



ABOUT YOU[©]

HALBJAHRESBERICHT
H1 2021/2022

+53,3 %

UMSATZERLÖSE DES KONZERNS
GGÜ. VORJAHR

2,9 x

DURCHSCHNITTliche
BESTELLHÄUFIGKEIT LTM ^{1,3}

+181,0 %

UMSATZERLÖSE DES SEGMENTS TME
GGÜ. VORJAHR

-3,3 %

BEREINIGTE EBITDA-MARGE

9,7 Mio.

AKTIVE KUNDEN LTM ^{1,2}

58,5 EUR

DURCHSCHNITTlicher BESTELLWERT LTM ^{1,4}

¹ LTM: letzte zwölf Monate

² Aktive Kunden sind definiert als Kunden, die innerhalb der letzten zwölf Monate mindestens einen Kauf über ABOUT YOU Apps und Websites getätigt haben

³ Durchschnittliche Bestellhäufigkeit ist definiert als die Summe aller Aufträge geteilt durch die Summe aller aktiven Kunden

⁴ Durchschnittlicher Bestellwert ist definiert als der Wert aller im Commerce-Geschäft an Kunden verkauften Waren nach Stornierungen und Retouren und inkl. Mehrwertsteuer geteilt durch die Anzahl der Bestellungen

Hinweis: Alle Kennzahlen auf dieser Seite beziehen sich auf das am 31. August 2021 endende Q2 2021/2022.

ABOUT YOU[®] AUF EINEN BLICK

640,6 Mio. EUR
FINANZMITTELBESTAND

- 1 Definiert als alle Sessions über alle Länder hinweg, exkl. Sessions ohne Interaktion
- 2 LTM: letzte zwölf Monate
- 3 Definiert als alle Sessions über ein mobiles Gerät, wie z. B. ein Smartphone
- 4 Definiert als Kunden, die innerhalb der letzten zwölf Monate mindestens einen Kauf über ABOUT YOU Apps und Websites getätigt haben
- 5 Definiert als die Anzahl der Bestellungen innerhalb der letzten zwölf Monate
- 6 Definiert als die Summe aller Bestellungen geteilt durch die Summe aller aktiven Kunden
- 7 Definiert als der Wert aller im Commerce-Geschäft an Kunden verkauften Waren nach Stornierungen und Retouren und inkl. Mehrwertsteuer geteilt durch die Anzahl der Bestellungen
- 8 GMV: Bruttowarenvolumen, d. h. Wert aller an Kund*innen durch ABOUT YOU verkauften Waren inkl. Mehrwertsteuer nach Stornierungen und Rücksendungen
- 9 Bereinigung des EBITDA für (i) Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütungen mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente (Q2 2021/2022: 8,4 Mio. EUR, H1 2021/2022: 10,0 Mio. EUR) (ii) Restrukturisierungskosten und Einmaleffekte (Q2 2021/2022: 8,3 Mio. EUR, H1 2021/2022: 13,0 Mio. EUR)
- 10 Ohne Bereinigung der Aufwendungen für den Börsengang von ca. 13,0 Mio. EUR
- 11 Einschließlich vergebener Kredite an Tochterunternehmen, wie z. B. LeGer, von ca. -9,0 Mio. EUR, und aktivierte Eigenleistungen von -7,7 Mio. EUR – und Auszahlungen für den Erwerb von Unternehmen von -0,9 Mio. EUR in H1 2021/2022
- 12 Einschließlich Kapitaleinzahlungen aus dem Börsengang von 637,5 Mio. EUR, Tilgung von Gesellschafterdarlehen von 75,0 Mio. EUR, Tilgung von Leasingzahlungen von -1,1 Mio. EUR – und gezahlte Zinsen von -5,0 Mio. EUR in H1 2021/2022
- 13 Definiert als Vorräte zuzüglich Forderungen (inkl. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstige kurzfristige Vermögenswerte) abzüglich der Verbindlichkeiten (inkl. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen, sonstige Verbindlichkeiten und Rückstellungen durch Retouren)

Leistungsindikatoren Konzern

	Q2 2021/2022	Q2 2020/2021	H1 2021/2022	H1 2020/2021
User Sessions pro Monat (LTM in Mio.) ^{1,2}	111,1	72,4	111,1	72,4
Anteil der User Sessions über mobile Endgeräte (LTM in %) ^{2,3}	83,5	83,5	83,5	83,5
Aktive Kund*innen (LTM in Mio.) ^{2,4}	9,7	7,2	9,7	7,2
Anzahl Bestellungen (LTM in Mio.) ^{2,5}	28,0	19,4	28,0	19,4
Durchschnittliche Bestellungen pro aktiven Kund*innen (LTM) ^{2,6}	2,9	2,7	2,9	2,7
Durchschnittliche Warenkorbgröße (LTM in EUR inkl. MwSt.) ^{2,7}	58,5	55,6	58,5	55,6
Durchschnittlicher GMV pro Kund*in (LTM in EUR inkl. MwSt.) ^{2,8}	168,5	148,8	168,5	148,8

Ertragslage Konzern

Umsatzerlöse (in Mio. EUR)	395,6	258,0	817,7	513,2
Bruttomarge (in % der Umsatzerlöse)	39,0	34,4	40,4	37,6
EBITDA (in Mio. EUR)	(29,8)	(12,9)	(48,5)	(23,6)
EBITDA (in % der Umsatzerlöse)	(7,5)	(5,0)	(5,9)	(4,6)
Bereinigtes EBITDA (in Mio. EUR) ⁹	(13,1)	(12,9)	(25,4)	(23,6)
Bereinigtes EBITDA (in % der Umsatzerlöse)	(3,3)	(5,0)	(3,1)	(4,6)

Vermögens- und Finanzlage Konzern

Eigenkapitalquote (in % der Bilanzsumme)	59,6	24,1	59,6	24,1
Cash-Flow aus der laufenden Geschäftstätigkeit (in Mio. EUR) ¹⁰	(22,4)	(11,3)	(4,4)	15,5
Cash-Flow aus der Investitionstätigkeit (in Mio. EUR) ¹¹	(8,2)	(3,3)	(19,2)	(5,5)
Cash-Flow aus der Finanzierungstätigkeit (in Mio. EUR) ¹²	557,5	(0,9)	556,2	(1,9)
Free Cash-Flow (in Mio. EUR)	(30,7)	(14,6)	(23,5)	10,0
Finanzmittelbestand (in Mio. EUR)	640,6	70,5	640,6	70,5
Nettoumlaufvermögen (Net Working Capital) (in Mio. EUR) ¹³	(46,7)	(26,6)	(46,7)	(26,6)
Capex (Capital Expenditure) (in Mio. EUR)	(8,2)	(3,3)	(19,2)	(5,5)

Sonstige Kennzahlen

Festangestellte Mitarbeiter*innen auf Vollzeitkräfte umgerechnet (zum Bilanzstichtag)	1.014	705	1.014	705
Länder (zum Bilanzstichtag)	26	21	26	21
Unverwässertes Ergebnis je Aktie (in EUR)	(0,21)	(0,11)	(0,38)	(0,21)
Verwässertes Ergebnis je Aktie (in EUR)	(0,21)	(0,11)	(0,38)	(0,21)

INHALTS- VERZEICHNIS

UNTERNEHMEN	5	VERKÜRZTER KONZERN- ZWISCHENABSCHLUSS	30
Brief der Co-CEOs	5	2.1 Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung	30
Management	7	2.2 Konzern-Gesamtergebnisrechnung	31
Unternehmen	9	2.3 Konzern-Bilanz	32
Spotlight: „KENDALL FOR ABOUT YOU“	11	2.4 Konzern-Eigenkapitalüberleitung	33
Aktie	12	2.5 Konzern-Kapitalflussrechnung	34
Verantwortung	13	2.6 Anhang zum verkürzten Konzern-Zwischenabschluss	35
KONZERN-ZWISCHENLAGEBERICHT	15	2.7 Versicherung der gesetzlichen Vertreter	41
1.1 Grundlagen des Konzerns	15	2.8 Bescheinigung nach prüferischer Durchsicht	42
1.2 Wirtschaftsbericht	15	GLOSSAR	43
1.3 Risiko- und Chancenbericht	26	IMPRESSUM	45
1.4 Prognosebericht	26	KONTAKT UND FINANZKALENDER	45
1.5 Gesamtaussage des Vorstands	29		

BRIEF DER Co-CEOs

Liebe Aktionäre, liebe Freunde,

nur sieben Jahre, nachdem wir drei ABOUT YOU gründeten, hat sich das Unternehmen zu einer der am schnellsten wachsenden digitalen Modeplattformen in Europa entwickelt. Seit Mai 2014 setzen wir alles daran, das Shopping-Erlebnis auf dem Smartphone von Grund auf zu erneuern.

Wir sind wirklich stolz auf das, was das Team in der ersten Hälfte unseres Geschäftsjahres 2021/2022 erreicht hat. Wir haben das Angebot und die Funktionen der Website und App von ABOUT YOU kontinuierlich ausgebaut und in den vergangenen zwölf Monaten 9,7 Mio. aktive Kund*innen verzeichnet (+34,1% im Vorjahresvergleich). Für unser um +40,0% umfangreicheres Sortiment im zweiten Quartal 2021/2022 im Vergleich zum Vorjahresquartal haben wir unser Exklusiv-Sortiment vergrößert, z. B. gemeinsam mit der Modeikone Kendall Jenner und ihrem Drop „Kendall for ABOUT YOU“. Zu den technologiebasierten Entwicklungen gehören die verbesserte personalisierte Sortierung und interaktive In-App-Funktionen, über die wir bei der ABOUT YOU Fashion Week im September die Live-Shopping-Shows übertragen konnten.



Von links nach rechts: Sebastian Betz, Hannes Wiese und Tarek Müller

Inzwischen ist ABOUT YOU in 26 europäischen Märkten aktiv, in Südeuropa und in den Nordics strecken wir gerade unsere Fühler aus. Nach langen Einschränkungen durch die Covid-19-Pandemie konnten wir im ersten Halbjahr den Soft-Launch in Norwegen und die großangelegte Markteintrittskampagne in Spanien durchführen. Darauf folgten das leicht veränderte Schema zum Markteintritt in Frankreich und die spektakulären Launch-Kampagnen in Italien, Griechenland und Portugal im September bzw. Oktober.

Unser lukratives B2B-Geschäft wurde weiter ausgebaut und verzeichnete ein sattes Wachstum von 158,0% gegenüber dem Vorjahr. Die höheren Ausgaben von Kund*innen und Akquisition neuer Kund*innen bildete

eine solide Basis für unser Rebranding von SCAYLE Anfang November, sodass wir in 2022 eine B2B-Initiative zum Markenaufbau und Verkauf planen.

Im Rahmen unseres ersten Halbjahresberichts als börsennotiertes Unternehmen beeindruckt uns das Vertrauen des Kapitalmarkts in unser einzigartiges Geschäftsmodell. Unsere finanzielle Performance und das Kundenverhalten in diesen sechs Monaten haben die Markterwartungen mehr als erfüllt. Rund drei Monate nach unserem Börsendebüt wurden die Aktien von ABOUT YOU über die Fast-Entry-Regel in den SDAX®-Index aufgenommen, in guter Gesellschaft von 69 weiteren Small-Cap-Unternehmen in Deutschland.

Das ist aber längst nicht unser letzter Meilenstein. Vor uns steht eine enorme globale Chance auf dem Online-Modemarkt. Dank unermüdlicher Arbeit getreu unseren Unternehmenswerten – be fast, stay hungry and execute with passion – verfolgen wir weiter unsere ehrgeizige Vision.

Wir sind der festen Überzeugung, dass ABOUT YOU das Potenzial hat, den künftigen Markt gehörig aufzumischen und eine führende Position in der Modebranche einzunehmen. Kurz, unsere Vision ist, schneller als der Markt zu wachsen und weltweit die Nummer eins unter den Fashion-Plattformen zu werden. Da dies unser erstes Schreiben an Sie ist, möchten wir einen Überblick über unsere Mission und deren drei Säulen als Grundlage für unseren Erfolg geben:

WIR DIGITALISIEREN DEN OFFLINE-EINKAUFSSBUMMEL FÜR DIE GENERATION Y & Z.

ABOUT YOU will nicht nur ein begehrtes Sortiment zu konkurrenzfähigen Preisen und ein hervorragendes Abwicklungserlebnis bieten, sondern auch ein inspirierendes und personalisiertes Shopping-Erlebnis. Mit der technologischen Expertise von ABOUT YOU individualisieren wir das Benutzererlebnis auf dem Smartphone. Das umfangreiche Netzwerk der Influencer, mit dem wir kooperieren, generiert Inhalte und Entertainment, die eine enorme Reichweite erzielen und das Benutzererlebnis steigern. Diese Komponenten zusammen genommen versetzen uns in die Lage, den traditionellen Offline-Einkaufsbummel zu digitalisieren und den Fashion-Sektor zu revolutionieren.

