkosten	551,5	59,0%	487,2	59,6%
<b>Bruttoergebnis vom Umsatz</b>	<b>383,2</b>	<b>41,0%</b>	<b>330,5</b>	<b>40,4%</b>
Fulfillmentkosten	232,8	24,9%	161,5	19,7%
Marketingkosten	173,1	18,5%	150,7	18,4%
Verwaltungskosten	48,9	5,2%	43,8	5,4%
<b>Bereinigtes EBITDA</b>	<b>(71,6)</b>	<b>(7,7)%</b>	<b>(25,4)</b>	<b>(3,1)%</b>

### 1.3.1 Umsatzentwicklung

Die Umsatzerlöse stiegen im H1 2022/2023 um 14,3% auf 934,8 Mio. EUR (H1 2021/2022: 817,7 Mio EUR). Im Q2 2022/2023 betrug die Umsatzerlöse 430,6 Mio. EUR (Q2 2021/2022: 395,6 Mio EUR). Dies entspricht einer Steigerung von 8,9% gegenüber dem Vorjahresquartal.

Die Umsatzentwicklung wurde dabei von einer Verschlechterung makroökonomischer Indikatoren und einer sinkenden Verbraucherstimmung negativ beeinflusst. Die dadurch erhöhten Lagerbestände in der Modebranche haben zu einem wettbewerbsintensiveren Marktumfeld geführt. Auch das Konsumentenverhalten hat sich wieder auf ein Niveau vor Ausbruch der Covid-19-Pandemie normalisiert. Dies spiegelt sich in einem leichten Anstieg der Retourenquoten im Vorjahresvergleich wider.

Die vielfältigen externen Einflussfaktoren im H1 2022/2023 führen auch zu einer gestiegenen Volatilität der Umsätze für den Konzern. So wurden zu Beginn des Geschäftsjahres, d. h. in der frühen Phase des Russland/Ukraine Konflikts, recht geringe Wachstumsraten verzeichnet. Zur Mitte des H1 2022/2023 erholte sich das Wachstum und steigerte sich auf ein gesundes Niveau, flachte dann jedoch mit steigender Konsumentenverunsicherung gegen Ende des H1 2022/2023 wieder ab. Insgesamt blieb der Umsatzverlauf im H1 2022/2023 damit leicht unter den Erwartungen.

Geändertes Kundenverhalten zeigt sich auch anhand transaktionaler Daten. Die durchschnittliche Warenkorbgröße (LTM) ist gegenüber dem 31. August 2021 um 5,2% von 58,5 EUR auf 55,5 EUR gesunken. Treiber hierfür ist neben eines leicht gestiegenen Rabattniveaus auch eine im Vorjahresvergleich gestiegene Retourenquote. Die durchschnittliche Bestellhäufigkeit pro aktiven Kund\*innen erhöhte sich um 4,2% auf 3,0 (H1 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 ersten Halbjahr des aktuellen Geschäftsjahres um 32,1% auf 36,9 Mio. Bestellungen (H1 2021/2022: 28,0 Mio.). Die gestiegene Bestellfrequenz konnte die LTM gesunkenen Warenkorbgrößen in den Ausgaben der Kund\*innen jedoch nicht kompensieren. Der durchschnittliche GMV pro Kund\*in im H1 2022/2023 (LTM) ist daher von 168,5 EUR auf 166,5 EUR leicht gesunken.

In einem schwierigen Marktumfeld stieg die Anzahl der LTM aktiven Kund\*innen von 9,7 Mio. zum 31. August 2021 auf 12,3 Mio. zum 31. August 2022. Dies entspricht einer Steigerung von 26,8%. Die Steigerung konnte durch erfolgreiche Marketingkampagnen in Ost- und Südeuropa zur Steigerung der Markenbekanntheit erzielt werden.

### 1.3.2 Leistungsindikatoren (APM)

#### Entwicklung des Bruttoergebnisses vom Umsatz

Die Umsatzkosten betragen im H1 2022/2023 551,5 Mio. EUR (H1 2021/2022: 487,2 Mio. EUR). Im zweiten Quartal 2022/2023 belaufen sie sich auf 262,2 Mio. EUR (Q2 2021/2022: 241,4 Mio. EUR). Das Bruttoergebnis vom Umsatz ist im H1 2022/2023 auf 383,2 Mio. EUR (H1 2021/2022: 330,5 Mio. EUR) angestiegen. Die Marge des Bruttoergebnisses vom Umsatz hat sich auf 41,0% (H1 2021/2022: 40,4%) verbessert. Im zweiten Quartal des aktuellen Geschäftsjahres wurde ein Bruttoergebnis vom Umsatz in Höhe von 168,4 Mio. EUR (Q2 2021/2022: 154,2 Mio. EUR) erzielt. Daraus resultiert eine stabile Marge des Bruttoergebnisses vom Umsatz von 39,1% im zweiten Quartal des Geschäftsjahres 2022/2023 (Q2:2021/2022: 39,0%). Die positive Entwicklung im H1 2022/2023 ist vor allem auf den gestiegenen Anteil der hochmargigen B2B-Umsätze im TME-Segment und der Own Labels im Commerce-Geschäft zurückzuführen. Zusätzlich ergaben sich Skaleneffekte durch Konditionsvereinbarungen mit Lieferanten und operative Optimierungen. Diese Faktoren konnten den durch hohe Bestände, Inflation, Verbraucherunsicherheit und Auswirkungen auf die Lieferkette verursachten Druck auf das Bruttoergebnis vom Umsatz ausgleichen.

#### Entwicklung der Fulfillmentkosten

Die Fulfillmentkosten sind im H1 2022/2023 überproportional zu den Umsatzerlösen um 44,2% auf 232,8 Mio. EUR (H1 2021/2022: 161,5 Mio. EUR) gestiegen. Im zweiten Quartal 2022/2023 sind Fulfillmentkosten in Höhe von 122,6 Mio. EUR (Q2 2021/2022: 80,4 Mio. EUR) angefallen. Im H1 2022/2023 hat sich die Kosten-Umsatzquote der Fulfillmentkosten gegenüber dem Halbjahr des Vorjahres von 19,7% auf 24,9% erhöht. Ein noch stärkerer Anstieg ist für Q2 2022/2023 zu beobachten. Hier ergab sich eine Steigerung von 20,3% im Q2 2021/2022 auf 28,5% für das abgelaufene Quartal.

Der Anstieg ist auf verschiedene Faktoren zurückzuführen. Erstens sieht ABOUT YOU wie erwartet, dass sich die Retourenquote wieder hin zu einem Vor-Covid-Niveau bewegt und die Netto-Warenkorbgrößen im Jahresvergleich leicht rückläufig sind. Zweitens sind die Logistikkosten durch die Inflationsdynamik (z. B. höhere Treibstoffkosten, höhere Verpackungskosten und Lohn-erhöhungen) 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 H1 2022/2023 zu Unterauslastung in den Lagern und somit überhöhten Fixkostenanteilen. Schließlich führten die aus der Umsatzentwicklung resultierenden erhöhten Bestandsniveaus zu einem vorübergehenden Anstieg der Lager- und Verarbeitungskosten. Der Anstieg der Fulfillment-Kostenquote im ersten Halbjahr 2022/2023 ist daher eine Mischung aus temporären Effekten, die sich in den nächsten Quartalen verringern dürften, und strukturellen Effekten, die voraussichtlich über einen längeren Zeithorizont anhalten werden.

### Entwicklung der Marketingkosten

Die Marketingkosten erhöhten sich im ersten Halbjahr des Geschäftsjahres um 22,5 Mio. EUR auf 173,1 Mio. EUR (H1 2021/2022: 150,7 Mio. EUR). Diese Steigerung ist neben der anhaltend hohen Kampagnenaktivität in neueren Märkten (wie z. B. Nord- und Südeuropa) auch auf die im H1 des aktuellen Geschäftsjahres durchgeführten Marketingevents, wie beispielsweise die ABOUT YOU Awards in Mailand, die Big-Bang Kampagne in Norwegen und das Smiles Island Event mit dem deutschen Rapper CRO zurückzuführen.

Trotz der gesteigerten Marketingkosten konnte die Kosten-Umsatzquote für das erste Halbjahr im aktuellen Geschäftsjahr stabil bei 18,5% (H1 2021/2022: 18,4%) gehalten werden, da auch die erste Hälfte des Geschäftsjahres 2021/2022 eine Vielzahl neuer Market Launches und „Big Bang“ Kampagnen beinhaltete.

Großangelegte Medienkampagnen mit dem Ziel Absatz und Markenbekanntheit zu steigern, führten im ersten Halbjahr des aktuellen Geschäftsjahres zu Umsatzwachstum und einer Steigerung der Markenbekanntheit insbesondere im RoE Segment.

Im Vergleich zu Q2 2021/2022 ist im zweiten Quartal des laufenden Geschäftsjahres eine leichte Verbesserung der Kosten-Umsatzquote zu erkennen. Bei einer Steigerung der Marketingkosten von 67,0 Mio. EUR im zweiten Quartal 2021/2022 auf 68,2 Mio. EUR im zweiten Quartal des laufenden Geschäftsjahres, sank die Kosten-Umsatzquote von 16,9% in Q2 2021/2022 auf 15,8% in Q2 2022/2023. Dies ist auch gestützt durch eine konservativere Aussteuerung performance-orientierter Online-Marketingkanäle (höhere Return-on-Investment Ziele).

Aufgrund des Erfolgs früherer Kampagnen zur Steigerung der Markenbekanntheit wird der Fokus auf den Markenaufbau insbesondere in neueren Märkten in den nächsten Quartalen schrittweise abnehmen, was ABOUT YOU in die Lage versetzen wird, seine Marketingeffizienz auch insgesamt zu erhöhen und eine weitere Verbesserung der Marketingkosten-Umsatzquote zu erreichen.

### Entwicklung der Verwaltungskosten

Die Verwaltungskosten stiegen in Relation zu den Umsatzerlösen unterproportional von 43,8 Mio. EUR im ersten Halbjahr des Vorjahres auf 48,9 Mio. EUR im ersten Halbjahr 2022/2023 bzw. von 20,0 Mio. EUR im zweiten Quartal des Vorjahres auf 20,5 Mio. EUR im zweiten Quartal des aktuellen Geschäftsjahres. Die Kosten-Umsatzquote verringerte sich von 5,4% im ersten Halbjahr des Vorjahres auf 5,2% im ersten Halbjahr des aktuellen Geschäftsjahres. Im zweiten Quartal 2022/2023 reduzierte sich die Kosten-Umsatzquote trotz eines allgemein hohen Inflationsniveaus ebenfalls von 5,0% im Vorjahr auf 4,7%. Dies ist auf eine Vielzahl von Maßnahmen zur Reduzierung der Allgemeinkosten zurückzuführen.



### Entwicklung und Überleitung des bereinigten EBITDAs

Im Ergebnis resultierte ein bereinigtes EBITDA für den Zeitraum vom 1. März 2022 bis zum 31. August 2022 in Höhe von –71,6 Mio. EUR (H1 2021/2022: –25,4 Mio. EUR), was einer bereinigten EBITDA-Marge von –7,7 % (H1 2021/2022: –3,1 %) entspricht. Im zweiten Quartal des aktuellen Geschäftsjahres wurde ein bereinigtes EBITDA in Höhe von –42,8 Mio. EUR (Q2 2021/2022: –13,1 Mio. EUR) erzielt. Dies entspricht einer bereinigten EBITDA-Marge von –9,9 % (Q2 2021/2022: –3,3 %).

Die Entwicklung des bereinigten EBITDA im ersten Halbjahr des Geschäftsjahres 2022/2023 ist zum einen geprägt durch das Umsatzwachstum und eine Verbesserung der Bruttomarge bei einer stabilen Marketingkosten-Umsatzquote. Zum anderen steht dieser Entwicklung eine gestiegene Fulfillmentkosten-Umsatzquote gegenüber. Der Anstieg der Fulfillmentkosten-Umsatzquote ist eine Mischung aus temporären Effekten, die sich in den nächsten Quartalen verringern dürften, 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 zweiten Quartal 2022/2023 umfasst das EBITDA Bereinigungen in Höhe von 4,3 Mio. EUR (Q2 2021/2022: 16,7 Mio. EUR). Für das erste Halbjahr des laufenden Geschäftsjahres sind insgesamt 6,9 Mio. EUR bereinigt worden (H1 2021/2022: 23,0 Mio. EUR). Diese betreffen jeweils Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütungen mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente.

### Bereinigungen

in Mio. EUR	Q2 2022/2023	Q2 2021/2022	H1 2022/2023	H1 2021/2022
<b>Bereinigtes EBITDA</b>	<b>(42,8)</b>	<b>(13,1)</b>	<b>(71,6)</b>	<b>(25,4)</b>
Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütungen mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente	(4,3)	(8,4)	(6,9)	(10,0)
Einmaleffekte	0,0	(8,3)	0,0	(13,0)
<b>EBITDA</b>	<b>(47,1)</b>	<b>(29,8)</b>	<b>(78,5)</b>	<b>(48,5)</b>

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

### Q2 2022/2023

in Mio. EUR	GKV/APM	Umsatzkosten	Fulfillmentkosten	Marketingkosten	Verw.-kosten	Bereinigtes EBITDA
<b>Umsatzerlöse</b>	<b>430,6</b>	<b>(262,2)</b>	<b>(122,6)</b>	<b>(68,2)</b>	<b>(20,5)</b>	<b>(42,8)</b>
Materialaufwand	(260,3)	(260,3)	-	-	-	-
Personalaufwand	(22,8)	(3,0)	(2,1)	(9,5)	(8,2)	-
Sonstige betriebliche Aufwendungen	(199,0)	(1,3)	(121,6)	(62,1)	(13,9)	-
Sonstige betriebliche Erträge	0,7	-	0,3	-	0,4	-
Andere aktivierte Eigenleistungen	8,0	2,5	0,9	3,3	1,3	-
<b>Bereinigtes EBITDA</b>	<b>(42,8)</b>	-	-	-	-	-

### Q2 2021/2022

in Mio. EUR	GKV/APM	Umsatzkosten	Fulfillmentkosten	Marketingkosten	Verw.-kosten	Bereinigtes EBITDA
<b>Umsatzerlöse</b>	<b>395,6</b>	<b>(241,4)</b>	<b>(80,4)</b>	<b>(67,0)</b>	<b>(20,0)</b>	<b>(13,1)</b>
Materialaufwand	(239,7)	(239,7)	-	-	-	-
Personalaufwand	(16,1)	(1,8)	(1,8)	(6,1)	(6,5)	-
Sonstige betriebliche Aufwendungen	(157,4)	(0,7)	(79,7)	(62,5)	(14,6)	-
Sonstige betriebliche Erträge	0,7	-	0,6	-	0,1	-
Andere aktivierte Eigenleistungen	3,8	0,7	0,5	1,7	1,0	-
<b>Bereinigtes EBITDA</b>	<b>(13,1)</b>	-	-	-	-	-

## H1 2022/2023

in Mio. EUR	GKV/APM	Umsatzkosten	Fulfillmentkosten	Marketingkosten	Verw.-kosten	Bereinigtes EBITDA
<b>Umsatzerlöse</b>	<b>934,8</b>	<b>(551,5)</b>	<b>(232,8)</b>	<b>(173,1)</b>	<b>(48,9)</b>	<b>(71,6)</b>
Materialaufwand	(547,0)	(547,0)	-	-	-	-
Personalaufwand	(44,7)	(6,0)	(4,1)	(18,5)	(16,1)	-
Sonstige betriebliche Aufwendungen	(431,9)	(2,6)	(230,4)	(159,4)	(39,5)	-
Sonstige betriebliche Erträge	1,4	-	0,6	0,0	0,8	-
Andere aktivierte Eigenleistungen	15,8	4,1	1,1	4,7	5,9	-
<b>Bereinigtes EBITDA</b>	<b>(71,6)</b>	-	-	-	-	-

## H1 2021/2022

in Mio. EUR	GKV/APM	Umsatzkosten	Fulfillmentkosten	Marketingkosten	Verw.-kosten	Bereinigtes EBITDA
<b>Umsatzerlöse</b>	<b>817,7</b>	<b>(487,2)</b>	<b>(161,5)</b>	<b>(150,7)</b>	<b>(43,8)</b>	<b>(25,4)</b>
Materialaufwand	(484,0)	(484,0)	-	-	-	-
Personalaufwand	(31,5)	(3,4)	(3,4)	(11,9)	(12,8)	-
Sonstige betriebliche Aufwendungen	(336,7)	(1,3)	(160,1)	(142,1)	(33,2)	-
Sonstige betriebliche Erträge	1,4	-	1,1	-	0,3	-
Andere aktivierte Eigenleistungen	7,7	1,4	1,0	3,4	1,9	-
<b>Bereinigtes EBITDA</b>	<b>(25,4)</b>	-	-	-	-	-

### 1.3.3 Ertragslage Segmente

In den nachfolgenden Absätzen sind ergänzende Erläuterungen zur Segmentberichterstattung aufgeführt. Dabei handelt es sich um Angaben aus der internen Berichterstattung, in der sowohl die intersegmentären Beziehungen enthalten sind als auch die Umsatzrealisierung, nach der die interne Steuerung erfolgt ist. Weitergehende Informationen der Segmentberichterstattung können dem Anhang zum verkürzten Konzern-Zwischenabschluss entnommen werden (2.6.4 des Anhangs zum Konzern-Zwischenabschluss).

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

in Mio. EUR	Q2 2022/2023	Q2 2021/2022	H1 2022/2023	H1 2021/2022
ABOUT YOU DACH	206,7	197,4	445,8	415,6
Wachstumsrate	4,7%	42,4%	7,3%	34,0%
ABOUT YOU RoE	209,5	162,9	439,0	349,0
Wachstumsrate	28,6%	50,1%	25,8%	80,4%
TME	46,2	39,5	96,2	74,0
Wachstumsrate	17,0%	181,0%	30,1%	158,0%
Überleitung	(31,8)	(4,2)	(46,2)	(20,9)
<b>Umsatzerlöse</b>	<b>430,6</b>	<b>395,6</b>	<b>934,8</b>	<b>817,7</b>
Wachstumsrate	8,9%	53,3%	14,3%	59,4%

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

in Mio. EUR	Q2 2022/2023	Q2 2021/2022	H1 2022/2023	H1 2021/2022
ABOUT YOU DACH	0,9	7,8	10,8	25,1
Marge	0,4%	3,9%	2,4%	6,0%
ABOUT YOU RoE	(39,4)	(24,4)	(85,5)	(57,8)
Marge	(18,8)%	(15,0)%	(19,5)%	(16,6)%
TME	4,1	6,1	11,0	10,7
Marge	8,8%	15,4%	11,5%	14,5%
Überleitung	(8,4)	(2,5)	(7,9)	(3,5)
<b>Bereinigtes EBITDA</b>	<b>(42,8)</b>	<b>(13,1)</b>	<b>(71,6)</b>	<b>(25,4)</b>
Marge	(9,9)%	(3,3)%	(7,7)%	(3,1)%
Bereinigungen	4,3	16,7	6,9	23,0
<b>EBITDA</b>	<b>(47,1)</b>	<b>(29,8)</b>	<b>(78,5)</b>	<b>(48,5)</b>
Marge	(10,9)%	(7,5)%	(8,4)%	(5,9)%

## ABOUT YOU DACH

Das Segment ABOUT YOU DACH zeigte im ersten Halbjahr 2022/2023 ein Umsatzwachstum von 7,3% auf 445,8 Mio. EUR. Von den im ersten Halbjahr des aktuellen Geschäftsjahres erzielten Umsatzerlösen entfallen 206,7 Mio. EUR (Q2 2021/2022: 197,4 Mio. EUR) auf das zweite Quartal. Das Umsatzwachstum für das zweite Quartal des aktuellen Geschäftsjahres entspricht somit 4,7% gegenüber dem Vorjahresquartal. Die Umsatzentwicklung in der DACH-Region war zu Beginn des ersten Quartals relativ moderat, da die anhaltenden Covid-19-Beschränkungen die Möglichkeiten zum Kauf von Ausgehmodes einschränkten. Zum Ende des ersten Quartals führten die gelockerten Covid-19-Beschränkungen zu einem in dieser Hinsicht verbesserten Einkaufsverhalten. Im zweiten Quartal haben hingegen eine sinkende Verbraucherstimmung und eine Verschlechterung makroökonomischer Faktoren die Umsatzentwicklung erneut 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, was insbesondere auf die sinkende Verbraucherstimmung zurückzuführen ist. Diese Entwicklung bestätigte sich auch in dem stark rückläufigen GfK Consumer Confidence Barometer.<sup>1</sup>

Das Segment erzielte in H1 2022/2023 ein bereinigtes EBITDA in Höhe von 10,8 Mio. EUR (H1 2021/2022: 25,1 Mio. EUR), was einer bereinigten EBITDA-Marge von 2,4% (H1 2021/2022: 6,0%) entspricht. Im zweiten Quartal 2022/2023 wurde ein bereinigtes EBITDA in Höhe von 0,9 Mio. EUR (Q2 2021/2022: 7,8 Mio. EUR) erzielt. Dies entspricht einer

bereinigten EBITDA-Marge für das zweite Quartal des aktuellen Geschäftsjahres von 0,4% (Q2 2021/2022: 3,9%). Die bereinigte EBITDA-Marge ist im Vorjahresvergleich rückläufig, aber trotz eines schwierigen gesamtwirtschaftlichen Umfeldes weiterhin positiv. Der Rückgang resultiert teilweise aus einer höheren Fulfillmentkosten-Umsatzquote, die im Wesentlichen durch Kostensteigerungen sowie eine gestiegene Retourenquote geprägt 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 ersten Halbjahres konnten im Segment Rest of Europe um 25,8% auf 439,0 Mio. EUR gesteigert werden. Im zweiten Quartal des aktuellen Geschäftsjahres beliefen sich die Umsatzerlöse auf 209,5 Mio. EUR (Q2 2021/2022: 162,9 Mio. EUR). Das Umsatzwachstum des zweiten Quartals 2022/2023 betrug 28,6% gegenüber dem zweiten Quartal des Vorjahres. Das RoE-Wachstum wurde durch den Russland-Ukraine-Konflikt negativ beeinflusst, der in der ersten Hälfte des ersten Quartals 2022/2023 zu einem deutlichen Nachfragerückgang führte.

Die Umsatzentwicklung in den CEE Ländern begann sich im Mai 2022 zu verbessern. Diese Entwicklung sowie die Steigerung des Markenbewusstseins im RoE-Segment wurden durch groß angelegte Medien- und Markenkampagnen unterstützt. Im zweiten Quartal war die Umsatzentwicklung in den weiterhin sehr dynamisch wachsenden südeuropäischen Märkten aufgrund der rückläufigen Verbraucherstimmung leicht gedämpfter. Die ost- und nordeuropäischen Märkte blieben hingegen recht stabil.

<sup>1</sup> GfK (Juli 2022) – Konsumklimastudie Juli 2022

Diese Entwicklung wurde durch die relativ junge Altersstruktur der Kund\*innen von ABOUT YOU in diesen Märkten unterstützt, die tendenziell erst mit einer Verzögerung auf veränderte makroökonomische Faktoren reagiert.

Das Segment weist ein bereinigtes EBITDA von –85,5 Mio. EUR im H1 2022/2023 (H1 2021/2022: –57,8 Mio. EUR) aus. Dies entspricht einer bereinigten EBITDA-Marge in Höhe von –19,5% im ersten Halbjahr des aktuellen Geschäftsjahres (H1 2021/2022: –16,6%). Im Q2 2022/2023 ergibt sich ein bereinigtes EBITDA in Höhe von –39,4 Mio. EUR (Q2 2021/2022: –24,4 Mio. EUR), was einer bereinigten EBITDA-Marge von –18,8% (Q2 2021/2022: –15,0%) entspricht. Treiber für die hohen Verluste des RoE Segments sind vor allem die anhaltend hohen Kosten für Neukundengewinnung und Markenbildung in den neueren Märkten (Süd- und Nordeuropa). Zusätzlich hat die gesteigerte Komplexität im Zusammenhang mit dem Logistik-Netzwerkausbau zum erhöhten Kostenniveau beigetragen.