WIR SCHAFFEN STEIGENDE UMSÄTZE FÜR FASHION-MARKEN.

ABOUT YOU inspiriert Kund*innen zur Online-Interaktion mit der Modewelt, generiert zunehmende Käufe, ohne die Einnahmequellen unserer Markenpartner auszuhöhlen. Wir bieten unseren Lieferanten nachhaltiges Umsatzwachstum, verknüpft mit Chancen zum Markenaufbau dank unseres personalisierten Einkaufserlebnisses.

WIR BIETEN UNSEREN PARTNERN DIE TECHNOLOGIE ZUM AUSBAU IHRER ONLINE-PRÄSENZ.

Im Herzen ist ABOUT YOU ein Techunternehmen. In unserem TME-Segment – Tech, Media, Enabling – haben wir neben unserem E-Commerce-Geschäft weitere Umsatzquellen geschaffen. Unsere unternehmenseigene Software-as-a-Service-Technolösung für externe Marken und Händler verzeichnet ein außerordentliches Wachstum. Unsere Media-Dienste umfassen Marken- und Marketingformate, und unsere Enabling-Produkte bieten Rundumservices im Rahmen der E-Commerce-Wertschöpfungskette.

Wir sind hocherfreut, dass unser Engagement für großartige Kundenerlebnisse zu einer starken Finanzperformance im ersten Halbjahr 2021/2022 führte. Allerdings liegt unser Augenmerk nicht allein auf den Quartalsergebnissen oder der Kursentwicklung. Wir streben nach einem nachhaltigen langfristigen Erfolg, der sich über die nächsten Jahrzehnte erstreckt. Daher werden wir Wachstumschancen ergreifen und durch Investitionen ausschöpfen, beispielsweise

durch weitere Internationalisierung oder die weitere Vermarktung unserer Techlösungen und -infrastruktur.

Darüber hinaus widmen wir uns auch Herausforderungen außerhalb unseres Geschäftsmodells. ABOUT YOU nimmt sich seiner Verantwortung an und engagiert sich für sinnvolle Veränderungen für den Planeten, Menschen und die Gesellschaft. Da wir Teil der Lösung sein wollen, haben wir uns konkrete Ziele auf Grundlage der Science-Based Target Initiative gesetzt, um unsere Emissionsziele an das Pariser Klimaabkommen anzugleichen. Es steht außer Frage, dass dies ohne das starke Vertrauen, das Sie in uns als Digitalunternehmen setzen, und ohne die Leidenschaft und harte Arbeit der Mitarbeiter und Partner von ABOUT YOU nicht möglich wäre.

Herzlichen Dank für Ihre Unterstützung und Ihr Vertrauen. Wir werden alles daran setzen, Ihr Vertrauen auch in Zukunft zu rechtfertigen. Wir sind fest davon überzeugt, dass das Beste noch vor uns liegt.

Hamburg, 9. November 2021

S. Betz

SEBASTIAN BETZ

H. Wiese

HANNES WIESE

T. Müller

TAREK MÜLLER

MANAGEMENT

Mitglieder des Vorstands sind die drei Mitgründer von ABOUT YOU. Als Co-CEOs teilen sie die Verantwortlichkeiten entsprechend ihren Kenntnissen, Fähigkeiten und Erfahrungen auf. In einem kurzen Interview sprechen sie über ihre Meilensteine und Herausforderungen im ersten Halbjahr 2021/2022.

SEBASTIAN BETZ



CO-FOUNDER UND CO-CEO, TECH & PRODUCT

Sebastian Betz ist Mehrfachunternehmer und Experte für komplexe Webanwendungen sowie strategisch anspruchsvolle Softwareprojekte. Seit seinem 15. Lebensjahr ist er selbstständig und hat erfolgreich SaaS- und Technologie-Unternehmen gegründet und skaliert. Bei ABOUT YOU verantwortet er als Co-CEO die Bereiche Tech und Product.

UM WELCHE FUNKTIONEN WURDE DER ONLINE-SHOP ZULETZT ERWEITERT?

„Rund ein Drittel der Mitarbeiter von ABOUT YOU arbeitet in der Technikabteilung. Dort beheben wir ständig kleine Programmfehler und bringen regelmäßig neue, wegweisende Features heraus. Im August haben wir zum Beispiel die Option freigeschaltet, unseren ABOUT YOU Shop neben der Landessprache auch in Englisch anzeigen zu lassen. Mir persönlich gefallen die neuen Drops und Live-Shopping-Funktionen, die wir für die ABOUT YOU Fashion Week entwickelt haben. Sie sind gut auf unser Konzept „Mobile First“ abgestimmt und erhöhen sowohl das Interesse als auch die Kaufbereitschaft der Kund*innen.“

IM ERSTEN QUARTAL 2021 / 2022 VERZEICHNETE ABOUT YOU IM SEGMENT TECH, MEDIA UND ENABLING EIN ÜBERPROPORTIONALES WACHSTUM. WIE SIEHT DIE ENTWICKLUNG IM ZWEITEN QUARTAL AUS?

„Noch besser: TME ist gegenüber dem Vorjahr um 181,0% gewachsen. Angesichts der schwächeren Performance im vergangenen Jahr sind wir stolz darauf, dass das B2B-Geschäft ein Beweis für unsere Fähigkeit und unser Potenzial ist, Marktlücken zu schließen. Erneut konnten wir unser Angebot verbessern, neue Kund*innen gewinnen und die Umsätze unserer Partner steigern. Bislang nutzen bereits ca. 100 externe Online-Shops in 24 Ländern die SaaS-Lösung von ABOUT YOU, die eine zweistellige Anzahl von B2B-Kund*innen bedient – über unterschiedliche Branchen hinweg, nicht auf Mode begrenzt. Jetzt planen wir einen raschen Ausbau unseres Vertriebsteams, um diese Zahlen noch weiter zu steigern.“

TAREK MÜLLER



CO-FOUNDER UND CO-CEO, MARKETING & BRAND

Tarek Müller gründete seinen ersten Online-Shop im Alter von 15 Jahren. Als Geschäftsführer und Gründer baute der Unternehmer zahlreiche E-Commerce-Modelle in unterschiedlichen Branchen und im B2B-Bereich auf. Bei ABOUT YOU verantwortet er als Co-CEO die Bereiche Marketing und Brand.

IM GESCHÄFTSJAHR 2020/2021 TRAT ABOUT YOU IN 13 LÄNDER EIN. WIE SIEHT ES IN DIESEM GESCHÄFTSJAHR AUS?

„Wir knüpfen an das an, was wir in den nordischen Ländern und in Südeuropa begonnen haben: Nach einem Soft-Launch in Norwegen im Juni haben wir bereits vier Big-Bang-Kampagnen im März, September und Oktober durchgeführt. In Spanien funktionierte unser Go-to-Market-Playbook perfekt und wurde für Italien, Griechenland und Portugal noch optimiert. Im Herbst waren die Markteinführungen sogar erfolgreicher als

auf dem spanischen Markt zu Beginn des Jahres. Nach jeder Teaser-Phase konnten wir die geweckte Neugierde in Markenbewusstsein umwandeln und damit Umsatzerlöse erzielen. In Italien beispielsweise verzeichneten wir innerhalb der fünftägigen Teaser-Phase vor der Markteinführung einen Rekord von 1,5 Mio. Website-Besuchen. Es ist beeindruckend, wie groß unsere lokalen Netzwerke an Influencern, Prominenten und Branchenexperten sind, die ABOUT YOU bei der Digitalisierung des Offline-Shoppings in Europa unterstützen.“

WIE WIRKEN SICH DIE LOCKERUNGEN DER COVID-19-BESCHRÄNKUNGEN AUF IHRE MARKETINGAKTIVITÄTEN AUS?

„Endlich, und das begrüße ich sehr, können wir dank der Lockerungen wieder spektakuläre Veranstaltungen planen. Im August veranstalteten wir das ABOUT YOU Pangea Festival, auf dem wir mit einem strengen Hygienekonzept und 15.000 Gästen die Themen Mode, Musik und Kunst inszenieren konnten. Ein weiterer Höhepunkt war die ABOUT YOU Fashion Week in Berlin im September. Mit dieser Veranstaltung erreichten wir mehr als eine Milliarde Medienkontakte, sorgten für eine enorme Resonanz und damit letztendlich auch für Umsatz. Unsere eigenen Veranstaltungen tragen somit zu dem allgemein positiven Nachfrageumfeld bei, das wir auf Märkten beobachten, die wieder voll geöffnet sind.“

HANNES WIESE



CO-FOUNDER UND CO-CEO, OPERATIONS & FINANCE

Hannes Wiese hat einen Abschluss in Business Management und war Senior Consultant bei Roland Berger Strategie Beratung. Nachdem er als Abteilungsleiter Konzernstrategie auf die Unternehmensseite zur Otto Group wechselte, entwickelte er mit seinen Mitgründern ABOUT YOU. Bei ABOUT YOU verantwortet er als Co-CEO die Bereiche Operations und Finance.

AKTEURE IM EINZELHANDEL HABEN PROBLEME MIT DER LIEFERKETTE UND LIEFERVERZÖGERUNGEN. WIE SIEHT ES BEI IHNEN AUS?

„Bis jetzt ist unser Angebot nicht maßgeblich von den Beeinträchtigungen betroffen. Wir überwachen die Lieferketten sehr genau und haben bei einigen unserer Fremdmarken geringfügige Verspätungen festgestellt. Aber

wir sprechen hier von ein paar Wochen, nicht Monaten. Zudem ist ein Großteil unserer Warenlieferungen für die Herbst-/Winter-Saison bereits auf Lager – somit sehen wir den kommenden Nachfragespitzen gelassen entgegen. Für unsere Own Labels beschaffen wir flexibel auf der ganzen Welt, sodass die erhöhten Frachtkosten oder Lieferzeiten aus bestimmten Regionen bisher nicht besonders ins Gewicht gefallen sind. Durch ABOUT YOUS Fokus auf Inspiration und Liefermodelle können wir Volatilität auf der Angebots- und Nachfrageseite aktiv steuern. Zum Beispiel nutzt das 1P/3P-Hybridmodell unsere Techinfrastruktur als Hebel, um das erforderliche Angebot zu ermitteln und sicherzustellen.“

WAS BEDEUTET IHR ANHALTENDES WACHSTUM FÜR IHREN VERTRIEB?

„Im Zuge unseres Wachstums und unserer internationalen Expansion haben wir begonnen, unser zweites Vertriebszentrum in der Slowakei auszubauen. Mit einer maximalen Versandkapazität von mehr als 500.000 Artikeln/Tag auf einer Fläche von über 100.000 m² haben wir das Volumen verdoppelt, um die voraussichtlich erhöhte Nachfrage zu decken. Auch wenn diese Vertriebszentren vollständig in unser Logistiknetz integriert sind und mit Technologie von ABOUT YOU betrieben werden, vermeiden wir umfangreiche Investitionen und arbeiten mit unseren externen Vertragspartnern im Rahmen eines Asset-Light-Co-Investments zusammen. Wir sind gut auf eine weitere Optimierung der Lieferzeiten in Mittel- und Osteuropa vorbereitet und planen bereits unser nächstes Vertriebszentrum in der zweiten Hälfte des Jahres 2022.“

UNTERNEHMEN

- 1 Basierend auf den letzten zwölf Monaten bis 31. August 2021
- 2 Euromonitor International (2021) – Retailing, Einzelhandelspreis, laufende Preise, fester Wechselkurs 2020
- 3 Ipsos-Marktstudie im Auftrag von ABOUT YOU

Hinweis: Die Märkte auf der Karte beziehen sich auf das am 31. August 2021 endende Q2 2021/2022.

- Profitabilität¹
- Skalierung
- Big Bang
- Soft-Launch
- Depriorisierung

Nach der Gründung im Mai 2014 hat sich ABOUT YOU Holding SE („ABOUT YOU“) in den letzten Jahren zu einer der am schnellsten wachsenden Online-Modeplattformen Europas entwickelt. Das Unternehmen hat es sich zur Aufgabe gemacht, den klassischen Einkaufsbummel für die junge und modebewusste Generation Y&Z zu digitalisieren und verbindet Mode mit Technologie, um für die Nutzer ein besonders inspirierendes und personalisiertes Einkaufserlebnis auf dem Smartphone zu schaffen. Mit seinem exklusiven Influencer-getriebenen Discovery Model möchte ABOUT YOU Digital Natives inspirieren, sich durch Mode selbst zu verwirklichen. Hierfür bietet die Plattform kreative Inhalte und exklusive Kollektionen, die auf dem Influencer-Netzwerk und den eigenen Labels des Unternehmens aufbauen. Mehr als 30 Mio. aktive Nutzer pro Monat können über die Website aboutyou.com und die mehrfach ausgezeichnete App mehr als 500.000 Artikel von über 2.000 Marken entdecken. Das Hybridmodell aus eigenen (1P) und fremden (3P) Produkten erhöht nicht nur die Kundenzufriedenheit dank wettbewerbsfähiger Lieferzeiten zwischen einem und fünf Tagen in ganz Europa, sondern auch die Gewinnspannen, da das Lagerrisiko gemindert wird.