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

Das Segment TME wuchs im ersten Halbjahr 2022/2023 um 30,1% auf 96,2 Mio. EUR. Auf das zweite Quartal des Geschäftsjahres 2022/2023 entfallen Umsatzerlöse in Höhe von 46,2 Mio. EUR (Q2 2021/2022: 39,5 Mio. EUR). Das Umsatzwachstum beträgt entsprechend 17,0% im zweiten Quartal des aktuellen Geschäftsjahres gegenüber dem zweiten Quartal des Vorjahres.

Dieser Anstieg ist unter anderem auf die erfolgreiche Markenpositionierung von SCAYLE und den Ausbau des SCAYLE Vertriebs zurückzuführen, der zu vielversprechenden Ergebnissen beim Aufbau des Vertriebsstrichters und der Gewinnung neuer Kund\*innen führte. Die

Entwicklung der Umsätze mit B2B-Bestandskund\*innen ist derzeit volatil. Einerseits können durch das erfolgreiche Upselling von Kund\*innen in andere B2B-Produkte die Umsätze mit einzelnen Kund\*innen erhöht werden. Andererseits sehen einige von ABOUT YOUs B2B Kund\*innen ihre Online-Umsätze durch makroökonomische Faktoren beeinträchtigt und sind mit starken Vergleichszahlen aus dem letzten Jahr konfrontiert. Dies wirkt sich auch negativ auf die Wachstumsdynamik des TME-Segments aus, da ein signifikanter Anteil der TME-Umsätze direkt an die Umsätze der B2B Kund\*innen gekoppelt ist. Darüber hinaus ist eine leicht sinkende Ausgabebereitschaft auch bei B2B Kund\*innen angesichts makroökonomischer Faktoren und Rezessionserwartungen zu beobachten.

Im H1 2022/2023 wurde ein bereinigtes EBITDA in Höhe von 11,0 Mio. EUR (H1 2021/2022: 10,7 Mio. EUR) erzielt, was einer bereinigten EBITDA-Marge von 11,5% (H1 2021/2022: 14,5%) entspricht. Das bereinigte EBITDA des zweiten Quartals 2022/2023 belief sich auf 4,1 Mio. EUR (Q2 2021/2022: 6,1 Mio. EUR). Dies entspricht einer bereinigten EBITDA-Marge in diesem Segment von 8,8% im zweiten Quartal des aktuellen Geschäftsjahres (Q2 2021/2022: 15,4%). Der Margenrückgang ist zum einen erklärbar durch die derzeit beeinträchtigte Wachstumsdynamik von hochmargigen SaaS-/Lizenzumsätzen, welche an die Umsätze der B2B-Kund\*innen gekoppelt sind. Zum anderen werden insbesondere im SCAYLE-Kontext hohe Investitionen in Internationalisierung und Marktengang getätigt. Darüber hinaus laufen derzeit eine Vielzahl großer und komplexer Implementierungsprojekte, welche erst mittelfristig in hochmarginige SaaS-/Lizenzumsätze überführt werden. Bis dahin werden diese Projekte nach Aufwand abgerechnet, mit entsprechenden Implikationen auf die kurzfristige Margenstruktur.

### 1.3.4 Finanzlage

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

#### Verkürzte Konzern-Kapitalflussrechnung

vom 01.03.2022 bis zum 31.08.2022

in Mio. EUR	Q2 2022/2023	Q2 2021/2022	H1 2022/2023	H1 2021/2022
<b>Cash-Flow aus der laufenden Geschäftstätigkeit</b>	<b>(100,4)</b>	<b>(22,4)</b>	<b>(111,7)</b>	<b>(4,4)</b>
<b>Cash-Flow aus der Investitionstätigkeit</b>	<b>(10,0)</b>	<b>(8,2)</b>	<b>(23,2)</b>	<b>(19,2)</b>
<b>Cash-Flow aus der Finanzierungstätigkeit</b>	<b>(6,7)</b>	<b>557,5</b>	<b>(13,3)</b>	<b>556,2</b>
Finanzmittelfond am Anfang der Periode	465,2	113,7	496,2	107,9
Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelfonds	(117,2)	526,8	(148,1)	532,6
<b>Finanzmittelfonds am Ende der Periode</b>	<b>348,1</b>	<b>640,6</b>	<b>348,1</b>	<b>640,6</b>

ABOUT YOU erzielte im ersten Halbjahr des Geschäftsjahres einen Cash-Flow aus der laufenden Geschäftstätigkeit von –111,7 Mio. EUR (H1 2021/2022: –4,4 Mio. EUR). Im Q2 2022/2023 betrug der Cash-Flow aus der laufenden Geschäftstätigkeit –100,4 Mio. EUR (Q2 2021/2022: –22,4 Mio. EUR). Die Entwicklung ist einerseits auf das negative EBITDA in Höhe von –78,5 Mio. EUR (H1 2021/2022: –48,5 Mio. EUR) und andererseits auf einen überproportionalen Anstieg der Vorräte gegenüber dem

Vergleichszeitraum zurückzuführen. Treiber für die Vorratsentwicklung ist hauptsächlich die derzeit verhaltene Umsatzentwicklung, welche wiederum primär auf makroökonomische Faktoren zurückzuführen ist. Der Bestandsaufbau wird verstärkt durch Maßnahmen zur kurzfristigen Mitigierung von Lieferkettenengpässen und Spätlieferungen. Darüber hinaus haben Optimierungsmaßnahmen im Zusammenhang mit der Einführung des europäischen Netzwerks von Distributionszentren



aufgrund des Ausbaus der Lagerkapazitäten zu einem hohen Vorratsniveau beigetragen. Diese Effekte konnten nicht von den übrigen Bestandteilen des Nettoumlaufvermögens kompensiert werden.

Der Cash-Flow aus der Investitionstätigkeit wird im Wesentlichen durch die CAPEX bestimmt und betrug im ersten Halbjahr des Geschäftsjahres –23,2 Mio. EUR (H1 2021/2022: –19,2 Mio. EUR). Die Steigerung der Investitionen betrifft in erster Linie Auszahlungen für Investitionen in immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen in Höhe von 17,1 Mio. Euro (H1 2021/2022: 9,1 Mio. Euro). Diese betreffen vor allem aktivierte Eigenleistungen im Bereich von Infrastruktur- und Softwarelösungen. Die Auszahlungen für Ausleihungen und die dazugehörigen Zinserträge – die im Wesentlichen Betriebsmittelkredite für Influencer-Marken und Inkubatoren beinhalten – reduzierten sich hingegen leicht um 3,2 Mio. EUR und beliefen sich im ersten Halbjahr des Geschäftsjahres 2022/2023 auf 6,0 Mio. EUR (H1 2021/2022: 9,2 Mio. EUR).

Der Free Cash-Flow (Cash-Flow aus der laufenden Geschäftstätigkeit zzgl. Cash-Flow aus Investitionstätigkeit) betrug im H1 2022/2023 folglich –134,8 Mio. EUR (H1 2021/2022: –23,5 Mio. EUR). Die dargestellten Treiber der Entwicklungen entfielen hierbei vor allem auf das zweite Quartal des laufenden Geschäftsjahres.

Der Cash-Flow aus der Finanzierungstätigkeit betrug im H1 2022/2023 –13,3 Mio. EUR (H1 2021/2022: 556,2 Mio. EUR) und beinhaltet 11,9 Mio. EUR für Leasingzahlungen exklusive Zinsen (H1 2021/2022: 1,1 Mio. EUR) sowie Zinszahlungen im Zusammenhang mit Leasingverbindlichkeiten in Höhe von 1,0 Mio. EUR (H1 2021/2022: 0,1 Mio. EUR). Die Leasingverbindlichkeiten resultieren vor allem aus dem Auf- und Ausbau von Distributionszentren hin zu einem europäischen Distributionsnetzwerks. Der positive Cash-Flow im Vorjahr beinhaltete die Kapitaleinzahlungen aus dem Börsengang abzüglich darauf entfallender Kosten.

Zum 31. August 2022 verfügte ABOUT YOU über Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente in Höhe von 348,1 Mio. EUR (31. August 2021: 640,6 Mio. EUR). ABOUT YOU war jederzeit im laufenden Geschäftsjahr in der Lage, seine Zahlungsverpflichtungen zu erfüllen.

### 1.3.5 Vermögenslage

#### Verkürzte Konzern-Bilanz

Die Vermögenslage des Konzerns wird in folgender verkürzter Bilanz dargestellt:

#### Verkürzte Konzern-Bilanz

zum 31.08.2022

<b>Aktiva</b>			<b>Passiva</b>		
in Mio. EUR	31.08.2022	28.02.2022	in Mio. EUR	31.08.2022	28.02.2022
Langfristige Vermögenswerte	267,4	130,8	Eigenkapital	482,6	583,5
Kurzfristige Vermögenswerte	1.031,2	1.053,5	Langfristige Schulden	159,8	53,0
			Kurzfristige Schulden	656,3	547,8
<b>Bilanzsumme</b>	<b>1.298,6</b>	<b>1.184,3</b>	<b>Bilanzsumme</b>	<b>1.298,6</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 8,3 Mio. EUR ist überwiegend auf Investitionen in selbst entwickelte Software zurückzuführen. Die Nutzungsrechte sind im Vergleich zum 28. Februar 2022 um 121,2 Mio. EUR gestiegen. Ursächlich hierfür sind im Wesentlichen der erneuerte Vertrag für das Distributionszentrum in Altenkunstadt sowie die erstmalige Aktivierung des neuen Distributionszentrums in Polen, welches das Distributionsnetzwerk von

ABOUT YOU in Europa neben den bereits bestehenden Standorten in Deutschland und der Slowakei um einen weiteren Standort erweitert. 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 6,6 Mio. EUR zu verzeichnen, der in erster Linie aus Betriebsmittelkrediten für Beteiligungen an Influencer\*innen-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 158,1 Mio. EUR aus. Die Entwicklung der Vorräte resultiert hauptsächlich aus der derzeit verhaltenen Umsatzentwicklung, welche wiederum primär auf makroökonomische Faktoren zurückzuführen ist. Der Bestandsaufbau wird verstärkt durch Maßnahmen zur kurzfristigen Mithigung von Lieferkettenengpässen und Spätlieferungen. Darüber hinaus haben Optimierungsmaßnahmen im Zusammenhang mit der Einführung des europäischen Netzwerks von Distributionszentren aufgrund des Ausbaus der Lagerkapazitäten zu einem hohen Vorratsniveau beigetragen.

Bei den Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie sonstigen Forderungen ist ein Rückgang von 14,9 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 17,5 Mio. EUR gesunken und enthalten unverändert größtenteils den Herausgabeanspruch aus erwarteten

Retouren (31. August 2022: 41,0 Mio. EUR; 28. Februar 2022: 39,6 Mio. EUR). Dieser entspricht der Höhe der Anschaffungskosten der gelieferten Waren, bei denen eine Rücklieferung erwartet wird, abzüglich der für die Retourenabwicklung anfallenden Kosten und der bei der Verwertung entstehenden Verluste. Zudem sind Forderungen aus sonstigen Steuern in Höhe von 5,4 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 31. August 2022 im Vergleich zum 28. Februar 2022 um 101,0 Mio. EUR ab. Die Minderung des Eigenkapitals stammt im Wesentlichen aus dem Periodenergebnis. Die Kapitalrücklage hat sich entsprechend der Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütungen mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente um 6,9 Mio. EUR erhöht.

Die langfristigen Schulden beinhalten zum 31. August 2022 im Wesentlichen die Verbindlichkeiten aus Leasingverhältnissen in Höhe von 153,8 Mio. EUR, welche gegenüber dem 28. Februar 2022 um 105,9 Mio. EUR gestiegen sind. Im Zuge der Aktivierung der Nutzungsrechte aus dem erneuerten Vertrag für das Distributionszentrum in Altenkunstadt (effektiv mit dem ersten Quartal 2022/2023) und dem neuen Distributionszentrum in Polen (effektiv mit dem zweiten Quartal 2022/2023) 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 109,5 Mio. EUR, welcher insbesondere durch die Vorratsentwicklung begründet ist und vorgezogene Wareneinkäufe beinhaltet.

In den kurzfristigen Leasingverhältnissen ist der kurzfristig fällige Anteil der Leasingverbindlichkeiten gemäß IFRS 16 ausgewiesen, der zum 31. August 2022 33,5 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 und Polen zurückzuführen.

Eine stabile Entwicklung kann bei den sonstigen finanziellen Verbindlichkeiten beobachtet werden, die nur leicht um 3,0 Mio. EUR gestiegen sind. Dies ist insbesondere auf eine im Vergleich zum 28. Februar 2022 höhere Retourenrückstellung zurückzuführen. Die Erhöhung ist hierbei zum Teil 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.

### Nettoumlaufvermögen

Die Berechnung des Nettoumlaufvermögens ist der nachfolgenden Tabelle zu entnehmen:

### Nettoumlaufvermögen (Net Working Capital)

in Mio. EUR	31.08.2022	28.02.2022
<b>(+) Kurzfristige Vermögenswerte exkl. Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente</b>	<b>683,1</b>	<b>557,3</b>
Vorräte	546,5	388,4
Forderungen aus Lieferung und Leistung sowie sonstigen Forderungen	61,0	75,9
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	0,0	0,0
Sonstige nicht finanzielle Vermögenswerte	75,6	93,0
<b>(-) Kurzfristige Schulden</b>	<b>656,3</b>	<b>547,8</b>
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	457,2	347,7
Leasingverbindlichkeiten	33,5	12,1
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	111,2	108,0
Sonstige nicht finanzielle Verbindlichkeiten	54,1	79,6
Sonstige Rückstellungen	0,4	0,4
<b>= Nettoumlaufvermögen</b>	<b>26,8</b>	<b>9,5</b>

Das Nettoumlaufvermögen (Net Working Capital) zum Ende des ersten Halbjahres des aktuellen Geschäftsjahres beträgt 26,8 Mio. EUR (Geschäftsjahr 2021/2022: 9,5 Mio. EUR). Die Entwicklung des Nettoumlaufvermögens im Vergleich zum Vorjahr (Geschäftsjahr 2021/2022) in Höhe von +17,3 Mio. EUR ist getrieben vom größeren Aufbau der kurzfristigen Vermögenswerte exklusive der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum 31. August 2022 auf 683,1 Mio. EUR (Geschäftsjahr 2021/2022: 557,3 Mio. EUR) gegenüber dem Anstieg der kurzfristigen Schulden in H1 2022/2023 auf 656,3 Mio. EUR (Geschäftsjahr 2021/2022: 547,8 Mio. EUR). Diese Entwicklung resultiert vor allem aus einem verhältnismäßig hohen Vorratsbestand zum 31. August 2022. Die Vorräte sind auf hohem Niveau aufgrund der derzeit verhaltenen Umsatzentwicklung sowie verschiedener operativer Faktoren. Diese Effekte konnten nicht von den übrigen Bestandteilen des Nettoumlaufvermögens kompensiert werden, obwohl ein aktives Net Working Capital Management stattfindet.

Die Vorräte blieben im ersten Halbjahr 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 stark kurzfristig angepasst werden. Verstärkt wird das hohe Vorratsniveau noch durch Maßnahmen zur Mitigierung von Lieferengpässen. Darüber hinaus haben Optimierungsmaßnahmen im Zusammenhang mit der Einführung des europäischen Netzwerks von Distributionszentren aufgrund des Ausbaus der Lagerkapazitäten zu einem hohen 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 109,5 Mio. EUR, welcher insbesondere durch die Vorratsentwicklung begründet ist und vorgezogene Wareneinkäufe beinhaltet.

Der Anstieg der Leasingverbindlichkeiten resultiert aus dem erneuerten Vertrag des Distributionszentrums in Altenkunstadt. Infolge von Maßnahmen zur Optimierung des Nettoumlaufvermögens konnten die sonstigen finanziellen Verbindlichkeiten reduziert werden. Der Rückgang der sonstigen nicht finanziellen Verbindlichkeiten beinhaltet im Wesentlichen Umsatzsteuerverbindlichkeiten und ist auf Stichtagseffekte zurückzuführen.

### 1.3.6 Mitarbeiter\*innen

Zum 31. August 2022 waren, auf Vollzeitkräfte umgerechnet, 1.319 festangestellte Mitarbeiter\*innen bei der ABOUT YOU Group beschäftigt, was einem Anstieg von 147 festangestellten Mitarbeiter\*innen im Vergleich zum 28. Februar 2022 (1.172 festangestellte Mitarbeiter\*innen) entspricht. Gegenüber dem ersten Quartal 2022/2023 ist die ausgewiesene Anzahl der Mitarbeiter (Festangestellte auf Vollzeitäquivalente umgerechnet) leicht zurückgegangen. Dies liegt zum einen an der Reklassifizierung von hybriden Anstellungsverhältnissen und zum anderen an der Reduzierung von Neueinstellungen aus operativen Effizienzgründen.

## 1.4 Risiko- und Chancenbericht

### Chancen und Risiken der künftigen Entwicklung

ABOUT YOUs Risikomanagementsystem (RMS) ermöglicht das strukturierte und konsistente Management und Adressieren von Chancen und Risiken. Auf Grundlage der Ergebnisse des aktuellen Risikobewertungsprozesses wurden keine bestehenden Risiken neu bewertet oder neue Risiken identifiziert, die den Fortbestand des Konzerns gefährden könnten.

ABOUT YOU sieht sich fortlaufend Risiken ausgesetzt, die die finanzielle Situation oder seine Reputation beeinflussen könnten. Auswirkungen aus makroökonomischen Entwicklungen wie dem Russland/Ukraine-Konflikt, der Inflationsdynamik, sowie den anhaltenden Herausforderungen in den globalen Lieferketten erschweren weiterhin die Genauigkeit langfristiger Prognosen oder Vorhersagen. Entsprechend überwacht ABOUT YOU die makroökonomischen Veränderungen kontinuierlich. Die Gruppe ergreift u. a. durch enge Kontrolle der Ausgabenverpflichtungen, dynamisches Pricing unter der Berücksichtigung der Inflationsentwicklung und Einrichtung von Lagerhaus-Kapazitäten, entsprechende Maßnahmen zur Risikoverminderung. Zudem beeinträchtigen pandemieeindämmende politische Maßnahmen im Zusammenhang mit Covid-19 weiterhin langfristige unternehmerische Planungen. Um eine schnelle Reaktionsfähigkeit zu gewährleisten, beobachtet ABOUT YOU fortlaufend und detailliert die pandemiebedingten Entwicklungen.

Die im Risiko- und Chancenkapitel des zusammengefassten Lageberichts für das Geschäftsjahr 2021/2022 identifizierten Risikokategorien haben weiterhin Bestand. Innerhalb der Risiko- und Chancenkategorien haben sich Änderungen der Risiken bzw. deren Höhe und Eintrittswahrscheinlichkeit ergeben, die zu neuen Top Risiken oder wesentlichen Risiken geführt haben. So wurden ein strategisches Risiko der generellen makroökonomischen Entwicklung, sowie ein operatives Risiko erhöhter Einkaufspreise zu einem höheren und damit Top Risiko mit moderater Eintrittswahrscheinlichkeit eingestuft. Die eingangs beschriebenen makroökonomischen Veränderungen, besonders hinsichtlich der sinkenden Verbraucherstimmung und der Inflationsdynamik, sind dabei Ursache der neuen, höheren Einstufung der beiden genannten Top Risiken. Hingegen konnte ein strategisches Risiko des zunehmenden Wettbewerbs durch Aufhebung der Covid-19-Beschränkungen sowie ein operatives Risiko unzureichender Netzwerkprozesse in seiner Höhe gesenkt werden. Durch diese geringere Risikoeinstufung werden die beiden Risiken nicht mehr als Top Risiken geführt. Das zuvor genannte, geringer eingestufte, strategische Risiko konnte zudem in seiner Eintrittswahrscheinlichkeit gesenkt werden.

Hinsichtlich der Gesamtanzahl der Top Risiken sind im Vergleich zum Geschäftsjahr 2021/2022 hingegen keine Veränderungen zu beobachten.

Einige der im zusammengefassten Lagebericht für das Geschäftsjahr 2021/2022 identifizierten Chancen für das Unternehmenswachstum haben sich teilweise bereits konkretisiert: so z. B. durch die erfolgreiche Einführung der Marke SCAYLE im B2B-Geschäft.

## 1.5 Prognosebericht

### 1.5.1 Künftige Gesamtwirtschaftliche und Branchenbezogene Situation

Alle Prognosen und Erwartungen sind mit einem erheblichen Maß an Unsicherheit behaftet, da sich die Entwicklung globaler Ereignisse nur schwer vorhersagen lässt. Dazu gehören unter anderem der Verlauf des Konflikts in der Ukraine, die Höhe der Inflation, die Straffung geldpolitischer Maßnahmen sowie die weitere Entwicklung der Covid-19-Pandemie.

Der IWF erwartet eine Verlangsamung des Weltwirtschaftswachstums auf 3,2% im Jahr 2022 nach einem Wachstum von 6,2% im Jahr 2021.<sup>1</sup> Gegenüber der letzten Schätzung im April 2022 wurde die Wachstumserwartung für das Jahr 2022 um 0,4 Prozentpunkte nach unten korrigiert. Dies basiert vor allem auf der Annahme einer schwächer als ursprünglich prognostizierten Entwicklung in der zweiten Jahreshälfte 2022.

Trotz der bereits reduzierten Prognose liegen die Risiken zum Erreichen dieser Vorhersage deutlich auf der Abwärtsseite. Der Konflikt in der Ukraine könnte zu einem plötzlichen Stopp an Gaslieferungen führen, die Inflation könnte weiter an Fahrt aufnehmen, eine Straffung geldpolitischer Maßnahmen könnte zu Kreditausfällen führen und ein Aufflammen der Covid-19-Pandemie erneute Einschränkungen bedeuten. Sollten diese Risiken eintreten, könnte das Wachstum der Weltwirtschaft laut IWF sogar nur bei 2,6% liegen.

Für die Eurozone erwartet der IWF eine Verlangsamung des Wirtschaftswachstums auf 2,6% im Jahr 2022 nach 5,4% im Jahr 2021. Gegenüber der letzten Schätzung im April 2022 wurde die Prognose um 0,2 Prozentpunkte reduziert. Dies reflektiert die negativen Auswirkungen des Konflikts in der Ukraine sowie eine Straffung geldpolitischer Maßnahmen mit steigenden Leitzinsen im Juli 2022. Eine deutliche Verschlechterung des Wirtschaftswachstums in Frankreich, Deutschland und Spanien sollte dabei nicht von einer Verbesserung der Erwartungen für Italien kompensiert werden können.

#### Branchenentwicklung

Euromonitor erwartet, dass die zunehmende Marktdurchdringung des Online-Handels, verstärkt durch die Covid-19-Pandemie und die sich verändernden Kundengewohnheiten, auch weiterhin maßgeblich für weiteres Umsatzwachstum im weltweiten Mode-E-Commerce sorgen wird.<sup>2</sup>

So erwartet Euromonitor, dass der globale Mode-E-Commerce-Sektor im Zeitraum 2021 bis 2026 eine durchschnittliche jährliche Wachstumsrate von 8% erreichen wird. Bei einer sich normalisierenden Marktdynamik wird der europäische Markt im Jahr 2022 voraussichtlich um 9% wachsen, was laut Euromonitor einem erwarteten Umfang von ca. 115 Mrd. EUR entspricht. Der deutsche Mode-E-Commerce-Sektor sollte weiter mit einem erwarteten Wachstum von 8% im Jahr 2022 wachsen, was einen erwarteten Marktumfang von ca. 23 Mrd. EUR bedeutet.

- 1 IMF (Juli 2022) – World Economic Outlook
- 2 Euromonitor (Mai 2022) – World Market for Apparel and Footwear

Allerdings ist auch diese Prognose mit Unsicherheiten behaftet. So will laut einer Umfrage des bevh jeder vierte Deutsche Online-Kund\*in zukünftig weniger Geld ausgeben<sup>1</sup>. Ebenso ist die Kauffrequenz zuletzt gesunken.