Ausgehend von den Kernmärkten Deutschland, Österreich und Schweiz baut das Unternehmen seine vielversprechende Marktpositionierung zunehmend international aus. Im vergangenen Geschäftsjahr 2020/2021 ging das Unternehmen in 13 europäischen Ländern an den Markt. Derzeit ist das Unternehmen in 26 Märkten aktiv. Da der europäische

Modemarkt mit einem Volumen von ca. 400 Mrd. EUR im Jahr 2019² einer der größten Verbrauchermärkte ist, profitiert ABOUT YOU auch von der eigenen Techinfrastruktur und stellt Markenpartnern im Rahmen des rentablen B2B-Geschäfts eine Software-as-a-Service-Lösung für sämtliche Einnahmequellen zur Verfügung.

Die Aktien von ABOUT YOU sind an der Frankfurter Wertpapierbörse notiert und wurden im September 2021 in den SDAX® aufgenommen.

SEGMENTE

ABOUT YOU DACH

Die Stammregion des Unternehmens in Deutschland, Österreich und der Schweiz ist das Kernmarktsegment des E-Commerce-Geschäfts von ABOUT YOU und ist im berichtspflichtigen Segment ABOUT YOU DACH zusammengefasst. Die Plattform mit Sitz in Hamburg startete im Mai 2014 im DACH-Segment und verzeichnete seitdem ein rasantes Wachstum. Das starke Umsatzwachstum ist auf die hohe Markenbekanntheit, bei der ABOUT YOU im Vergleich zu anderen Fashion-Pure-Playern an zweiter Stelle steht, sowie auf eine wirtschaftlich attraktive Performance zurückzuführen.³ Ab dem Break-even im Geschäftsjahr 2019/2020 blieb das DACH-Segment auf bereinigtem EBITDA-Niveau konstant rentabel.

- 1 Ipsos-Marktstudie im Auftrag von ABOUT YOU
2 CAC: Kosten zur Kundenakquirierung
3 LTV: Kundenwert

ABOUT YOU RoE (Rest of Europe)

Mit dem separat geführten Segment ABOUT YOU Rest of Europe (RoE) weist ABOUT YOU eine starke Erfolgsbilanz bei der Internationalisierung seines E-Commerce-Geschäfts in Europa auf. Bisher hat ABOUT YOU seine erweiterungsfähige Plattform, die auf Expansion ausgelegt ist, insgesamt in 23 Märkten im Ausland eingeführt. Dank Markteinführungskampagnen und Wachstumsinvestitionen verbessern sich nach jedem Launch der Gewinnbeitrag und das Kohortenverhalten des Segments.

Nach Belgien und den Niederlanden (BeNe) im GJ 2017/2018 expandierte ABOUT YOU ab dem GJ 2018/2019 in elf Märkten in Mittel- und Osteuropa (CEE), wo das Unternehmen in weniger als drei Jahren die Marktführerschaft in Bezug auf die Markenbekanntheit in der Altersgruppe zwischen 16 und 49 Jahren erlangte.¹ Ab dem Geschäftsjahr 2020/2021 verstärkte das Unternehmen seine internationale Expansion nach Südeuropa (SEU) und in die nordischen Länder.

Bei der Markteinführung in den einzelnen Ländern folgt ABOUT YOU einem dynamischen und wirksamen Go-to-Market-Konzept. Das Konzept wird nach jedem Markteintritt in RoE optimiert und sieht eine stufenweise Ramp-up-Phase vor: In einer ersten übergeordneten Bewertung wird die strategische und operative Eignung des Marktes beurteilt. Nach einer Aufbauphase, z. B. zur Vorbereitung marktspezifischer Zahlungsoptionen, dient die Soft-Launch-Phase der Sammlung von Kohortendaten und dem Aufbau eines

lokalen Influencer-Netzwerks. Im Hinblick auf eine fundierte Ramp-up-Entscheidung werden hier insbesondere Kohortendaten in Bezug auf CAC² und LTV³ analysiert. Die vierwöchige Kampagne zur Schaffung eines ersten Markenbewusstseins, die sogenannte Big-Bang-Kampagne, gliedert sich in eine Teaser-Phase und einen Einführungstag mit weitreichenden Social-Media- und Performance-Marketing-Maßnahmen. Anschließend betreibt ABOUT YOU eine intensive Kundenakquisitionsphase, um Kund*innen zu binden und den Markt weiter auszubauen. Mittelfristig dürfte der Markt die Gewinnschwelle erreichen und rentabel bleiben.

Bisher führte ABOUT YOU im Geschäftsjahr 2021/2022 einen Soft-Launch in Norwegen im Juni und fünf Markteinführungskampagnen in SEU durch. In Spanien wurde bereits im März eine bahnbrechende Kampagne durchgeführt, und die ABOUT YOU App belegte am 26. März 2021 Platz 1 im spanischen Apple App Store. Italien, Frankreich, Griechenland und Portugal folgten kurz nach der am 31. August 2021 endenden Berichtsperiode im September und Oktober mit teilweise rekordverdächtigen Teaser-Kampagnen.

TME (Tech, Media, Enabling)

Zur optimalen Ausnutzung der eigenen Kompetenzen in den Bereichen E-Commerce-Technologie und -Marketing 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 unternehmens-eigene Software-as-a-Service-Lösung (SaaS)

Marken und Einzelhändler dabei, schnell zu wachsen, indem sie von den vielfältigen Innovationen der Plattform profitieren (Tech). Zusätzlich stellt ABOUT YOU Marken- oder Werbeformate (Media) und 360°-Services rund um die E-Commerce-Wertschöpfungskette (Enabling) zur Verfügung. Seit dem Geschäftsjahr 2018/2019 weist TME ein überdurchschnittliches Wachstum und ein besonders überzeugendes Rentabilitätsprofil in allen Ertragsbereichen auf.

Zur Vorbereitung einer groß angelegten B2B-Branding- und Vertriebskampagne, die für 2022 geplant ist, hat ABOUT YOU Anfang November die einheitliche Marke SCAYLE eingeführt. Mit SCAYLE werden die SaaS- und 360°-Services künftig als eigenständiger Teil vom Segment TME verstanden.

SPOTLIGHT: „KENDALL FOR ABOUT YOU“



Mit exklusiven Capsule Collections, sogenannten COOPs, nutzt ABOUT YOU das eigene Influencer-Netzwerk, um in Kooperationen limitierte Produktangebote zu entwickeln und Fashion-Brands für die nächste Generation zu gestalten. Im Geschäftsjahr 2021/2022 will das Unternehmen die Zahl der COOPs auf mehr als 60 erhöhen (GJ 2020/2021: 24), wodurch der Anteil des Exklusivangebots an den Nettoumsatzerlösen insgesamt erhöht und die Bruttomarge gesteigert werden soll. Parallel dazu baute ABOUT YOU die Qualität seiner COOPs weiter aus, z. B. mit der weltbekannten Modeikone Kendall Jenner und ihrem Drop „Kendall for ABOUT YOU“.

DROP

Der erste von zwei Drops unter dem Namen „11/03 ABOUT YOU Exclusives“ wurde von Kendalls Geburtstag inspiriert und präsentierte elf Styles in verschiedenen Farbvarianten. Jedes Einzelteil trug auf der Rückseite einen speziellen Code. Der Fashion Drop zeigte Kendalls persönlichen Stil, bei dem sich alles leicht kombinieren lässt. Die Kollektion war ab dem 25. Juli 2021 um 00:00 Uhr MEZ limitiert nur für 72 Stunden verfügbar. Der zweite Drop ist für das vierte Quartal 2021 geplant.



KAMPAGNE

In einer zehntägigen Teaser-Phase wurde der Drop über kurze Teaser- und Haul-Videos von vielen weiteren prominenten Influencern, wie Chiara Ferragni oder Cara Delevingne, angekündigt. Wenn man bedenkt, dass allein Kendall rund 192 Mio. Follower auf Instagram hat, hatte die Kampagne eine Reichweite von mehr als einer Milliarde. Die Fotos und Videos der Kampagne wurden in Kendalls Heimatstadt Los Angeles aufgenommen und waren persönlich und natürlich. Sogar ihr Hund Pyro war als Special Guest dabei.

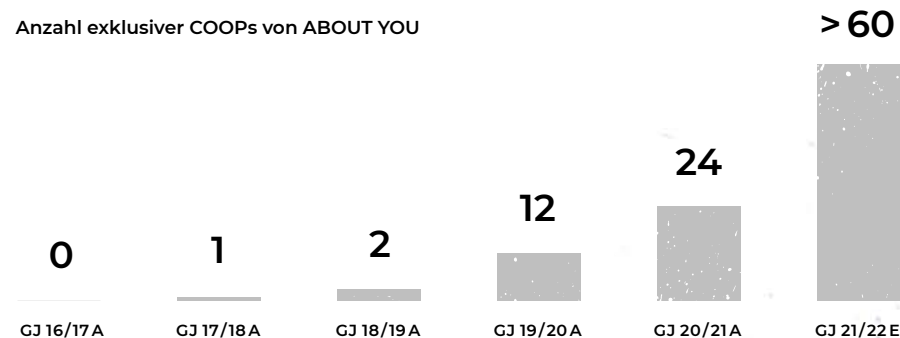


STRATEGISCHE ERFOLGE

- ✓ Markenbildung mit dem Aufbau von mehr als 1 Milliarde Medienkontakten
- ✓ FOMO-Dynamik: Die meisten Artikel waren innerhalb von 24 Stunden ausverkauft
- ✓ Reputationseffekt ermöglicht den Ausbau der internationalen Top-Tier-Influencer-Pipeline



Anzahl exklusiver COOPs von ABOUT YOU



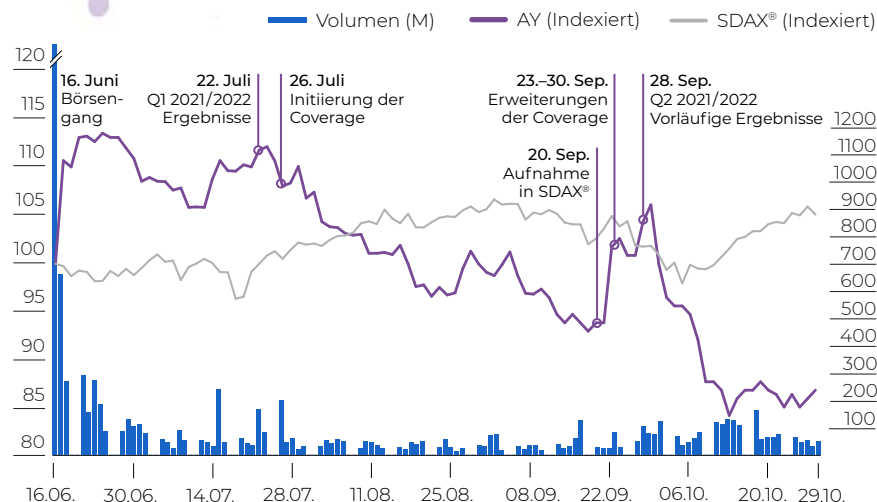
AKTIE

ABOUT YOU beging am 16. Juni 2021 seinen ersten Handelstag an der Frankfurter Wertpapierbörse. Auf Grundlage der Ergebnisse der Privatplatzierung, die zwischen dem 8. Juni und dem 14. Juni 2021 im Vorgriff auf die Börsennotierung zu einem Platzierungskurs von 23,00 EUR pro Aktie durchgeführt wurde, belief sich die gesamte Marktkapitalisierung von ABOUT YOU auf 3,9 Mrd. EUR. Der Streubesitz betrug 21,0% des ausstehenden Aktienkapitals (ohne Berücksichtigung von der Gesellschaft gehaltenen eigenen Aktien) einschließlich der vollständigen Ausübung der Mehrzuteilungsoption.

Tabelle:

1 Quelle: Factset, Kurse auf Basis von XETRA für H1 2021/2022 zum 31. August 2021

Aktienkursperformance ABOUT YOU gegenüber SDAX® (zum 29. Oktober 2021)



In der ersten Hälfte des Geschäftsjahres 2021/2022 erlebten die Kapitalmärkte eine Neuausrichtung: Anleger mussten sich angesichts der Berichte für das zweite Quartal und der nach oben korrigierten Prognosen für das Gesamtjahr umorientieren, die eine Reihe von Gewinnern von Covid-19 ausgegeben hatten. In den Sommermonaten geriet die E-Commerce-Branche unter Verkaufsdruck, da die Märkte nach der Covid-19-Pandemie wieder normale Wachstumsraten einrechneten. Dies führte dazu, dass die ABOUT YOU Aktie, ähnlich wie die der Wettbewerber, insbesondere im August unter dem Druck der verlangsamten Handelsaktivitäten stand. Seit der Börsennotierung blieb der Aktienkurs von ABOUT YOU mit 23,00 EUR am 16. Juni 2021 und 23,00 EUR am 31. August 2021 stabil.