### 1.5.2 Prognose

Auf Basis der im ersten Halbjahr erreichten Geschäftsergebnisse sowie sinkender Verbraucherstimmung und einer Verschlechterung makroökonomischer Faktoren hat ABOUT YOU anlässlich der Veröffentlichung der vorläufigen Ergebnisse des zweiten Quartals 2022/2023 seine Umsatzprognose für das Geschäftsjahr 2022/2023 reduziert.

Auf Konzernebene erwartet ABOUT YOU nun ein Umsatzwachstum in einer Spanne von +10 % bis +20 % gegenüber dem Vorjahr auf 1.905 bis 2.078 Mio. EUR (bislang +25 % bis +35 % auf 2.165 bis 2.338 Mio. EUR). Das bereinigte EBITDA wird voraussichtlich auf –140 bis –120 Mio. EUR (Marge –7,3 % bis –5,8 %) sinken (bislang –70 bis –50 Mio. EUR, Marge –3,2 % bis –2,1 %).

## 1.6 Gesamtaussage des Vorstands

Zusammengefasst zeigt die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage, dass sich der Konzern zum Zeitpunkt der Erstellung des Berichts für die erste Hälfte des Geschäftsjahres 2022/2023 einerseits weiterhin in einer starken Wachstumsphase befindet und weiter signifikante Marktanteile gewinnen konnte, andererseits jedoch einer Vielzahl makroökonomischer Risiken ausgesetzt ist. Diesen Risiken konnte ABOUT YOU insbesondere durch die anhaltende Profitabilität der Kernsegmente DACH und TME sowie die gute Liquiditätsposition entgegenwirken.

<sup>1</sup> bevh (Juli 2022) – Konsumschock erfasst auch den E-Commerce



# Verkürzter Konzern- Zwischenabschluss

## 2.1 Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

in Mio. EUR	Q2 2022/2023	Q2 2021/2022	H1 2022/2023	H1 2021/2022
Umsatzerlöse	430,6	395,6	934,8	817,7
Materialaufwand	(260,3)	(239,7)	(547,0)	(484,0)
Personalaufwand	(27,1)	(24,5)	(51,5)	(41,5)
Sonstige betriebliche Aufwendungen	(199,0)	(165,7)	(431,9)	(349,7)
Sonstige betriebliche Erträge	0,7	0,7	1,4	1,4
Andere aktivierte Eigenleistungen	8,0	3,8	15,8	7,7
<b>Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)</b>	<b>(47,1)</b>	<b>(29,8)</b>	<b>(78,5)</b>	<b>(48,5)</b>
Abschreibungen	(14,6)	(3,9)	(26,3)	(7,7)
<b>Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)</b>	<b>(61,8)</b>	<b>(33,7)</b>	<b>(104,7)</b>	<b>(56,1)</b>
Zinsergebnis	(0,6)	(1,4)	(1,0)	(3,4)
Sonstiges Finanzergebnis	(0,5)	0,2	(1,3)	1,0
<b>Ergebnis vor Steuern (EBT)</b>	<b>(62,9)</b>	<b>(34,9)</b>	<b>(107,0)</b>	<b>(58,4)</b>
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	(0,5)	(0,1)	(0,8)	(0,1)
<b>Periodenergebnis</b>	<b>(63,4)</b>	<b>(35,0)</b>	<b>(107,8)</b>	<b>(58,5)</b>
Ergebnis je Aktie (EPS) - unverwässert [in EUR]	(0,37)	(0,21)	(0,63)	(0,38)
Ergebnis je Aktie (EPS) - verwässert [in EUR]	(0,37)	(0,21)	(0,63)	(0,38)

## 2.2 Konzern-Gesamtergebnisrechnung

vom 01.03.2022 bis zum 31.08.2022

in Mio. EUR	Q2 2022/2023	Q2 2021/2022	H1 2022/2023	H1 2021/2022
Periodenergebnis	(63,4)	(35,0)	(107,8)	(58,5)
Cash-Flow Hedges	(0,1)	0,0	(0,1)	0,0
davon effektiver Teil der Veränderungen des beizulegenden Zeitwertes	(0,1)	0,0	(0,1)	0,0
<b>Periodenergebnis/Gesamtergebnis</b>	<b>(63,6)</b>	<b>(35,0)</b>	<b>(108,0)</b>	<b>(58,5)</b>

## 2.3 Konzern-Bilanz

zum 31.08.2022

<b>Aktiva</b>			<b>Passiva</b>		
in Mio. EUR	31.08.2022	28.02.2022	in Mio. EUR	31.08.2022	28.02.2022
<b>Langfristige Vermögenswerte</b>	<b>267,4</b>	<b>130,8</b>	<b>Eigenkapital</b>	<b>482,6</b>	<b>583,5</b>
Immaterielle Vermögenswerte	55,6	47,3	Gezeichnetes Kapital	186,2	186,2
Nutzungsrechte	178,8	57,6	Kapitalrücklage	940,5	933,6
Sachanlagen	6,3	5,8	Bilanzverlust	(644,0)	(536,2)
Sonstige langfristige finanzielle Vermögenswerte	26,7	20,1	Hedging Rücklage	(0,1)	0,0
<b>Kurzfristige Vermögenswerte</b>	<b>1.031,2</b>	<b>1.053,5</b>	<b>Langfristige Schulden</b>	<b>159,8</b>	<b>53,0</b>
Vorräte	546,5	388,4	Leasingverbindlichkeiten	153,8	47,9
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie sonstige Forderungen	61,0	75,9	Latente Steuerschulden	6,0	5,2
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	0,0	0,0	<b>Kurzfristige Schulden</b>	<b>656,3</b>	<b>547,8</b>
Sonstige nicht finanzielle Vermögenswerte	75,6	93,0	Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	457,2	347,7
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	348,1	496,2	Leasingverbindlichkeiten	33,5	12,1
			Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	111,2	108,0
			Sonstige nicht finanzielle Verbindlichkeiten	54,1	79,6
			Sonstige Rückstellungen	0,4	0,4
<b>Bilanzsumme</b>	<b>1.298,6</b>	<b>1.184,3</b>	<b>Bilanzsumme</b>	<b>1.298,6</b>	<b>1.184,3</b>

## 2.4 Konzern-Eigenkapitalüberleitung

### Entwicklung des Konzerneigenkapitals

vom 01.03.2022 bis zum 31.08.2022

in Mio. EUR	Gez. Kapital	Kapitalrücklage	Bilanzverlust	Hedging- Rücklage	Summe Eigenkapital
<b>Stand 01.03.2022</b>	<b>186,2</b>	<b>933,6</b>	<b>(536,2)</b>	<b>0,0</b>	<b>583,5</b>
Periodenergebnis	0,0	0,0	(107,8)	0,0	(107,8)
Cash-Flow Hedges	0,0	0,0	0,0	(0,1)	(0,1)
Gesamtergebnis	0,0	0,0	(107,8)	(0,1)	(107,9)
Anteilsbasierte Vergütung	0,0	6,9	0,0	0,0	6,9
<b>Stand 31.08.2022</b>	<b>186,2</b>	<b>940,5</b>	<b>(644,0)</b>	<b>(0,1)</b>	<b>482,6</b>

### Entwicklung des Konzerneigenkapitals

vom 01.03.2021 bis zum 31.08.2021

in Mio. EUR	Gez. Kapital	Kapitalrücklage	Bilanzverlust	Hedging- Rücklage	Summe Eigenkapital
<b>Stand 01.03.2021</b>	<b>4,3</b>	<b>463,0</b>	<b>(411,8)</b>	<b>0,0</b>	<b>55,4</b>
Periodenergebnis/Gesamtergebnis	0,0	0,0	(58,5)	0,0	(58,5)
Einlagen der Gesellschafter	0,0	0,3	0,0	0,0	0,3
Veränderung aus der Ausgabe von Aktien	181,9	455,5	0,0	0,0	637,3
Anteilsbasierte Vergütung	0,0	10,0	0,0	0,0	10,0
<b>Stand 31.08.2021</b>	<b>186,2</b>	<b>928,8</b>	<b>(470,4)</b>	<b>0,0</b>	<b>644,6</b>

## 2.5 Konzern-Kapitalflussrechnung

vom 01.03.2022 bis zum 31.08.2022

in Mio. EUR

	Q2 2022/2023	Q2 2021/2022	H1 2022/2023	H1 2021/2022
<b>Periodenergebnis</b>	<b>(63,4)</b>	<b>(35,0)</b>	<b>(107,8)</b>	<b>(58,5)</b>
+ Abschreibungen	14,6	3,9	26,3	7,7
+ Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	0,5	0,1	0,8	0,1
+ Zinsergebnis	0,6	1,4	1,0	3,4
- Gezahlte Steuern	0,0	0,0	(0,0)	(0,0)
-/+ Zunahme/Abnahme der Vorräte	(91,7)	(51,4)	(158,2)	(43,8)
-/+ Zunahme/Abnahme der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie sonstigen Forderungen	23,7	13,5	14,9	(11,1)
+/- Zunahme/Abnahme der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	7,9	38,7	109,5	95,8
+/- Zunahme/Abnahme der sonstigen Aktiva/Passiva	3,0	(2,0)	(5,0)	(8,1)
+ Nicht zahlungswirksame Aufwendungen	4,3	8,4	6,9	10,3
<b>= Cash-Flow aus der laufenden Geschäftstätigkeit</b>	<b>(100,4)</b>	<b>(22,4)</b>	<b>(111,7)</b>	<b>(4,4)</b>
- Auszahlungen für Investitionen in immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen	(8,7)	(4,6)	(17,1)	(9,1)
- Auszahlungen für den Erwerb von Unternehmensanteilen	(0,1)	(0,4)	(0,1)	(0,9)
+/- Auszahlungen/Tilgungen für Ausleihungen und Zinserträge	(1,3)	(3,2)	(6,0)	(9,2)
<b>= Cash-Flow aus der Investitionstätigkeit</b>	<b>(10,0)</b>	<b>(8,2)</b>	<b>(23,2)</b>	<b>(19,2)</b>
<b>= Free Cash-Flow</b>	<b>(110,4)</b>	<b>(30,7)</b>	<b>(134,8)</b>	<b>(23,5)</b>
+ Einzahlungen aus Eigenkapitalzuführungen	0,1	637,3	0,1	637,3
+/- Auszahlungen aus Gesellschafterdarlehen	0,0	(75,0)	0,0	(75,0)
+/- Zahlungen aus Leasingverträgen	(5,9)	0,1	(11,9)	(1,1)
+/- Gezahlte Zinsen	(0,9)	(5,0)	(1,5)	(5,0)
<b>= Cash-Flow aus der Finanzierungstätigkeit</b>	<b>(6,7)</b>	<b>557,5</b>	<b>(13,3)</b>	<b>556,2</b>
+ Finanzmittelfonds am Anfang der Periode	465,2	113,7	496,2	107,9
+/- Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelfonds	(117,2)	526,8	(148,1)	532,6
<b>= Finanzmittelfonds am Ende der Periode</b>	<b>348,1</b>	<b>640,6</b>	<b>348,1</b>	<b>640,6</b>

## 2.6 Anhang zum verkürzten Konzern-Zwischenabschluss

### 2.6.1 Allgemeine Angaben

Die ABOUT YOU Holding SE ist eine börsennotierte europäische Aktiengesellschaft mit Sitz in Hamburg, Deutschland. Die ABOUT YOU Holding SE, Hamburg, ist die Muttergesellschaft der ABOUT YOU Group. Die ABOUT YOU Holding SE, Domstraße 10, 20095 Hamburg, Deutschland (HRB 170972, Amtsgericht Hamburg), und ihre Tochterunternehmen (zusammen im Folgenden: „ABOUT YOU Group“ oder „ABOUT YOU“) bilden einen Fashion E-Commerce- und Technologie-Konzern, der größtenteils in Europa tätig ist.

Die ABOUT YOU Holding SE ist oberstes Mutterunternehmen der ABOUT YOU Group. Die ABOUT YOU Group umfasst neben dem Mutterunternehmen vier weitere Tochterunternehmen, die in den Konzernabschluss mit einbezogen werden.

Der verkürzte Konzern-Zwischenabschluss umfasst den Zeitraum vom 1. März 2022 bis zum 31. August 2022.

### 2.6.2 Aufstellungsgrundsätze

Der verkürzte und einer prüferischen Durchsicht unterzogene Konzern-Zwischenabschluss der ABOUT YOU Holding SE zum 31. August 2022 stimmt mit dem International Accounting Standard (IAS) 34, wie er in der EU anzuwenden ist, überein. Dieser verkürzte Konzern-Zwischenabschluss wurde unter Berücksichtigung vom International Accounting Standard (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 28. Februar 2022 zu lesen.

Die im Konzernabschluss zum 28. Februar 2022 angewandten Rechnungslegungsgrundsätze sowie Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden werden grundsätzlich unverändert übernommen, sofern nicht anderweitig in den nachfolgenden Abschnitten dargestellt.

Aus der erstmaligen Anwendung geänderter IFRS-Rechnungslegungsstandards oder -Interpretationen im laufenden Geschäftsjahr ergaben sich, wie auch im Geschäftsbericht 2021/2022 erläutert, keine wesentlichen Einflüsse auf den verkürzten Konzern-Zwischenabschluss.

Der verkürzte Konzern-Zwischenabschluss wird in Mio. 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.

Negative Werte werden im Fließtext mit einem negativen Vorzeichen und in den Tabellen in Klammern dargestellt.

### 2.6.3 Saisoneinflüsse auf die Geschäftstätigkeit innerhalb der Zwischenberichtsperiode

Die Umsatzerlöse von ABOUT YOU unterliegen saisonalen Effekten und können daher innerhalb des Geschäftsjahres schwanken. Im Vergleich zu den Herbst- und Wintermonaten sind für die in die Zwischenberichtsperiode fallenden Frühjahrs- und Sommermonate ein geringeres Umsatzniveau prägend, da die Produkte der Frühjahrs- und Sommermode üblicherweise niedrigerpreisiger sind.

Im Gegensatz dazu sind die Herbst- und Wintermonate aufgrund höherpreisiger Herbst- und Wintermode sowie des Black-Friday-Sale und Weihnachtsaktionen durch ein höheres Umsatzniveau geprägt. Das höhere Preisniveau der Herbst- und Wintermonate resultiert zudem im zweiten Halbjahr in einer strukturell höheren Profitabilität, da verschiedene Stück-Kostenarten wie z. B. im Fulfillment gegen die höheren Preise skalieren.

Die höheren Umsätze des zweiten Halbjahres sowie die strukturell höhere Profitabilität können jedoch im ABOUT YOU Group Kontext durch Sondereffekte wie Markteintrittskampagnen überkompensiert werden, sodass dieses Muster hauptsächlich in reiferen Märkten zu beobachten ist.

### 2.6.4 Segmentberichterstattung

#### Grundlagen

Die Segmentberichterstattung erfolgt entsprechend der Vorschriften des IFRS 8 nach dem Management Approach. Hiernach orientiert sich die Segmentberichterstattung an der internen Berichterstattung an die

jeweiligen Hauptentscheidungsträger. Zudem beinhaltet sie die Informationen, die diesen Entscheidungsträgern im Rahmen einer regelmäßigen Berichterstattung vorgelegt und von diesen zur Ressourcenallokation für die einzelnen Bereiche des Konzerns verwendet werden.

In Übereinstimmung mit der internen Steuerung des Konzerns ist die Segmentberichterstattung nach den Geschäftsfeldern des Konzerns gegliedert.

#### Geschäftsfelder

In der ABOUT YOU Group bestehen die folgenden Geschäftsfelder:

- ABOUT YOU DACH: Das Segment DACH beinhaltet die ABOUT YOU Online-Shops in Deutschland, Österreich und der Schweiz.
- ABOUT YOU RoE (Rest of Europe): Das Segment RoE beinhaltet die ABOUT YOU Online-Shops in Belgien, den Niederlanden, Polen, Tschechien, der Slowakei, Ungarn, Rumänien, Estland, Lettland, Litauen, Slowenien, Kroatien, Bulgarien, Frankreich, Spanien, Italien, Dänemark, Schweden, Finnland, Irland, Griechenland, Portugal und Norwegen.
- TME (Tech, Media, Enabling): Das Segment TME umfasst im Kern drei Dienstleistungsgeschäfte: Commerce Engine (Tech), Brand and Advertising Solutions (Media) und 360°-Services entlang der E-Commerce-Wertschöpfungskette des Konzerns sowie sonstige umsatzgenerierende Dienstleistungen und Geschäftsfelder (Enabling).

## Segmentinformationen

Grundsätzlich werden die Segmentdaten auf der 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.

Der Vorstand misst den Erfolg der Segmente durch die zum Zeitpunkt der Bestellung abgegrenzten Umsatzerlöse und das zum Zeitpunkt der Bestellung abgeleitete bereinigte EBITDA.

Die dargestellten Ergebnisgrößen stellen den jeweiligen Ergebnisbeitrag der Segmente dar.

Die ermittelten Umsatzerlöse umfassen im Wesentlichen die Umsätze der Online-Shops sowie der Dienstleistungsgeschäfte. Von den Umsatzerlösen aus den Online-Shops und den Dienstleistungsgeschäften entfallen im ersten Halbjahr des aktuellen Geschäftsjahrs 45,9%, und damit der größte Anteil, auf Deutschland.

Das bereinigte EBITDA entspricht dabei dem EBITDA abzüglich der Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütungen mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente, Restrukturierungskosten und nicht operativen Einmalwirkungen.

Die Bereinigungen in Höhe von insgesamt 6,9 Mio. EUR im ersten Halbjahr 2022/2023 (H1 2021/2022: 23,0 Mio. EUR) betreffen Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütungen mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente. Diese Kosten wurden bei der Berechnung des bereinigten EBITDA herausgerechnet.

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

in Mio. EUR	Q2 2022/2023	Q2 2021/2022	H1 2022/2023	H1 2021/2022
ABOUT YOU DACH	206,7	197,4	445,8	415,6
Wachstumsrate	4,7%	42,4%	7,3%	34,0%
ABOUT YOU RoE	209,5	162,9	439,0	349,0
Wachstumsrate	28,6%	50,1%	25,8%	80,4%
TME	46,2	39,5	96,2	74,0
Wachstumsrate	17,0%	181,0%	30,1%	158,0%
Überleitung	(31,8)	(4,2)	(46,2)	(20,9)
<b>Umsatzerlöse</b>	<b>430,6</b>	<b>395,6</b>	<b>934,8</b>	<b>817,7</b>
Wachstumsrate	8,9%	53,3%	14,3%	59,4%



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

in Mio. EUR	Q2 2022/2023	Q2 2021/2022	H1 2022/2023	H1 2021/2022
ABOUT YOU DACH	0,9	7,8	10,8	25,1
Marge	0,4 %	3,9 %	2,4 %	6,0 %
ABOUT YOU RoE	(39,4)	(24,4)	(85,5)	(57,8)
Marge	(18,8) %	(15,0) %	(19,5) %	(16,6) %
TME	4,1	6,1	11,0	10,7
Marge	8,8 %	15,4 %	11,5 %	14,5 %
Überleitung	(8,4)	(2,5)	(7,9)	(3,5)
<b>Bereinigtes EBITDA</b>	<b>(42,8)</b>	<b>(13,1)</b>	<b>(71,6)</b>	<b>(25,4)</b>
Marge	(9,9) %	(3,3) %	(7,7) %	(3,1) %
Bereinigungen	4,3	16,7	6,9	23,0
<b>EBITDA</b>	<b>(47,1)</b>	<b>(29,8)</b>	<b>(78,5)</b>	<b>(48,5)</b>
Marge	(10,9) %	(7,5) %	(8,4) %	(5,9) %

Aus den Zahlen auf Segmentebene wird ersichtlich, dass alle drei Segmente weiterhin ein Wachstum aufweisen. Die Segmente unterscheiden sich jedoch hinsichtlich ihres Reifegrads und ihrer Profitabilitätsstruktur. Die beiden bereits profitablen Segmente (ABOUT YOU DACH und TME) finanzieren das Wachstum in den internationalen Märkten (RoE) aus einer Gruppensicht quer. Insgesamt wurden in Deutschland im H1 2022/2023 430,0 Mio. EUR Umsatzerlöse generiert (370,6 Mio. EUR AY Shops und 59,4 Mio. EUR TME). Die langfristigen Vermögenswerte befinden sich im Wesentlichen in Deutschland, der Slowakei und Polen.

## Überleitung

Da in den Segmentwerten für ABOUT YOU DACH und RoE die Abgrenzung der Umsatzerlöse im Zeitpunkt der Bestellung und nicht bei Leistungserfüllung vorgenommen wird, wird eine Überleitung der Segmentwerte auf die IFRS-Konzernwerte vorgenommen. Gemäß IFRS 8 werden ferner sowohl die mit externen Geschäftspartnern erzielten Umsatzerlöse und Ergebnisse als auch die intersegmentären Transaktionen der ABOUT YOU Group je Segment an die verantwortliche Unternehmensinstanz berichtet. Die intersegmentären Transaktionen betreffen den Austausch von Waren und Dienstleistungen zwischen den Segmenten.

Die Überleitung der Segmentwerte auf die IFRS-Konzernwerte erklärt sich darin, dass Umsatzerlöse zum Zeitpunkt der Bestellung und nicht erst bei Leistungserfüllung dargestellt werden. Für das erste Halbjahr 2022/2023 ergab sich aus diesem Sachverhalt eine Abweichung in Höhe von –2,7 Mio. EUR (H1 2021/2022: –1,1 Mio. EUR) Im Q2 2022/2023 betrug die Abweichung 11,3 Mio. EUR (Q2 2021/2022: 6,3 Mio. EUR).

Ferner sind die intersegmentären Umsatzerlöse enthalten, die den Austausch von Waren und Dienstleistungen zwischen den Segmenten von ABOUT YOU betreffen. Sie beliefen sich im ersten Halbjahr des aktuellen Geschäftsjahres auf 43,5 Mio. EUR (H1 2021/2022: 19,8 Mio. EUR) sowie 20,4 Mio. EUR im zweiten Quartal 2022/2023 (Q2 2021/2022: 10,6 Mio. EUR). Die externen Umsatzerlöse der einzelnen Segmente betrugen im H1 2022/2023 im Segment ABOUT YOU DACH 440,1 Mio. EUR (H1 2021/2022: 410,9 Mio. EUR), im Segment ABOUT YOU RoE 436,4 Mio. EUR (H1 2021/2022: 344,4 Mio. EUR) und im Segment TME 61,0 Mio. EUR (H1 2021/2022: 63,5 Mio. EUR). Für das zweite Quartal 2022/2023 betrugen die externen Umsatzerlöse für das Segment ABOUT YOU DACH 204,1 Mio. EUR (Q2 2021/2022: 195,2 Mio. EUR), das Segment ABOUT YOU RoE 208,2 Mio. EUR (Q2 2021/2022: 159,1 Mio. EUR) und das Segment TME 29,6 Mio. EUR (Q2 2021/2022: 35,0 Mio. EUR).

In den Umsätzen der Segmente ABOUT YOU DACH und RoE sind im H1 2022/2023 intersegmentäre Transaktionen in Höhe von 8,3 Mio. EUR (H1 2021/2022: 9,3 Mio. EUR) enthalten. Für das zweite Quartal 2022/2023 stammen aus diesem Sachverhalt 3,9 Mio. EUR (Q2 2021/2022: 6,0 Mio. EUR). Die Transaktionen resultieren im Wesentlichen aus der Bereitstellung von Werbevermarktungsflächen in den ABOUT YOU Online-Shops für das Segment TME.