Seit September 2021 hat sich die Marktstimulierung für Wachstumswerte und Internetunternehmen weiter verschlechtert, da die steigende Inflation die Wertentwicklung von Wachstumsaktien verringert. Die Investoren sind gegenüber dem E-Commerce-Sektor weiterhin skeptisch, da sich Unterbrechungen in der Lieferkette bei einzelnen Unternehmen ansteckend auf das gesamte Segment ausgewirkt haben. Die negative Branchenstimmung wurde durch enttäuschende Nachrichten anderer Wettbewerber weiter verstärkt.

Mit der Veröffentlichung der vorläufigen Ergebnisse am 28. September 2021 stieg der Aktienkurs bei Börsenbeginn auf 24,00 EUR und schloss bei 23,20 EUR, was einer Kurssteigerung von 7,4% entspricht.

Eine Übersicht über die aktuelle Aktionärsstruktur von ABOUT YOU finden Sie auf der [Investor Relations-Website](#).

FAST ENTRY IN DEN SDAX®

Im September 2021 wurde ABOUT YOU über die Fast-Entry-Regel in den SDAX®-Index aufgenommen und lag zu diesem Zeitpunkt mit einer Marktkapitalisierung der Aktien im Streubesitz von 867,97 Mio. EUR auf Platz 131, basierend auf dem Durchschnittskurs auf XETRA und einer Streubesitzquote von 20,19%. Dies wurde nach der Quartalsprüfung des DAX®-Index bekannt gegeben, die am 3. September 2021 stattfand und ab dem 20. September 2021 wirksam wurde. Nach der positiven Entwicklung durch das Trading Update für das zweite Quartal 2021/2022 lag ABOUT YOU im Ranking der Marktkapitalisierung auf Rang 134, was am 4. November 2021 veröffentlicht wurde.

Aktienübersicht (zum 31. August 2021)¹

Anzahl der Aktien im Umlauf	Aktien	170.395.415
Anzahl der ausgegebenen Aktien	Aktien	186.153.487
Kurs zum Börsengang	EUR	23,00
Kurs Höchststand (H1 2021/2022)	EUR	26,10
Kurs Tiefstand (H1 2021/2022)	EUR	22,23
Marktkapitalisierung	in Mrd. EUR	3,92
Durchschnittliches Aktienhandelsvolumen pro Tag	Aktien	177.657
Durchschnittliches Aktienhandelsvolumen pro Tag	in Mio. EUR	4,50

Informationen zur Aktie

ISIN	DE000A3CNK42
Tickersymbol	YOU
WKN	A3CNK4

VERANTWORTUNG

Ein Hauptanliegen von ABOUT YOU ist es, den Menschen die Möglichkeit zu geben, sich durch Mode auszudrücken, aber gleichzeitig zu verstehen, dass sie mit der Auswahl ihrer Mode auch einen weitreichenden Einfluss auf den Planeten und die Menschen haben.

In Bezug auf Verantwortung verfolgt ABOUT YOU eine Strategie, die sich auf drei Kernbereiche stützt: Planet, People und Society. Diese beziehen sich auf ökologische und gesellschaftliche Herausforderungen sowie Aspekte der Governance. Der erste **ABOUT YOU Responsibility Report** wurde im März 2021 veröffentlicht und informiert über die laufenden Initiativen des Unternehmens, die nach einer eingehenden Wesentlichkeitsanalyse festgelegt wurden.

PLANET

Im ersten Quartal 2021/2022 hat ABOUT YOU von der Science-Based Target Initiative anerkannte Ziele auf wissenschaftlicher Grundlage festgelegt. Hiermit möchte das Unternehmen die Emissionsreduktion am 1,5-Grad-Ziel des Pariser Klimaabkommens ausrichten. Zum 31. August 2021 ist das Unternehmen auf dem besten Weg, die Ziele für 2025 zu erreichen:

- Reduzierung der Scope-1- und Scope-2-THG-Emissionen (direkt und indirekt innerhalb der Organisation) um 80% bis 2025 ausgehend vom Basisjahr 2019

- Reduzierung der Scope-3-THG-Emissionen von Eigenmarkenprodukten um 35% pro Wertschöpfungseinheit bis 2025 ausgehend vom Basisjahr 2019
- Bis 2025 sollen 90% der Lieferanten hinsichtlich der Emissionen wissenschaftlich gestützte Zielvorgaben festgelegt haben

Um unseren Kund*innen auf ABOUT YOU ein transparentes Einkaufserlebnis zu bieten, wird ein immer größerer Anteil der Produkte mit Nachhaltigkeitssiegeln gekennzeichnet. Dies trägt auch zu einer nachhaltigeren Gestaltung des Produktangebots durch die Beschaffungs- und Einkaufsabteilungen bei. Seit dem zweiten Quartal 2021/22 tragen 13% der Produkte im Kernsortiment mindestens ein Nachhaltigkeitssiegel (Q4 2020/2021: 8%).^{1,2} Diesen Anteil möchte ABOUT YOU in den nächsten drei Jahren kontinuierlich erhöhen, mit dem Ziel, im Kernsortiment mehr als 20% nachhaltigere Produkte anbieten zu können. Durch die steigende Nachfrage der Zielgruppe der Generation Y&Z liegt der Anteil von nachhaltigeren Produkten im ersten Halbjahr des Geschäftsjahres 2021/2022 bei über 20% der Umsatzerlöse.³

Ziel von ABOUT YOU ist es, den Kreislauf durch die Unterstützung von Circular-Fashion-Initiativen zu schließen. Dabei liegt der Schwerpunkt in diesem Jahr auf Secondhand und Upcycling.

Die Shoppingmöglichkeiten für Secondhand im Online-Shop von ABOUT YOU werden mit der Einführung des Modells Second Love Brand Cooperation weiter ausgebaut. Hiermit geht ABOUT YOU den nächsten Schritt und

ermöglicht strategischen Markenpartnern die Teilnahme am anspruchsvollen, aber schnell wachsenden Secondhand-Markt. Eine Möglichkeit, dies zu realisieren, besteht darin, Markenherstellern die Gelegenheit zu geben, ihre traditionellen Geschäfte als Sammelstellen für gebrauchte Kleidung ihrer eigenen Marken zu nutzen.

Die Kooperation ABOUT YOU x Levi's Second Love ist das erste Pilotprojekt der Second Love Brand Cooperation. Hiermit wird auch die Lücke zwischen Offline- und Online-Weiterverkauf geschlossen. Kund*innen können nun gebrauchte Kleidung im Levi's-Shop abgeben und erhalten dafür einen Gutschein, der beim Kauf neuer Levi's-Artikel im Shop eingelöst werden kann. Das Projekt läuft derzeit in Hamburg mit fünf Levi's-Filialen als Sammelstellen für die Secondhand-Artikel der Marke.

ABOUT YOU unterstützt die Marke in dreifacher Hinsicht: durch eine gemeinsame Marketingkampagne zur Steigerung des Markenbewusstseins und Ausweitung der Secondhand-Sammlung, durch Unterstützung bei der Aufbereitung der Secondhand-Artikel sowie durch den Wiederverkauf der Artikel, der ausschließlich über den ABOUT YOU Online-Shop erfolgt.

Aus dem Erfolg des Levi's-Pilotprojekts ergibt sich ein neuer Strom von ausgewählten und hochwertigen Produkten aus zweiter Hand, die von treuen Markenkunden stammen. Das Projekt stärkt die langfristige Wiederverkaufsinfrastruktur für Marken und dient als Modelllösung für künftige strategische Markenkooperationen im Secondhand-Segment.

¹ Zum 10. September 2021; Prozentualer Anteil der Anzahl nachhaltigerer Produkte im Kernsortiment für Deutschland / Gesamtproduktanzahl Kernsortiment für Deutschland
² Alle Produktangebote außer Schmuck, Uhren, Sonnenbrillen, Beauty, Haarschmuck, Smartphone-Hüllen, Schlüsselanhänger und -etuis, Wohnaccessoires
³ Durchschnittlicher prozentualer Anteil für die Monate März–August 2021; Umsatzerlöse (tatsächlich, exkl. MwSt.) der nachhaltigeren Produkte im Kernsortiment in Deutschland / Umsatzerlöse insgesamt (tatsächlich, exkl. MwSt.) in Deutschland

„Nachhaltigkeit ist im E-Commerce und in der Modebranche ein sehr ernstes Thema, und wir möchten ein Teil der Lösung, nicht ein Teil des Problems sein. Wir wollen Verantwortung für den Planeten übernehmen, den wir teilen, und für die Menschen, mit denen wir verbunden sind. Angetrieben von unserem Bestreben nach sinnvollem Engagement, der stetig wachsenden Kundennachfrage nach nachhaltigen Produkten und der zunehmenden Bedeutung von NGOs und Aufsichtsbehörden arbeiten wir daran, dieses Bewusstsein zur Grundlage all unserer Geschäftsentscheidungen zu machen.“

TAREK MÜLLER
MITGRÜNDER UND CO-CEO

Upcycling ist der nächste Schritt in der zirkulären Mode. ABOUT YOU trägt zur besseren Nutzung von Ressourcen bei, indem aus alten oder übrig gebliebenen Stoffen und Produkten neue Modeartikel hergestellt werden. Die Vision des neuen Projekts ABOUT YOU REBIRTH STUDIOS besteht darin, die erste erweiterbare Upcycling-Lösung zu schaffen, über die bezahlbare, aber modische Upcycling-Kleidung einem breiten Kundenkreis angeboten werden kann. Dank der langfristigen Upcycling-Infrastruktur von ABOUT YOU können die Artikel in das umfangreiche und bewährte Produktangebot des Unternehmens aufgenommen werden, wodurch gleichzeitig ein Bewusstsein für das Konzept geschaffen und eine starke Marke aufgebaut wird.

Die ersten Upcycling-Produkte wurden im August 2021 in den ABOUT YOU Shop eingestellt. Die Kund*innen können nun die ersten Upcycling-Eigenmarken, d.h. Hüte aus wiederverwerteten Handtüchern sowie Stücke aus einer limitierten, exklusiven Kooperation mit Levi's, erwerben. Darüber hinaus öffnet ABOUT YOU seine Upcycling-Kategorie für bestehende Upcycling-Marken von Drittanbietern – die erste ist Joana Christina. Das Unternehmen freut sich darauf, das Upcycling-Sortiment mit weiteren neuen Produkten bis Ende des Jahres zu ergänzen.

OUR PEOPLE

Menschen sind das, was ABOUT YOU antreibt. Zentrales Anliegen des Unternehmens ist es, nicht nur die Weiterentwicklung und das Wachstum der Mitarbeiter zu fördern, sondern zugleich auch die körperliche und seelische Gesundheit der Mitarbeiter zu stärken.

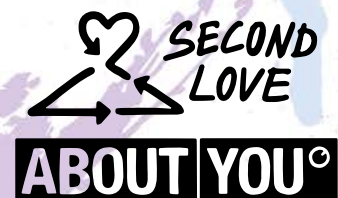
Seit dem ersten Halbjahr 2021/2022 können Mitarbeiter und ihre direkten Angehörigen über das Portal meinEAP auf ein neues Hilfsprogramm zugreifen, das sowohl auf Deutsch als auch auf Englisch verfügbar ist und Unterstützung bei psychischen, finanziellen, rechtlichen und familiären Problemen bietet. Auf Wunsch wird die Beratung auch in acht weiteren gängigen Sprachen angeboten, um möglichst vielen Mitarbeitern eine spezielle psychologische Begleitung in ihrer Muttersprache zu ermöglichen. Je nach Thema und Präferenz der Mitarbeiter können diese sich telefonisch, persönlich oder online von den Experten beraten lassen.

Peakon wurde im Januar 2020 als unternehmensweite Plattform zur Analyse von Mitarbeiterengagement und -erfahrung eingeführt. Mit dieser Lösung sollen die Eingliederung, das Engagement und das Wachstum innerhalb eines Unternehmens durch regelmäßige Mitarbeiterbefragungen optimiert werden. Hierbei werden die Ergebnisse analysiert und in datengestützte, umsetzbare Strategien umgewandelt. Eine der wichtigsten Kennzahlen ist der Net Promoter Score (eNPS) von Peakon. Ab dem zweiten Quartal 2021/2022 wurde die Kennzahl durch die Aufnahme von Fragen zu Vielfalt und Eingliederung optimiert und die Messbarkeit durch die Einbeziehung von unterschiedlichen Persönlichkeiten („Diversity Personas“) weiter verbessert. Zum Ende des zweiten Quartals 2021/2022 weist ABOUT YOU unverändert eine hohe Mitarbeiterzufriedenheit auf. Mit einem Wert von 7,9 bei sämtlichen Fragen (0,2 über dem Durchschnitt der Verbraucher- und Einzelhandelsbranche) und einem deutlich überdurchschnittlichen eNPS von 34 (Durchschnitt der Consumer- und Einzelhandelsbranche 26) liegt ABOUT YOU leicht über dem Branchendurchschnitt.

SOCIETY

Im Mittelpunkt der Marken-DNA von ABOUT YOU steht die Identitätsfreiheit („Freedom of Identity“). Anlässlich des Pride Month 2021 wurde der LGBTQIA+-Community eine Plattform zur alternativen Darstellung der Identität in der Gesellschaft geboten. Die Kampagne „Generations of Pride“ gab einen generationenübergreifenden Einblick in die LGBTQIA+-Community, wobei die Fortschritte der letzten Jahrzehnte hervorgehoben und weitere Verbesserungen angeregt wurden.

Das Engagement für die LGBTQIA+-Community geht dabei über den Pride Month hinaus. Im Jahr 2020 unterzeichnete ABOUT YOU die Charta der Vielfalt, um das Thema Anerkennung und Integration von Diversität in der Unternehmenskultur zu stärken. ABOUT YOU steht mit seinem digitalen Shopping-Erlebnis über die Medien, Kampagnen mit digitalen Inhalten und Veranstaltungen in regelmäßigem Kontakt mit seinen Kund*innen. Dabei werden immer wieder auch Mitglieder der LGBTQIA+-Community eingebunden. Ein aktuelles Beispiel ist das Multimarken-Shooting von ABOUT YOU im Juli, bei dem der prominente Brix Schaumburg, Deutschlands erster offiziell geouteter Transgender-Schauspieler, mitwirkte.



KONZERN-ZWISCHEN- LAGEBERICHT

1.1 GRUNDLAGEN DES KONZERNS

Die im Konzernlagebericht zum Jahresabschluss 2020/2021 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

1.2.1 Gesamtwirtschaftliche und branchenbezogene Rahmenbedingungen

Die erste Hälfte des Geschäftsjahres 2021/2022 zeigte sich weiterhin von den Auswirkungen der anhaltenden Covid-19-Pandemie geprägt. Zeitweise Einschränkungen des öffentlichen Lebens variierten zwischen den Ländern und beeinflussten die konjunkturelle Entwicklung bis zum zweiten Quartal des Geschäftsjahres 2021/2022, als die Fortschritte bei den Impfkampagnen zu einer deutlichen Lockerung der Covid-19-Maßnahmen in Europa führten. Der Anstieg der Infektionszahlen aufgrund der Delta-Variante wirkte

sich schwächer als erwartet auf die Volkswirtschaften aus, insbesondere in Ländern mit einer höheren Impfquote. Dennoch kann er aber zu negativen Auswirkungen auf Marktvertrauen und die kurzfristige Wachstumsdynamik geführt haben.¹

Abgesehen von den ausgeprägteren Unterschieden zwischen den Schwellenländern und den Industrieländern ging die Erholung des Pro-Kopf-Einkommens auch in den einzelnen europäischen Staaten unterschiedlich schnell voran.² Diese Unterschiede resultierten aus dem Tempo der Impfkampagnen und der damit verbundenen Dauer, bis alle Wirtschaftsbereiche zur Normalität zurückfanden, sowie der effizienten Anwendung von wirtschaftspolitischen Interventionen, um die negativen Auswirkungen der Krise in Grenzen zu halten.³

Auf den europäischen Märkten setzte sich der starke wirtschaftliche Abschwung bis zum Beginn des ersten Quartals 2021/2022 fort; seither sind Anzeichen für eine Verbesserung zu erkennen. In allen Ländern war der private Verbrauch eine wichtige Triebkraft für das Bruttoinlandsprodukt (BIP). Abhängig war dies in hohem Maße von den Einschränkungen des öffentlichen Lebens, wobei die höhere Sparquote der Haushalte positive Effekte hatte.²

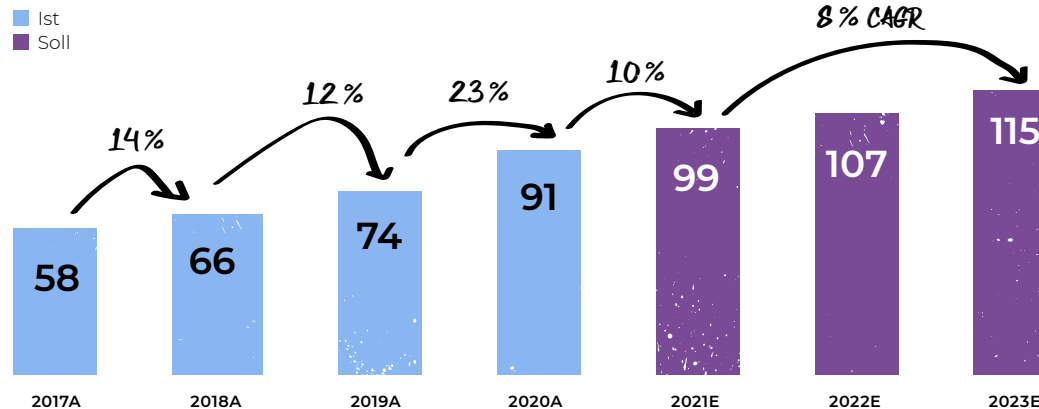
Die am stärksten beeinträchtigten Sektoren waren jene, bei denen es zu menschlichen Kontakten kommt, wie der Dienstleistungssektor. Nur geringfügig besser war es um die Einzelhandelsumsätze bestellt, die Anfang 2021 noch weit unter ihrem Niveau vor der

Pandemie lagen, sich im Februar und März 2021 jedoch ebenfalls erholten.² Eine Erholung im Einzelhandel war insbesondere anhand von Indikatoren für lokale Aktivitäten mit hoher Frequenz, wie etwa mithilfe standortabhängiger Dienste von Google, vor allem dank der verbesserten Lage in Europa, zu beobachten.¹ Als größter Markt von ABOUT YOU liefert Deutschland hier ein gutes Beispiel mit einem Anstieg der Einzelhandelsumsätze um 7,7% im März 2021.²

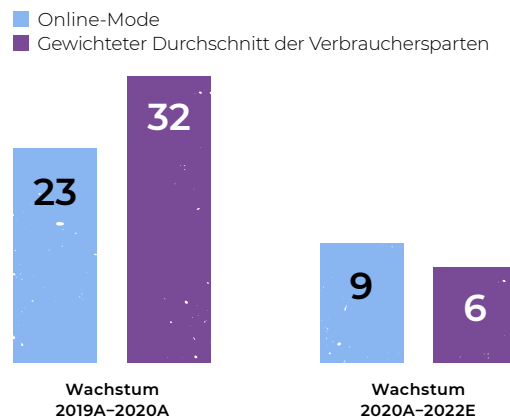
Die Verlagerung im Einzelhandel zugunsten von Online-Plattformen war bereits vor der Covid-19-Pandemie zu beobachten, wobei die Pandemie diesen Wandel durch die steigende Nachfrage der Verbraucher*innen nach Online-Shopping beschleunigte. Die Marktdurchdringung der Online-Plattformen stieg von 19% im Jahr 2019 auf 28% im Jahr 2020.⁴ Der europäische Online-Modemarkt dürfte zwischen 2021E und 2023E eine durchschnittliche Wachstumsrate von 8% pro Jahr erreichen.⁴ Der Wettbewerb um die Aufmerksamkeit der Kund*innen hat sich in der Branche verschärft, was dazu führte, dass Live Selling über Influencer-Videos zur stärkeren Kundenbindung, Finanzierungsplattformen nach dem Prinzip „Jetzt kaufen, später bezahlen“ und sicherere Einkaufsvarianten mit der Option „Lieferung und Abholung“ immer wichtiger wurden.⁵ Darüber hinaus hat sich die Art und Weise, wie Kund*innen im Internet einkaufen, im letzten halben Jahr weiter verändert; so nimmt beispielsweise der Anteil der Einkäufe, die über mobile Geräte getätigt werden, in Westeuropa weiter zu. Getrieben wird dieser Trend von den Millennials und der GenZ, den Hauptzielgruppen von ABOUT YOU.⁶

- 1 OECD Economic Outlook (2021) – Zwischenbericht, September
- 2 OECD Economic Outlook (2021) – Ausgabe 1
- 3 IMF World Economic Outlook (2021) – April
- 4 Euromonitor International (2021) – Retailing, Einzelhandelspreis, laufende Preise, fester Wechselkurs 2020
- 5 Euromonitor Passport (2021) – Retail in Transition: Capitalising on Future E-Commerce Opportunities
- 6 Euromonitor Passport (2021) – Retail in Transition: Future E-Commerce Opportunities in Western Europe

Prognose: europäischer Online-Modemarkt^{1,2} (Mrd. EUR)



Wachstum: Online-Mode ggü. sonstigen Sparten^{3,4} (%)



- 1 Bekleidung und Schuhe
- 2 Euromonitor International (2021) – Retailing, Einzelhandelspreis, laufende Preise, fester Wechselkurs 2020
- 3 CAGR: durchschnittliche jährliche Wachstumsrate
- 4 Gewichteter Durchschnitt für die Bereiche Haus & Garten, Kosmetik & Körperpflege, Gesundheit, Haustierpflege, Spielzeug & Spiele, Haushaltsgeräte, Unterhaltungselektronik, persönliche Accessoires & Brillen; Berechnungsgrundlagen sind Daten von Euromonitor International, Retailing 2021 (Hrsg.); Quelle: Euromonitor International Limited; Hinweis: Daten inkl. MwSt.
- 5 Euromonitor Passport (2021) – Retail in Transition: Future E-Commerce Opportunities in Western Europe

Betrachtet man die Entwicklung von E-Commerce in Westeuropa, so haben staatlich verhängte Beschränkungen des öffentlichen Lebens für den nicht lebensnotwendigen stationären Einzelhandel zu einem Aufschwung des Online-Sektors geführt; eine Entwicklung, die sich voraussichtlich auch nach der Covid-19-Pandemie fortsetzen wird.⁵ Durch seine

Positionierung profitierte ABOUT YOU jedoch von der Lockerung der Covid-19-Einschränkungen und verbesserten Bedingungen für Einkaufsgelegenheiten im stationären Modehandel. Insbesondere das DACH-Segment in Deutschland, Österreich und der Schweiz verzeichnete im zweiten Quartal 2021/2022 ein höheres Umsatzwachstum als im vorangegangenen Quartal.

1.2.2 Konzernertragslage

Für das zweite Quartal des laufenden Geschäftsjahres berichtet die ABOUT YOU Group (nachfolgend auch „ABOUT YOU“ oder „Konzern“ genannt) ein Umsatzwachstum von 53,3% im Vergleich zum Vorjahresquartal. In den letzten zwölf Monaten erhöhte das Unternehmen seine Anzahl an aktiven Kund*innen auf 9,7 Mio. mit einer durchschnittlichen Bestellhäufigkeit von 2,9 und einem durchschnittlichen Bestellwert von 58,5 EUR. Für die internationale Expansion wurden großangelegte Markteintrittskampagnen in Italien, Frankreich, Griechenland und Portugal für

September und Oktober 2021 vorbereitet. Das Segment Tech, Media, Enabling erzielte im zweiten Quartal ein Wachstum von 181,0% im Jahresvergleich, für das alle drei Revenue Streams weiter skaliert und profitabel wurden. Durch eine höhere Bruttomarge verbesserte sich die bereinigte EBITDA-Marge auf -3,3% von -5,0% in Q2 2021/2022.

Die wesentlichen Steuerungsgrößen von ABOUT YOU sind die Umsatzerlöse und das bereinigte EBITDA (bereinigtes Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen). Das bereinigte EBITDA ist keine anerkannte Finanzkennzahl nach International Financial Reporting Standards (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 (Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen) zuzüglich der Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütungen mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente, Restrukturisierungskosten und nicht operative Einmaleffekte. Die Marge des bereinigten EBITDA berechnet sich als Verhältniszahl des bereinigten EBITDA an den Umsatzerlösen.

Verkürzte Gewinn- und Verlustrechnung

in Mio. EUR	Q2 2021/2022	Q2 2020/2021	H1 2021/2022	H1 2020/2021
Umsatzerlöse	395,6	258,0	817,7	513,2
Materialaufwand	(239,7)	(169,0)	(484,0)	(319,3)
Personalaufwand	(24,5)	(11,7)	(41,5)	(22,1)
Sonstige betriebliche Aufwendungen	(165,7)	(93,8)	(349,7)	(201,3)
Sonstige betriebliche Erträge	0,7	0,8	1,4	1,0
Andere aktivierte Eigenleistungen	3,8	2,8	7,7	5,0
EBITDA	(29,8)	(12,9)	(48,5)	(23,6)
Bereinigungen ¹	16,7	0,0	23,0	0,0
Bereinigtes EBITDA	(13,1)	(12,9)	(25,4)	(23,6)

Umsatzentwicklung

Die Umsatzerlöse stiegen im H1 2021/2022 um 59,4% auf 817,7 Mio. EUR (H1 2020/2021: 513,2 Mio. EUR). Im Q2 2021/2022 betrugen die Umsatzerlöse 395,6 Mio. EUR (Q2 2020/2021: 258,0 Mio. EUR). Dies entspricht einer Steigerung von 53,3% gegenüber dem Vorjahresquartal.