Die Umsätze des Segments TME beinhalten im H1 2022/2023 intersegmentäre Transaktionen in Höhe von 35,2 Mio. EUR (H1 2021/2022: 10,5 Mio. EUR). Für das zweite Quartal 2022/2023 ergaben sich aus diesem Zusammenhang Transaktionen von 16,5 Mio. EUR (Q2 2021/2022: 4,5 Mio. EUR). Der Anstieg der intersegmentären Transaktionen ist auf das Wachstum von Fulfillment by ABOUT YOU Umsätzen zurückzuführen. Die Einnahmen aus den Logistikdienstleistungen hierzu werden im Sub-Segment Enabling als Umsätze ausgewiesen. Auf Gruppenebene werden diese Einnahmen jedoch nicht als Umsatz, sondern als Minderung der Anschaffungskosten der erworbenen Waren ausgewiesen. Entsprechend sind die Einnahmen in der Segmentberichterstattung als intersegmentäre Transaktionen auszuweisen. Im H1 2022/2023 entfielen mehr als die Hälfte der intersegmentären Transaktionen des TME-Segments auf diese Fulfillment by ABOUT YOU Logistikeinnahmen. Die sonstigen intersegmentären Transaktionen aus vor allem Content-Produktionen des Media-Bereichs für ABOUT YOU DACH und RoE sowie der internen Nutzung von SCAYLE sind hingegen nur moderat gestiegen.

## 2.6.5 Finanzinstrumente

Die finanziellen Verbindlichkeiten und finanziellen Vermögenswerte lassen sich gemäß den Vorschriften des IFRS 9 wie folgt kategorisieren, wobei die Buchwerte näherungsweise den Zeitwerten entsprechen:

<sup>1</sup> Aufgrund der Endfälligkeit wird näherungsweise von einem Zeitwert in Höhe des Buchwerts ausgegangen.

in Mio. EUR	Fortgeführte Anschaffungskosten (AC)	Zeitwert, erfolgswirksam (FVTPL)	Keiner Bewertungskategorie zugeordnet	Buchwert
<b>Aktiva</b>				
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	348,1	0,0	0,0	348,1
Forderungen aLuL und gg. nahestehende Personen/ Unternehmen sowie sonstige Forderungen	61,0	0,0	0,0	61,0
Finanzanlagen	0,0	5,8	0,0	5,8
Derivate in Sicherungsbeziehungen	0,0	0,0	0,0	0,0
Sonstige langfristige finanzielle Vermögenswerte <sup>1</sup>	21,0	0,0	0,0	21,0
<b>Stand zum 31.08.2022</b>	<b>430,0</b>	<b>5,8</b>	<b>0,0</b>	<b>435,8</b>
<b>Passiva</b>				
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	457,2	0,0	0,0	457,2
Langfristige Leasingverbindlichkeiten	0,0	0,0	153,8	153,8
Leasingverbindlichkeiten	0,0	0,0	33,5	33,5
Derivate in Sicherungsbeziehungen	0,0	0,0	0,1	0,1
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	111,2	0,0	0,0	111,2
<b>Stand zum 31.08.2022</b>	<b>568,3</b>	<b>0,0</b>	<b>187,4</b>	<b>755,7</b>

in Mio. EUR	Fortgeführte Anschaffungskosten (AC)	Zeitwert, erfolgswirksam (FVTPL)	Keiner Bewertungs- kategorie zugeordnet	Buchwert
<b>Aktiva</b>				
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	496,2	0,0	0,0	496,2
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie sonstige Forderungen	75,9	0,0	0,0	75,9
Finanzanlagen	0,0	5,7	0,0	5,7
Derivate in Sicherungsbeziehungen	0,0	0,0	0,0	0,0
Sonstige langfristige finanzielle Vermögenswerte <sup>1</sup>	14,4	0,0	0,0	14,4
<b>Stand zum 28.02.2022</b>	<b>586,5</b>	<b>5,7</b>	<b>0,0</b>	<b>592,2</b>
<b>Passiva</b>				
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	347,7	0,0	0,0	347,7
Langfristige Leasingverbindlichkeiten	0,0	0,0	47,9	47,9
Leasingverbindlichkeiten	0,0	0,0	12,1	12,1
Derivate in Sicherungsbeziehungen	0,0	0,0	0,0	0,0
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	108,0	0,0	0,0	108,0
<b>Stand zum 28.02.2022</b>	<b>455,7</b>	<b>0,0</b>	<b>60,0</b>	<b>515,7</b>

<sup>1</sup> Aufgrund der Endfälligkeit wird näherungsweise von einem Zeitwert in Höhe des Buchwerts ausgegangen.

Die beizulegenden Zeitwerte der Finanzinstrumente wurden grundsätzlich basierend auf den am Bilanzstichtag verfügbaren Marktinformationen ermittelt und sind einer der drei Hierarchiestufen von beizulegenden Zeitwerten gemäß IFRS 13 zuzuordnen.

**Stufe 1:** an aktiven, für den Konzern zugänglichen Märkten notierte (nicht angepasste) Preise für gleiche Vermögenswerte oder Verbindlichkeiten;

**Stufe 2:** Inputfaktoren, bei denen es sich nicht um die auf Stufe 1 berücksichtigten notierten Preise handelt, die sich aber für den Vermögenswert oder die Verbindlichkeit entweder direkt (das heißt als Preis) oder indirekt (d. h. in Ableitung von Preisen) beobachten lassen;

**Stufe 3:** nicht auf beobachtbaren Marktdaten basierende Faktoren für die Bewertung des Vermögenswerts oder der Verbindlichkeit (nicht beobachtbare Inputfaktoren).

Reklassifizierungen zwischen den verschiedenen Hierarchiestufen werden zum Ende der Berichtsperiode, in der die Änderung eingetreten ist, erfasst. Im aktuellen Berichtszeitraum erfolgte kein Transfer zwischen den Stufen.

Derivative Finanzinstrumente (bspw. Devisenforwards oder -swaps) werden zum beizulegenden Zeitwert bilanziert. Dabei werden für die Bewertung der Finanzinstrumente anerkannte mathematische Verfahren zur Ermittlung der Zeitwerte angesetzt. Die Derivate, die nicht als Sicherungsinstrumente designiert sind und für die kein Hedge Accounting unter IFRS 9 angewendet wird, stuft der Konzern als zu Handelszwecken gehalten ein. Änderungen der beizulegenden Zeitwerte von derivativen Finanzinstrumenten werden entweder

erfolgswirksam im Gewinn oder Verlust der Periode oder, bei Sicherungsbeziehungen, im sonstigen kumulierten Ergebnis erfasst.

Seit dem Geschäftsjahr 2022/2023 wendet ABOUT YOU die Anforderungen des IFRS 9 im Rahmen des Cash-Flow Hedge Accounting an. Die Sicherungsstrategie zielt darauf ab, die Variabilität aus Währungskursschwankungen für erwartete Umsatzerlöse in Fremdwährung zu neutralisieren. Durch die Bilanzierung im Rahmen des Cash-Flow Hedge Accounting zielt ABOUT YOU auf eine Verringerung der GuV-Volatilität in den einzelnen Berichtsperioden ab.

Sofern derivative Finanzinstrumente der Absicherung des Cashflow-Risikos aus Wechselkursrisiken dienen und eine effektive Sicherungsbeziehung nach den Kriterien des IFRS 9 vorliegt, werden die Wertveränderungen des effektiven Teils im sonstigen kumulierten Ergebnis erfasst (OCI). Designiert wird regelmäßig lediglich die Kassakomponente der zur Absicherung der Schwankungen der Zahlungsströme verwendeten Devisentermingeschäfte. Die Änderungen des beizulegenden Zeitwerts der Terminkomponente werden als Absicherungskosten in einer separaten Komponente des sonstigen kumulierten Ergebnisses bilanziert (OCI II). Der mögliche ineffektive Teil des Gewinns oder Verlusts aus dem Sicherungsinstrument wird erfolgswirksam erfasst.

Die langfristigen Verbindlichkeiten gegenüber nahestehenden Personen und Unternehmen wurden im laufenden Geschäftsjahr vollständig getilgt. Der Fair Value des Vorjahres der Position entspricht dem Buchwert.

## 2.7 Sonstige Angaben

### 2.7.1 Beziehungen zu Nahestehenden Personen und Unternehmen und Gesellschaftern

Als nahestehende Personen und Unternehmen gemäß IAS 24 gelten für die ABOUT YOU Group die Personen und Unternehmen, die die ABOUT YOU Group beherrschen bzw. einen maßgeblichen Einfluss auf diese ausüben oder durch die ABOUT YOU Group beherrscht bzw. maßgeblich beeinflusst werden.

Dementsprechend werden die Mitglieder der Familie Otto, die Michael Otto Stiftung, die durch diese Familie und die Stiftung beherrschten bzw. maßgeblich beeinflussten Unternehmen, die Mitglieder der Geschäftsführung der Otto (GmbH & Co KG) sowie die Tochter- und assoziierten sowie Gemeinschaftsunternehmen der Otto Group als nahestehende Personen und Unternehmen definiert, da die Otto (GmbH & Co KG) die ABOUT YOU Holding SE nach IFRS 10 als zu konsolidierendes Tochterunternehmen einstuft.

Darüber hinaus sind die an der ABOUT YOU Holding beteiligten Management-Unternehmen des Vorstands Tarek Müller, Sebastian Betz und Hannes Wiese als nahestehende Unternehmen einzustufen.

Ferner sind die Aktieselskabet af 12.6.18 sowie die Tochter- und Gemeinschaftsunternehmen der Bestseller A/S als nahestehende Personen und Unternehmen definiert.

ABOUT YOU hat im Berichtszeitraum Transaktionen im Rahmen des gewöhnlichen Geschäftsverkehrs mit nahestehenden Unternehmen getätigt.

Die Gesamtbezüge der Vorstände der ABOUT YOU Group betragen im Berichtszeitraum 0,4 Mio. EUR (H1 2021/2022: 3,0 Mio. EUR). Davon entfallen 0,0 Mio. EUR auf anteilsbasierte Vergütungen (H1 2021/2022: 2,5 Mio. EUR). Von der Gesamtvergütung sind 0,4 Mio. EUR kurzfristig fällig (H1 2021/2022: 0,5 Mio. EUR). Ein Unternehmen, das einem Vorstandsmitglied nahesteht, wurde im ersten Halbjahr des laufenden Geschäftsjahres 2022/2023 für eine Mitarbeiterveranstaltung der ABOUT YOU Group beauftragt. Für diese Dienstleistung erhielt dieses Unternehmen Gegenleistungen i. H. v. weniger als 100 TEUR.

Den Mitgliedern des Aufsichtsrates stehen im ersten Halbjahr 2022/ 2023 Bezüge i. H. v. 0,3 Mio. EUR (H1 2021/2022: 0,3 Mio. EUR) gemäß der derzeit gültigen Vergütungsregelung für den Aufsichtsrat in §15 der Satzung der ABOUT YOU Holding SE zu. Davon sind zum Bilanzstichtag 0,3 Mio. EUR ausstehend.

ABOUT YOU hat Güter in Höhe von 27,7 Mio. EUR (H1 2021/2022: 23,8 Mio. EUR) vom konsolidierenden Gesellschafter eingekauft, wobei es sich im Wesentlichen um Ware für den Weiterverkauf handelt. Darüber hinaus wurden Dienstleistungen im Wert von 13,5 Mio. EUR (H1 2021/2022: 18,3 Mio. EUR) vom konsolidierenden Gesellschafter bezogen. Bei den bezogenen Dienstleistungen geht es im Wesentlichen um Logistik-Dienstleistungen.

Es wurden Umsätze in Höhe von 7,8 Mio. EUR (H1 2021/2022: 9,8 Mio. EUR) mit dem konsolidierenden Gesellschafter generiert, diese resultieren vor allem aus der Nutzung von ABOUT YOU Commerce Engine (Tech), damit zusammenhängenden Implementierungsdienstleistungen sowie weiteren Enabling-Dienstleistungen des Unternehmens.

Gegen den konsolidierenden Gesellschafter bestehen zum Stichtag kurzfristige Forderungen i. H. v. 4,1 Mio. EUR (28. Februar 2022: 2,1 Mio. EUR). Gleichzeitig bestehen kurzfristige Verbindlichkeiten i. H. v. 41,8 Mio. EUR (28. Februar 2022: 59,4 Mio. EUR).