Die positive Umsatzentwicklung wurde durch ein sehr gutes Marktumfeld für das Commerce-Geschäft getrieben. Im Rahmen der Lockerungen der Covid-19-Auflagen im H1 2021/2022 und der damit verbundenen Rückkehr des öffentlichen Lebens boten sich vermehrt Gelegenheiten zum Kauf von Mode. Auch der Eintritt in neue Märkte im ersten Halbjahr 2021/2022 in Italien, Frankreich, Griechenland, Portugal und Norwegen verstärkte den positiven Umsatztrend.

Weiterhin konnte durch Marketing-Investitionen im Commerce-Geschäft eine Erhöhung der aktiven Kund*innen von 7,2 Mio. zum 31. August 2020 auf 9,7 Mio. zum 31. August 2021 erreicht werden. Dies entspricht einer Steigerung von 34,1%. Vor allem durch die Gewinnung neuer Kund*innen im internationalen Raum, die verringerte Abwanderung von Kund*innen und das verbesserte Produktsortiment konnte diese Steigerung erzielt werden.

Auch die Bestellungen konnten sich im Vorjahresvergleich im ersten Halbjahr des aktuellen Geschäftsjahres um 44,2% auf 28,0 Mio. Bestellungen erhöhen (H1 2020/2021: 19,4 Mio.). In diesem Zusammenhang stiegen auch die durchschnittlichen Bestellungen pro aktiven Kund*innen um 7,6% auf 2,9 (H1 2020/2021: 2,7). Die Bestellhäufigkeit konnte durch den Ausbau des Sortiments,

die Verbesserung der Customer Experience und Customer Journey, die Erhöhung der Markenbekanntheit und die Altersstruktureffekte der Kundenkohorten gesteigert werden. Die durchschnittliche Warenkorbgröße, die sich als Durchschnitt der letzten zwölf Monate berechnet, wurde durch anhaltende, aber zunehmend sinkende Effekte der Covid-19-Pandemie sowie eine geringe Retourenquote positiv beeinflusst. Die durchschnittliche Warenkorbgröße erhöhte sich gegenüber dem 31. August 2020 um 5,3% von 55,6 EUR auf 58,5 EUR. Das durchschnittliche Bruttowarenvolumen (GMV) pro Kund*in konnte im H1 2021/2022 von 148,8 EUR auf 168,5 EUR gesteigert werden.

Darüber hinaus konnten auch die B2B-Umsätze gesteigert werden, was auf eine Ausweitung der B2B-Produktpalette, strukturell gestiegene Umsätze mit bestehenden Kund*innen sowie die Akquisition von Neukund*innen zurückzuführen ist. Dabei ist zu berücksichtigen, dass die krisenbedingt schwachen Umsätze in diesem Bereich die B2B-Ausgaben im H1 2020/2021 schrumpfen ließen.

¹ Bereinigung des EBITDA für (i) Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütungen mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente (Q2 2021/2022: 8,4 Mio. EUR, H1 2021/2022: 10,0 Mio. EUR) (ii) Restrukturisierungskosten und Einmaleffekte (Q2 2021/2022: 8,3 Mio. EUR, H1 2021/2022: 13,0 Mio. EUR)

Leistungsindikatoren (APM)¹

Die wichtigsten Leistungsindikatoren der ABOUT YOU Group sind die Kennzahlen Umsatzerlöse und das bereinigte EBITDA. 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. Diese APMs schlüsseln die Kosten des Unternehmens entlang der Frage auf, ob und wo diese Kosten für die Umsatzgenerierung angefallen sind. So lassen sich Kosten mit stark variablen Anteilen besser von Kosten mit hohen Fixkostenanteilen unterscheiden und die Ertragslage des Unternehmens in der starken Wachstumsphase konkreter steuern.

¹ Definiert als Alternative Performance Measure (APM), ohne Anerkennung laut IFRS

ABOUT YOU arbeitet hier mit den vier Kosten-APMs Umsatzkosten, Fulfillmentkosten, Marketingkosten und Allgemeine Verwaltungskosten und ihrer jeweiligen Verhältniszahl zu den Umsatzerlösen.

Umsatzkostenarten

in Mio. EUR	Q2 2021/2022	Q2 2020/2021	H1 2021/2022	H1 2020/2021
Umsatzerlöse	395,6	258,0	817,7	513,2
Wachstumsrate	53,3%	67,2%	59,4%	67,0%
Umsatzkosten	241,4	169,4	487,2	320,3
Quote	61,0%	65,6%	59,6%	62,4%
Bruttoergebnis vom Umsatz	154,2	88,7	330,5	192,9
Marge	39,0%	34,4%	40,4%	37,6%
Fulfillmentkosten	80,4	53,6	161,5	107,5
Quote	20,3%	20,8%	19,7%	20,9%
Marketingkosten	67,0	33,9	150,7	78,4
Quote	16,9%	13,1%	18,4%	15,3%
Allgemeine Verwaltungskosten	20,0	14,0	43,8	30,6
Quote	5,0%	5,4%	5,4%	6,0%
Bereinigtes EBITDA	(13,1)	(12,9)	(25,4)	(23,6)
Marge	(3,3)%	(5,0)%	(3,1)%	(4,6)%

Entwicklung des Bruttoergebnisses vom Umsatz

Die Umsatzkosten betragen im H1 2021/2022 487,2 Mio. EUR (H1 2020/2021: 320,3 Mio. EUR). Im zweiten Quartal 2021/2022 belaufen sie sich auf 241,4 Mio. EUR (Q2 2020/2021: 169,4 Mio. EUR).

Das Bruttoergebnis vom Umsatz ist im H1 2021/2022 auf 330,5 Mio. EUR (H1 2020/2021: 192,9 Mio. EUR) angestiegen. Die Marge des Bruttoergebnisses vom Umsatz hat sich auf 40,4% (H1 2020/2021: 37,6%) verbessert. Im zweiten Quartal des aktuellen Geschäftsjahres wurde ein Bruttoergebnis vom Umsatz in Höhe von 154,2 Mio. EUR (Q2 2020/2021: 88,7 Mio. EUR) erzielt. Daraus resultiert eine

gesteigerte Marge des Bruttoergebnisses vom Umsatz von 34,4% im zweiten Quartal des Vorjahres auf 39,0% im zweiten Quartal des Geschäftsjahres 2021/2022.

Diese Entwicklung ist auf den gestiegenen Anteil der hochmargigen B2B-Umsätze im Segment TME und die Own Labels im Commerce-Geschäft zurückzuführen. Im Jahresvergleich zum zweiten Quartal 2020/2021 bestand eine geringere Preiselastizität der Nachfrage und eine verringerte Anzahl preisaggressiver Markteintrittskampagnen. Außerdem ergaben sich Skaleneffekte durch Konditionsvereinbarungen mit Lieferanten und operative Veränderungen.

Entwicklung der Fulfillmentkosten

Die Fulfillmentkosten sind im H1 2021/2022 unterproportional zu den Umsatzerlösen um 50,2% auf 161,5 Mio. EUR (H1 2020/2021: 107,5 Mio. EUR) gestiegen. Im zweiten Quartal 2021/2022 sind Fulfillmentkosten in Höhe von 80,4 Mio. EUR (Q2 2020/2021: 53,6 Mio. EUR) angefallen. Im H1 2021/2022 konnte sich die Kosten-Umsatzquote der Fulfillmentkosten gegenüber dem Halbjahr des Vorjahres von 20,9% auf 19,7% verbessern. Die Reduktion der Kosten-Umsatzquote lässt sich im Vergleich zu H1 2020/2021 mit leicht gestiegenen Anteilen von Third-Party-Dropshipping und B2B-Umsätzen mit geringen Logistikkosten erklären. Durch die hohe Auslastung der Distribution und Return Center konnte eine verbesserte Kosteneffizienz erzielt werden. Die höheren durchschnittlichen Bestellwerte der Kund*innen und Produktpreise wirkten sich ebenso positiv aus wie Skaleneffekte durch operative Effizienzsteigerungen und verbesserte Konditionen der Spediteure.

Entwicklung der Marketingkosten

Die Marketingkosten erhöhten sich im ersten Halbjahr des Geschäftsjahres um 72,3 Mio. EUR auf 150,7 Mio. EUR (H1 2020/2021: 78,4 Mio. EUR). Dies entspricht einer Kosten-Umsatzquote für das erste Halbjahr im aktuellen Geschäftsjahr von 18,4% (H1 2020/2021: 15,3%). Im zweiten Quartal des aktuellen Geschäftsjahres zeigt sich eine ähnliche Entwicklung der Marketingkosten von 33,9 Mio. EUR (13,1% Kosten-Umsatzquote) im zweiten Quartal 2020/2021 auf 67,0 Mio. EUR (16,9% Kosten-Umsatzquote). Treiber für diese Entwicklung im ersten

Halbjahr sind die Wachstumskampagnen in den bestehenden Märkten, wie z. B. in Tschechien, und die Markteintrittskampagnen in neuen Märkten, wie z. B. in Spanien im ersten Quartal des aktuellen Geschäftsjahres. Die Entwicklung der Marketingkosten im zweiten Quartal ist unter anderem getrieben vom anhaltend hohen Marketingdruck in weniger reifen Märkten außerhalb von DACH. Darüber hinaus tragen eine angepasste Marketingsteuerung im ABOUT YOU DACH-Segment wegen höherer Kundendeckungsbeiträge und europaweite Branding-Kampagnen, wie z. B. der Drop „Kendall for ABOUT YOU“ mit Kendall Jenner, zur Entwicklung der Marketingkosten im zweiten Quartal bei.

Entwicklung der allgemeinen Verwaltungskosten

Die Verwaltungskosten stiegen in Relation zu den Umsatzerlösen unterproportional von 30,6 Mio. EUR im ersten Halbjahr des Vorjahres auf 43,8 Mio. EUR im ersten Halbjahr 2021/2022 bzw. von 14,0 Mio. EUR im zweiten Quartal des Vorjahres auf 20,0 Mio. EUR im zweiten Quartal des aktuellen Geschäftsjahres. Die Kosten-Umsatzquote verringerte sich von 6,0% im ersten Halbjahr des Vorjahres auf 5,4% im ersten Halbjahr des aktuellen Geschäftsjahres. Im zweiten Quartal 2021/2022 reduzierte sich die Kosten-Umsatzquote ebenfalls von 5,4% im Vorjahr auf 5,0%. Trotz des Börsengangs im Juni 2021 konnte die Kosten-Umsatzquote im ersten Halbjahr des aktuellen Geschäftsjahres gegenüber dem ersten Halbjahr des Vorjahres verbessert werden. Erreicht werden konnte dies durch Skaleneffekte und Kostendisziplin im gesamten Konzern.

Entwicklung und Überleitung des bereinigten EBITDA

Im Ergebnis resultierte ein bereinigtes EBITDA für den Zeitraum vom 1. März 2021 bis zum 31. August 2021 in Höhe von -25,4 Mio. EUR (H1 2020/2021: -23,6 Mio. EUR), was einer bereinigten EBITDA-Marge von -3,1% (H1 2020/2021: -4,6%) entspricht. Im zweiten Quartal des aktuellen Geschäftsjahres konnte ein bereinigtes EBITDA in Höhe von -13,1 Mio. EUR (Q2 2020/2021: -12,9 Mio. EUR) erzielt werden. Dies entspricht einer bereinigten EBITDA-Marge von -3,3% (Q2 2020/2021: -5,0%).

Insgesamt ist die Entwicklung des bereinigten EBITDA für das erste Halbjahr und das zweite Quartal des aktuellen Geschäftsjahres im Vergleich zu den korrespondierenden Vorjahreszeiträumen geprägt durch verbesserte Kosten-Umsatzrelationen für die Umsatz-, Fulfillment- und Verwaltungskosten. Diese Verbesserungen überkompensieren die in den Betrachtungszeiträumen gestiegenen Marketingkosten und führen im Ergebnis zu einer verbesserten Marge für das bereinigte EBITDA. Trotz des temporär negativen bereinigten EBITDA, das aus hohen zukunftsgerichteten Marketinginvestitionen im Segment RoE resultiert, konnte im ersten Halbjahr und im zweiten Quartal des aktuellen Geschäftsjahres im Vergleich zu den korrespondierenden Vorjahreszeiträumen eine nachhaltige Kostenstruktur gefestigt und verbessert werden.

Das erste Halbjahr des aktuellen Geschäftsjahres schließt mit einem bereinigten EBITDA von -25,4 Mio. EUR (H1 2020/2021: -23,6 Mio. EUR). Im ersten Halbjahr 2021/2022 umfasst das EBITDA Bereinigungen in Höhe von 23,0 Mio. EUR (H1 2020/2021: 0,0 Mio. EUR). Diese 23,0 Mio. EUR setzen sich zusammen aus nicht operativen Einmaleffekten aus dem Börsengang (13,0 Mio. EUR) und Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütungen (10,0 Mio. EUR) mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente. Diese Kosten wurden bei der Berechnung des bereinigten EBITDA herausgerechnet.

Bereinigungen

in Mio. EUR	Q2 2021/2022	Q2 2020/2021	H1 2021/2022	H1 2020/2021
Bereinigtes EBITDA	(13,1)	(12,9)	(25,4)	(23,6)
Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütungen mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente	8,4	0,0	10,0	0,0
Restrukturisierungskosten und Einmaleffekte	8,3	0,0	13,0	0,0
EBITDA	(29,8)	(12,9)	(48,5)	(23,6)

Überleitung der Gewinn- und Verlustrechnung nach dem Gesamtkostenverfahren zu den Alternative Performance Measures

Q2 2021/2022 in Mio. EUR	GKV/UKV	Umsatz- kosten	Fulfillment- kosten	Marketing- kosten	Allg. Verwal- tungskosten	Bereinigtes EBITDA
Umsatzerlöse	395,6	241,4	80,4	67,0	20,0	(13,1)
Materialaufwand	239,7	239,7	0,0	0,0	0,0	0,0
Personalaufwand	16,1	1,8	1,8	6,1	6,5	0,0
Sonstige betriebliche Aufwendungen	157,4	0,7	79,7	62,5	14,6	0,0
Sonstige betriebliche Erträge	(0,7)	0,0	(0,6)	0,0	(0,1)	0,0
Andere aktivierte Eigenleistungen	(3,8)	(0,7)	(0,5)	(1,7)	(1,0)	0,0
Bereinigtes EBITDA	(13,1)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

Q2 2020/2021 in Mio. EUR	GKV/UKV	Umsatz- kosten	Fulfillment- kosten	Marketing- kosten	Allg. Verwal- tungskosten	Bereinigtes EBITDA
Umsatzerlöse	258,0	169,4	53,6	33,9	14,0	(12,9)
Materialaufwand	169,0	169,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Personalaufwand	11,7	1,2	2,3	4,3	3,9	0,0
Sonstige betriebliche Aufwendungen	93,8	0,1	52,0	30,3	11,4	0,0
Sonstige betriebliche Erträge	(0,8)	0,0	(0,1)	0,0	(0,7)	0,0
Andere aktivierte Eigenleistungen	(2,8)	(0,9)	(0,5)	(0,8)	(0,7)	0,0
Bereinigtes EBITDA	(12,9)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

Überleitung der Gewinn- und Verlustrechnung nach dem Gesamtkostenverfahren zu den Alternative Performance Measures

H1 2021/2022 in Mio. EUR	GKV/UKV	Umsatz- kosten	Fulfillment- kosten	Marketing- kosten	Allg. Verwal- tungskosten	Bereinigtes EBITDA
Umsatzerlöse	817,7	487,2	161,5	150,7	43,8	(25,4)
Materialaufwand	484,0	484,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Personalaufwand	31,5	3,4	3,4	11,9	12,8	0,0
Sonstige betriebliche Aufwendungen	336,7	1,3	160,1	142,1	33,2	0,0
Sonstige betriebliche Erträge	(1,4)	0,0	(1,1)	0,0	(0,3)	0,0
Andere aktivierte Eigenleistungen	(7,7)	(1,4)	(1,0)	(3,4)	(1,9)	0,0
Bereinigtes EBITDA	(25,4)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

H1 2020/2021 in Mio. EUR	GKV/UKV	Umsatz- kosten	Fulfillment- kosten	Marketing- kosten	Allg. Verwal- tungskosten	Bereinigtes EBITDA
Umsatzerlöse	513,2	320,3	107,5	78,4	30,6	(23,6)
Materialaufwand	319,3	319,3	0,0	0,0	0,0	0,0
Personalaufwand	22,1	2,3	2,9	8,1	8,9	0,0
Sonstige betriebliche Aufwendungen	201,3	0,2	105,9	71,7	23,6	0,0
Sonstige betriebliche Erträge	(1,0)	0,0	(0,3)	0,0	(0,7)	0,0
Andere aktivierte Eigenleistungen	(5,0)	(1,5)	(1,0)	(1,3)	(1,2)	0,0
Bereinigtes EBITDA	(23,6)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

Umsatzerlöse der Segmente

in Mio. EUR	Q2 2021/2022	Q2 2020/2021	H1 2021/2022	H1 2020/2021
ABOUT YOU DACH	197,4	138,7	415,6	310,3
ABOUT YOU RoE	162,9	108,5	349,0	193,5
TME	39,5	14,1	74,0	28,7
Überleitung	(4,2)	(3,2)	(20,9)	(19,3)
Umsatzerlöse	395,6	258,0	817,7	513,2

1.2.3 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 inter-segmentären 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 (2.6.5 des Anhangs zum Konzern-Zwischenabschluss).

Bereinigtes EBITDA der Segmente

in Mio. EUR	Q2 2021/2022	Q2 2020/2021	H1 2021/2022	H1 2020/2021
ABOUT YOU DACH	7,8	8,6	25,1	16,1
ABOUT YOU RoE	(24,4)	(17,6)	(57,8)	(35,3)
TME	6,1	(1,1)	10,7	(0,5)
Überleitung	(2,5)	(2,8)	(3,5)	(3,9)
Bereinigtes EBITDA	(13,1)	(12,9)	(25,4)	(23,6)
Bereinigungen	16,7	0,0	23,0	0,0
EBITDA	(29,8)	(12,9)	(48,5)	(23,6)

ABOUT YOU DACH

Das Segment ABOUT YOU DACH zeigte im ersten Halbjahr 2021/2022 ein Umsatzwachstum von 34,0% auf 415,6 Mio. EUR. Das Segment erzielte in H1 2021/2022 ein bereinigtes EBITDA in Höhe von 25,1 Mio. EUR (H1 2020/2021: 16,1 Mio. EUR), was einer bereinigten EBITDA-Marge von 6,0% (H1 2020/2021: 5,2%) entspricht. Von den im ersten Halbjahr des aktuellen Geschäftsjahres erzielten Umsatzerlösen entfallen 197,4 Mio. EUR (Q2 2020/2021: 138,7 Mio. EUR) auf das zweite Quartal. Das Umsatzwachstum für das zweite Quartal des aktuellen Geschäftsjahres entspricht somit 42,4% gegenüber dem Vorjahresquartal. Dies stellt ein bereinigtes EBITDA im zweiten Quartal 2021/2022 in Höhe von 7,8 Mio. EUR (Q2 2020/2021: 8,6 Mio. EUR) dar. Dies entspricht einer bereinigten EBITDA-Marge für das zweite Quartal des aktuellen Geschäftsjahres von 3,9% (Q2 2020/2021: 6,2%).

Da sich die Covid-19-Beschränkungen lockerten und sich wieder mehr Gelegenheiten zum Kauf von Mode boten, erzielte besonders das

Segment ABOUT YOU DACH in Deutschland, Österreich und der Schweiz im zweiten Quartal 2021/2022 ein höheres Umsatzwachstum als im vorangegangenen ersten Quartal. Das Wachstum wurde zudem durch erhöhte Marketingausgaben zur Gewinnung von Neukund*innen weiter gestärkt. Die bereinigte EBITDA-Marge ist durch die erhöhten Marketingausgaben für Neukund*innen mit einem gesteigerten Kundenertragswert jedoch gesunken. Darüber hinaus haben exklusive Drops, wie z. B. mit dem Model Kendall Jenner („Kendall for ABOUT YOU“), die Entwicklung des Umsatzes gestärkt.

ABOUT YOU RoE (Rest of Europe)

Im Segment RoE waren zum 31. August 2021 23 Länder enthalten. Gegenüber dem 31. August 2020 sind die Länder Spanien, Italien, Frankreich, Griechenland Portugal und Norwegen hinzugekommen. Die Umsatzerlöse des ersten Halbjahres konnten um 80,4% auf 349,0 Mio. EUR gesteigert werden. Das Segment weist ein bereinigtes EBITDA von -57,8 Mio. EUR (H1 2020/2021: -35,3 Mio. EUR)

aus. Dies entspricht einer bereinigten EBITDA-Marge in diesem Segment in Höhe von -16,6% im ersten Halbjahr des aktuellen Geschäftsjahres (H1 2020/2021: -18,2%). Im zweiten Quartal des aktuellen Geschäftsjahres beliefen sich die Umsatzerlöse auf 162,9 Mio. EUR (Q2 2020/2021: 108,5 Mio. EUR). Das Umsatzwachstum des zweiten Quartals 2021/2022 beträgt 50,1% gegenüber dem zweiten Quartal des Vorjahres. Es ergibt sich ein bereinigtes EBITDA in Höhe von -24,4 Mio. EUR für das zweite Quartal 2021/2022 (Q2 2020/2021: -17,6 Mio. EUR), was einer bereinigten EBITDA-Marge von -15,0% (Q2 2020/2021: -16,2%) entspricht.

Durch die internationale Expansion konnte das Segment auch im zweiten Quartal ein signifikantes Umsatzwachstum von 50,1% generieren, im Vergleich zum Q2 2019/2020 ist es um 337,6% gewachsen, dies entspricht einem CAGR von 109,2%. Das Wachstum verlangsamte sich im Jahresvergleich dennoch gegenüber den letzten Quartalen angesichts der zunehmenden Größenordnung und des vergleichsweise starken Vorjahresquartals. Ferner wurde in Vorbereitung auf die für das Q3 2021/2022 erwarteten Markteintritts- und Skalierungskampagnen in den weniger reifen Märkten – insbesondere in einigen CEE-Ländern sowie in den Regionen Nordics und Südeuropa – die Kampagnen- und Promotionsaktivität im Jahresvergleich leicht zurückgefahren. Daher wurde das Wachstum in RoE im isolierten Q2 2021/2022, anders als im Vergleichsquartal Q2 2020/2021, nicht weiter stimuliert. Zudem waren positive Effekte aus Lockerungen der Covid-19-Maßnahmen vermehrt in Q1 2021/2022 zu beobachten.

TME (Tech, Media, Enabling)

Das Segment Tech, Media, Enabling umfasst im Kern die Dienstleistungsgeschäfte: die SaaS-Lösung ABOUT YOU Commerce Suite (Tech), Brand and Advertising Solutions (Media) und 360°-Service entlang der E-Commerce-Wertschöpfungskette des Unternehmens sowie sonstige umsatzgenerierende Dienstleistungen und Geschäftsfelder (Enabling). Das Segment wuchs im ersten Halbjahr 2021/2022 um 158,0% auf 74,0 Mio. EUR und erzielte dabei ein bereinigtes EBITDA in Höhe von 10,7 Mio. EUR (H1 2020/2021: -0,5 Mio. EUR), was einer bereinigten EBITDA-Marge von 14,5% (H1 2020/2021: -1,8%) entspricht. Auf das zweite Quartal des Geschäftsjahres 2021/2022 entfallen Umsatzerlöse in Höhe von 39,5 Mio. EUR (Q2 2020/2021: 14,1 Mio. EUR). Das Umsatzwachstum dieses Segments beträgt 181,0% im zweiten Quartal des aktuellen Geschäftsjahres gegenüber dem zweiten Quartal des Vorjahres. Das bereinigte EBITDA des zweiten Quartals 2021/2022 belief sich auf 6,1 Mio. EUR (Q2 2020/2021: -1,1 Mio. EUR). Dies entspricht einer bereinigten EBITDA-Marge in diesem Segment in Höhe von 15,4% im zweiten Quartal des aktuellen Geschäftsjahres (Q2 2020/2021: -8,1%).

Die positive Entwicklung ist im Wesentlichen auf eine Ausweitung der B2B-Produktpalette, strukturell gestiegene Umsätze mit bestehenden Kund*innen sowie die Akquisition

von Neukund*innen zurückzuführen. Wie im ersten Quartal 2021/2022 ist bei diesem Wachstum auch die schwächere Performance des Segments im zweiten Quartal 2020/2021 zu berücksichtigen, als die B2B-Ausgaben aufgrund der Covid-19-Pandemie zurückgingen.

Überleitung

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 2021/2022 ergab sich aus diesem Sachverhalt eine Abweichung in Höhe von -1,1 Mio. EUR (H1 2020/2021: -5,9 Mio. EUR).