ABOUT YOU hat Güter in Höhe von 11,8 Mio. EUR (H1 2021/2022: 13,6 Mio. EUR) von Unternehmen, die dem konsolidierenden Gesellschafter nahestehen, eingekauft. Bei den Gütern handelt es sich im Wesentlichen um Waren, die für den Weiterverkauf erstanden wurden. Darüber hinaus wurden Dienstleistungen im Wert von 76,4 Mio. EUR (H1 2021/2022: 62,9 Mio. EUR) von diesen bezogen. Die bezogenen Dienstleistungen umfassen vor allem Logistik- und Servicedienstleistungen.

Außerdem wurden Umsätze in Höhe von 4,9 Mio. EUR (H1 2021/2022: 5,7 Mio. EUR) mit Unternehmen, die dem konsolidierenden Gesellschafter nahestehen, generiert. Die Umsätze resultieren aus der Nutzung der Media-Services von ABOUT YOU, aus SCAYLE sowie aus einzelnen Enabling-Dienstleistungen im Bereich Fulfillment und Shop-Management. Die sonstigen Erträge resultieren im Wesentlichen aus SLA-Vereinbarungen mit Logistik-Dienstleistern.

Gegen die Unternehmen, die dem konsolidierenden Gesellschafter nahestehen, bestehen kurzfristige Forderungen i. H. v. 1,2 Mio. EUR (28. Februar 2022: 1,5 Mio. EUR). Gleichzeitig bestehen kurzfristige Verbindlichkeiten i. H. v. 43,1 Mio. EUR (H1 2021/2022: 35,6 Mio. EUR).

Ferner hat ABOUT YOU Güter in Höhe von 111,9 Mio. EUR (H1 2021/2022: 57,7 Mio. EUR) von Unternehmen, die einem Minderheitsgesellschafter nahestehen, eingekauft. Bei den Gütern handelt es sich im Wesentlichen

auch in diesem Fall um Waren, die für den Weiterverkauf erstanden wurden. Darüber hinaus wurden Dienstleistungen im Wert von 26,8 Mio. EUR (H1 2021/2022: 10,0 Mio. EUR) von diesen bezogen. Die bezogenen Dienstleistungen umfassen vor allem Logistik- und Servicedienstleistungen.

Mit diesen Unternehmen wurden außerdem Umsätze in Höhe von 2,3 Mio. EUR (H1 2021/2022: 7,7 Mio. EUR) generiert. Die Umsätze resultieren auch in diesem Fall aus der Nutzung der Media-Services von ABOUT YOU, aus SCAYLE sowie aus einzelnen Enabling-Dienstleistungen im Bereich Fulfillment und Shop-Management.

Gegen diese Unternehmen, die einem Minderheitsgesellschafter nahestehen, bestehen kurzfristige Forderungen i. H. v. 4,8 Mio. EUR (28. Februar 2022: 5,7 Mio. EUR). Gleichzeitig bestehen kurzfristige Verbindlichkeiten i. H. v. 72,2 Mio. EUR (28. Februar 2022: 43,7 Mio. EUR).

Bei übrigen nahestehenden Unternehmen hat ABOUT YOU Güter in Höhe von 12,1 Mio. EUR (H1 2020/2021: 4,1 Mio. EUR) eingekauft. Bei den Gütern handelt es sich im Wesentlichen um Waren, die für den Weiterverkauf erstanden wurden. Darüber hinaus wurden Dienstleistungen im Wert von 1,0 Mio. EUR (H1 2021/2022: 1,0 Mio. EUR) von diesen bezogen.

Des Weiteren wurden Umsätze in Höhe von 2,4 Mio. EUR (H1 2021/2022: 7,8 Mio. EUR) mit übrigen nahestehenden Unternehmen generiert. Die Umsätze resultieren aus der Nutzung der Media-Services von ABOUT YOU, aus SCAYLE sowie aus einzelnen Enabling-Dienstleistungen im Bereich Fulfillment und Shop-Management.



Gegen übrige nahestehende Unternehmen bestehen kurzfristige Forderungen i. H.v. 12,3 Mio. EUR (28. Februar 2022: 2,8 Mio. EUR). Gleichzeitig bestehen kurzfristige Verbindlichkeiten gegenüber übrigen nahestehenden Unternehmen i. H.v. 6,6 Mio. EUR (28. Februar 2022: 3,7 Mio. EUR). Darüber hinaus bestehen zum Stichtag Darlehensforderungen gegen übrige nahestehende Unternehmen i. H.v. 20,9 Mio. EUR (28. Februar 2022: 15,3 Mio. EUR).

In 2022/2023 wurden im Rahmen des Media4Equity-Programms Transaktionen mit Gesellschaftern im gesamten Umfang von 0,0 Mio. EUR (H1 2021/2022: 0,3 Mio. EUR) vorgenommen, die die Kapitalrücklage des Konzerns um diesen Betrag erhöhten.

### **2.7.2 Ereignisse nach der Berichtsperiode**

Vorgänge von besonderer Bedeutung, die wesentliche finanzielle Auswirkungen auf den vorliegenden Konzern-Zwischenabschluss haben könnten, haben sich nach dem Bilanzstichtag nicht ergeben.

### **2.7.3 Angaben gemäß §160 AktG**

#### **Eigene Aktien**

Die ABOUT YOU Holding SE hielt zum Stichtag des Konzern-Zwischenabschlusses 14.948.192 eigene Aktien, aus denen ihr gemäß §71b AktG keine Rechte zustehen. Die Anzahl der eigenen Aktien hat sich im Vergleich zum 28. Februar 2022 um die Anzahl der ausgeübten Aktienoptionen i. H.v. 809.880 Stückaktien im Rahmen der anteilsbasierten Vergütung reduziert.

Diese entsprechen einem Nominalwert von 1 EUR je Aktie, was einem Anteil am Grundkapital von 809.880 EUR entspricht. Die Aktienoptionen wurden im Zeitpunkt des Börsengangs an anspruchsberechtigte Mitarbeitende kostenlos ausgegeben. Durch die Ausübung der Aktienoptionen sind ABOUT YOU keine weiteren Erlöse zugeflossen oder Aufwendungen angefallen.

#### **Aktienanzahl**

Die ABOUT YOU Holding SE hat zum Stichtag des Konzern-Zwischenabschlusses 186.153.487 auf die Inhaber\*innen lautende Stammaktien ohne Nennbetrag (Stückaktien) ausgegeben. Jede Aktie repräsentiert einen anteiligen Betrag des gezeichneten Kapitals von 1,00 EUR und berechtigt zu einer Stimme in der Hauptversammlung der Gesellschaft.

### **2.7.4 Ergebnis je Aktie**

Das unverwässerte Ergebnis je Aktie errechnet sich, indem das auf die Anteilseigner\*innen der ABOUT YOU Holding SE entfallende Periodenergebnis durch die unverwässerte gewichtete durchschnittliche Anzahl der Aktien dividiert wird.

Die durchschnittliche Aktienzahl berücksichtigt die im vergangenen Berichtsjahr erfolgte Umwandlung der zum 29.02.2020 vorhandenen Vorzugsaktien in Stammaktien. Dabei erfolgte eine retrospektive Anpassung der Anzahl der Stammaktien auf den Beginn der Berichtsperiode. Weiterhin berücksichtigt die durchschnittliche Aktienzahl den im vergangenen Berichtsjahr erfolgten Erwerb eigener Aktien abzüglich bereits ausgeübter Aktienoptionen. Die Anpassung erfolgte hierbei rückwirkend auf den Zeitpunkt der zuerst berichteten Periode.

Entsprechend der Unterteilung des Grundkapitals in Höhe von 186,2 Mio. EUR in 186,2 Mio. Aktien sowie von 15,6 Mio. vom Konzern durchschnittlich gehaltenen Aktien errechnete sich eine Anzahl von 170,5 Mio. durchschnittlich ausstehenden Aktien für H1 2022/2023. Für Q2 2022/2023 hielt der Konzern durchschnittlich 15,5 Mio. eigene Aktien, sodass sich eine Anzahl durchschnittlich ausstehender Aktien von 170,6 ergibt.

Das verwässerte Ergebnis je Aktie errechnet sich, indem das auf die Anteilseigner\*innen der ABOUT YOU Holding SE entfallende Periodenergebnis durch die verwässerte durchschnittliche gewichtete Anzahl der Aktien dividiert wird. Aktienoptionen für den Vorstand werden bei der Berechnung des verwässerten Ergebnisses je Aktie nicht berücksichtigt, da die Leistungskomponente bisher nicht erfüllt wurde. Die Optionen enthalten bis zu 78.791.000 potenzielle neue auf die Inhaber\*innen lautende Stückaktien. Der Einbezug der potenziellen Stammaktien würde, bei gleichbleibendem Ergebnis, einen Verwässerungsschutz bieten. Es gibt keine weiteren beschlossenen Kapitalerhöhungen für die Zukunft.

## Ergebnis per Aktie (EPS) unverwässert

in Mio. EUR	Q2 2022/2023	Q2 2021/2022	H1 2022/2023	H1 2021/2022
Anteilseigner*innen zuzurechnendes Periodenergebnis (in Mio. EUR)	(63,4)	(35,0)	(107,8)	(58,5)
Unverwässerte gewichtete durchschnittliche Aktienanzahl (in Mio. Stück)	170,6	166,4	170,5	154,1
<b>Summe (in EUR)</b>	<b>(0,37)</b>	<b>(0,21)</b>	<b>(0,63)</b>	<b>(0,38)</b>

## Ergebnis per Aktie (EPS) verwässert

in Mio. EUR	Q2 2022/2023	Q2 2021/2022	H1 2022/2023	H1 2021/2022
Anteilseigner*innen zuzurechnendes Periodenergebnis (in Mio. EUR)	(63,4)	(35,0)	(107,8)	(58,5)
Verwässerte gewichtete durchschnittliche Aktienanzahl (in Mio. Stück)	170,6	166,4	170,5	154,1
<b>Summe (in EUR)</b>	<b>(0,37)</b>	<b>(0,21)</b>	<b>(0,63)</b>	<b>(0,38)</b>

## **2.8 Versicherung der gesetzlichen Vertreter**

Wir versichern nach bestem Wissen, dass gemäß den anzuwendenden Rechnungslegungsgrundsätzen für die Halbjahresfinanzberichterstattung der Konzernhalbjahresabschluss 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 ABOUT YOU 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.

Hamburg, 5. Oktober 2022

Der Vorstand

TAREK MÜLLER

HANNES WIESE

SEBASTIAN BETZ

# Bescheinigung nach Prüferischer Durchsicht

An die ABOUT YOU Holding SE, Hamburg

Wir haben den verkürzten Konzernzwischenabschluss – bestehend aus Konzern-Gewinn- und -Verlustrechnung, Konzern-Gesamtergebnisrechnung, Konzern-Bilanz, Konzern-Eigenkapitalüberleitung, Konzern-Kapitalflussrechnung sowie Anhang zum verkürzten Konzernzwischenabschluss – und den Konzernzwischenlagebericht der ABOUT YOU Holding SE, Hamburg, für den Zeitraum vom 1. März bis 31. August 2022, die Bestandteile des Halbjahresfinanzberichts nach § 115 WpHG sind, einer prüferischen Durchsicht unterzogen. Die Aufstellung des verkürzten Konzernzwischenabschlusses nach dem International Accounting Standard IAS 34 „Zwischenberichterstattung“, wie er in der EU anzuwenden ist, 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 IAS 34 „Zwischenberichterstattung“, wie er in der EU anzuwenden ist, 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 IAS 34 „Zwischenberichterstattung“, wie er in der EU anzuwenden ist, oder dass der Konzernzwischenlagebericht in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den für Konzernzwischenlageberichte anwendbaren Vorschriften des WpHG aufgestellt worden ist.

Hamburg, den 5. Oktober 2022

KPMG AG  
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Schmidt  
Wirtschaftsprüfer

Rienecker  
Wirtschaftsprüferin

# Weitere Informationen

## 4.1 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 centre; 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

**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)

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

**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)

**POTENZIELLE REICHWEITE**

Maximales Potenzial der erreichbaren Kontaktpunkte

**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



## 4.2 Finanzkalender

10. Januar 2023 Q3 2022/2023 Quartalsmitteilung

---

11. Mai 2023 GJ 2022/2023 Geschäftsbericht

---

## 4.3 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