Ferner sind die inter-segmentären 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 19,8 Mio. EUR (H1 2020/2021: 13,4 Mio. EUR). Die externen Umsatzerlöse der einzelnen Segmente betrugen im ersten Halbjahr des aktuellen Geschäftsjahres im Segment ABOUT YOU DACH 410,9 Mio. EUR, im Segment ABOUT YOU RoE 344,4 Mio. EUR und im Segment TME 63,5 Mio. EUR. Die langfristigen Vermögenswerte befinden sich im Wesentlichen in Deutschland.

In den Umsätzen der Segmente ABOUT YOU DACH und RoE sind inter-segmentäre Transaktionen in Höhe von 4,7 Mio. EUR (H1 2020/2021: 3,5 Mio. EUR) enthalten, die im Wesentlichen aus der Bereitstellung von Werbevermarktungsflächen in den ABOUT YOU Online-Shops für das Segment TME resultieren. Im zweiten Quartal des aktuellen Geschäftsjahres beliefen sich die inter-segmentären Transaktionen von ABOUT YOU DACH auf 2,2 Mio. EUR (Q2 2020/2021: 1,5 Mio. EUR) und von ABOUT YOU RoE auf 3,8 Mio. EUR (Q2 2020/2021: 0,4 Mio. EUR).

Die Umsätze vom Segment TME beinhalten inter-segmentäre Transaktionen in Höhe von 10,5 Mio. EUR (H1 2020/2021: 9,2 Mio. EUR). Sie ergeben sich insbesondere aus Content-Produktionen für den Media-Bereich, der internen Nutzung der SaaS-Lösung ABOUT YOU Commerce Suite mit Implementierungsdienstleistungen im Tech-Bereich und weiteren Leistungen im Enabling-Bereich. Die inter-segmentären Transaktionen betrugen 4,5 Mio. EUR (Q2 2020/2021: 3,1 Mio. EUR) im zweiten Quartal 2021/2022.

Nicht zahlungswirksame Aufwendungen

Im ersten Halbjahr des aktuellen Geschäftsjahres sind nicht zahlungswirksame Aufwendungen im Rahmen der Media4Equity-Transaktionen angefallen. Für das Segment ABOUT YOU DACH sind im H1 2021/2022 in diesem Zusammenhang 0,1 Mio. EUR (H1 2020/2021: 1,5 Mio. EUR) angefallen. Von diesen Aufwendungen entfallen 0,0 Mio. EUR (Q2 2020/2021: 0,3 Mio. EUR) auf das zweite Quartal des aktuellen Geschäftsjahres. Aus dem gleichen Sachverhalt sind im Segment ABOUT YOU RoE im H1 2021/2022 0,0 Mio. EUR (H1 2020/2021: 0,1 Mio. EUR) angefallen, wovon 0,0 Mio. EUR (Q2 2020/2021: 0,0 Mio. EUR) aus dem zweiten Quartal des aktuellen Geschäftsjahres stammen. Ebenso sind im Segment TME im H1 2021/2022 0,2 Mio. EUR (H1 2020/2021: 0,0 Mio. EUR) nicht zahlungswirksame Aufwendungen aus den Media4Equity-Transaktionen entstanden, wovon 0,0 Mio. EUR (Q2 2020/2021: 0,0 Mio. EUR) auf das zweite Quartal des aktuellen Geschäftsjahres entfallen.

1.2.4 Finanzlage

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

Verkürzte Konzern-Kapitalflussrechnung

in Mio. EUR	Q2 2021/2022	Q2 2020/2021	H1 2021/2022	H1 2020/2021
Cash-Flow aus der laufenden Geschäftstätigkeit	(22,4)	(11,3)	(4,4)	15,5
Cash-Flow aus der Investitionstätigkeit	(8,2)	(3,3)	(19,2)	(5,5)
Cash-Flow aus der Finanzierungstätigkeit	557,5	(0,9)	556,2	(1,9)
Finanzmittelfonds am Anfang der Periode	113,7	86,0	107,9	62,4
Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelfonds	526,8	(15,6)	532,6	8,1
Finanzmittelfonds am Ende der Periode	640,6	70,5	640,6	70,5

ABOUT YOU hat im ersten Halbjahr des Geschäftsjahres 2021/2022 einen Cash-Flow aus der laufenden Geschäftstätigkeit von -4,4 Mio. EUR (H1 2020/2021: 15,5 Mio. EUR) erwirtschaftet. Die Entwicklung ist im Wesentlichen auf die im ersten Halbjahr des laufenden Geschäftsjahres im Zusammenhang mit dem Börsengang angefallenen Kosten zurückzuführen. Im bereinigten EBITDA sind 13,0 Mio. EUR dazu im ersten Halbjahr 2021/2022 bereinigt worden.

Der Cash-Flow aus der Investitionstätigkeit beträgt im H1 2021/2022 -19,2 Mio. EUR (H1 2020/2021: -5,5 Mio. EUR) und ist in erster Linie auf Investitionen in selbst entwickelte Software sowie Ausleihungen an Beteiligungen zurückzuführen. Die Auszahlungen für

Investitionen in immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen betrugen im ersten Halbjahr des Geschäftsjahres 2021/2022 9,1 Mio. EUR (H1 2020/2021: 5,4 Mio. EUR). Die Auszahlungen für den Erwerb von Unternehmen betrugen 0,9 Mio. EUR (H1 2020/2021: 0,0 Mio. EUR). Die Auszahlungen für Ausleihungen sowie Zinserträge betrugen im ersten Halbjahr des Geschäftsjahres 9,2 Mio. EUR (H1 2020/2021: 0,1 Mio. EUR). Der Anstieg stammt im Wesentlichen aus Betriebsmittelkrediten für Joint Ventures mit Influencer-Brands, wobei insbesondere die Ausgründung der LeGer GmbH im H1 2021/2022 ins Gewicht fiel. Der Free Cash-Flow des abgelaufenen ersten Halbjahres betrug folglich -23,5 Mio. EUR (H1 2020/2021: 10,0 Mio. EUR).

Gemäß den Regelungen des IFRS 16 „Leasingverhältnisse“ werden im Cash-Flow aus der Finanzierungstätigkeit der Tilgungsanteil der Leasingzahlungen von 1,1 Mio. EUR (H1 2020/2021: 1,8 Mio. EUR) und die Zinszahlungen, die in Verbindung mit Leasingverbindlichkeiten stehen, von 0,1 Mio. EUR (H1 2020/2021: 0,1 Mio. EUR) ausgewiesen.

Der Cash-Flow aus der Finanzierungstätigkeit beträgt im ersten Halbjahr des Geschäftsjahres 2021/2022 556,2 Mio. EUR (H1 2020/2021: -1,9 Mio. EUR) und beinhaltet die Kapitaleinzahlungen aus dem Börsengang in Höhe von 637,3 Mio. EUR sowie die vollständige Tilgung von Gesellschafterdarlehen in Höhe von 75,0 Mio. EUR. Zum 31. August 2021 verfügt ABOUT YOU über Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente in Höhe von 640,6 Mio. EUR (31. August 2020: 70,5 Mio. EUR). ABOUT YOU war jederzeit im laufenden Geschäftsjahr in der Lage, seine Zahlungsverpflichtungen zu erfüllen.

1.2.5 Vermögenslage

Die Vermögenslage des Konzerns wird in folgender verkürzter Bilanz dargestellt:

Verkürzte Konzern-Bilanz

in Mio. EUR	31.08.2021	28.02.2021
Aktiva		
Langfristige Vermögenswerte	66,0	48,3
Kurzfristige Vermögenswerte	1.015,0	408,9
Bilanzsumme	1.081,0	457,2

Verkürzte Konzern-Bilanz

in Mio. EUR	31.08.2021	28.02.2021
Passiva		
Eigenkapital	644,6	55,4
Langfristige Schulden	15,3	87,6
Kurzfristige Schulden	421,2	314,1
Bilanzsumme	1.081,0	457,2

Die langfristigen Vermögenswerte setzen sich im Wesentlichen aus immateriellen Vermögenswerten, Nutzungsrechten nach IFRS 16, Sachanlagen sowie finanziellen Vermögenswerten zusammen.

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. Der Anstieg im Vergleich zum 28. Februar 2021 resultiert zum einen aus dem Anstieg der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente um 532,6 Mio. EUR, der im Wesentlichen aus dem Zufluss an liquiden Mitteln aus dem Börsengang resultiert, zum anderen aus dem Anstieg der Vorräte um 43,8 Mio. EUR.

Das Eigenkapital erhöhte sich im ersten Halbjahr des Geschäftsjahres 2021/2022 im Vergleich zum 28. Februar 2021 um 589,1 Mio. EUR. Die Erhöhung des Eigenkapitals resultiert im Wesentlichen aus dem Börsengang.

Die langfristigen Schulden beinhalten zum 31. August 2021 im Wesentlichen die Verbindlichkeiten aus Leasingverhältnissen in Höhe von 11,8 Mio. EUR. Die langfristigen Schulden reduzierten sich im Wesentlichen aufgrund der Tilgung der Gesellschafterdarlehen.

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 2021 resultiert im Wesentlichen aus einem Anstieg der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen um 95,8 Mio. EUR.

Das Nettoumlaufvermögen¹ (Net Working Capital) für das erste Halbjahr des aktuellen Geschäftsjahres beträgt -46,7 Mio. EUR (Geschäftsjahr 2020/2021: -13,2 Mio. EUR).¹ Die Entwicklung des Nettoumlaufvermögens im Vergleich zum Vorjahr (Geschäftsjahr 2020/2021) in Höhe von -33,5 Mio. EUR ist getrieben vom größeren Aufbau der kurzfristigen Schulden in H1 2021/2022 auf 421,2 Mio. EUR (Geschäftsjahr 2020/2021: 314,1 Mio. EUR) gegenüber dem Anstieg der kurzfristigen Vermögenswerte exklusive der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum 31. August 2021 auf 374,5 Mio. EUR (Geschäftsjahr 2020/2021: 301,0 Mio. EUR).

Neben dem Geschäftswachstum resultiert die Entwicklung des Nettoumlaufvermögens aus einem weiter optimierten Net Working Capital-Management.

¹ Definiert als Vorräte zuzüglich Forderungen (inkl. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstige kurzfristige Vermögenswerte), abzüglich der Verbindlichkeiten (inkl. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen, sonstige Verbindlichkeiten und Rückstellungen durch Retouren)

Nettoumlaufvermögen (Net Working Capital)

in Mio. EUR	31.08.2021	28.02.2021
Kurzfristige Vermögenswerte exkl. Zahlungsmittel und (+) Zahlungsmitteläquivalente	374,5	301,0
Vorräte	243,5	199,6
Forderungen aLuL und gg. nahestehende Personen/Unternehmen sowie sonstige Forderungen	67,7	56,6
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	0,1	0,0
Sonstige nicht finanzielle Vermögenswerte	63,2	44,7
(-) Kurzfristige Schulden	421,2	314,1
Verbindlichkeiten aLuL und ggü. nahestehenden Personen/Unternehmen	305,5	209,7
Leasingverbindlichkeiten	4,0	3,2
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	50,3	52,7
Sonstige nicht finanzielle Verbindlichkeiten	55,9	46,0
Sonstige Rückstellungen	5,3	2,5
(=) Nettoumlaufvermögen	(46,7)	(13,2)

- 1 OECD Economic Outlook (2021) – Ausgabe 1
2 IMF World Economic Outlook (2021) – April

1.2.6 Mitarbeiter*innen

Zum 31. August 2021 waren, auf Vollzeitkräfte umgerechnet, 1.014 festangestellte Mitarbeiter*innen bei der ABOUT YOU Group beschäftigt. Dies entspricht einem Anstieg von 309 festangestellten Mitarbeiter*innen im Vergleich zum 28. Februar 2021 (705 festangestellte Mitarbeiter*innen).

1.3 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 neuen 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, die sich aus den jüngsten Covid-19-Lockerungen der pandemieeindämmenden politischen Maßnahmen ergeben, erschweren weiterhin die Genauigkeit langfristiger Prognosen und Vorhersagen. Entsprechend überwacht ABOUT YOU weiterhin detailliert das Kundenverhalten in den aktiven Märkten, um eine schnelle Reaktionsfähigkeit zu gewährleisten.

Während sich leichte Veränderungen in diesen politischen Maßnahmen ergeben haben (z.B. gelockerte Lockdowns), haben die im Risiko- und Chancenkapitel des Geschäftsberichts

2020/2021 identifizierten Risikokategorien weiterhin Bestand. Innerhalb der Risiko- und Chancenkategorien haben sich keine signifikanten Änderungen der Risiken bzw. von deren Höhe und Eintrittswahrscheinlichkeit ergeben, die zu neuen Top Risiken oder wesentlichen Risiken geführt hätten. Einige der im Geschäftsbericht 2020/2021 identifizierten Chancen werden bereits genutzt: so z.B. die Erschließung neuer geografischer Märkte wie z.B. Italien, Griechenland und Portugal.

1.4 PROGNOSEBERICHT

1.4.1 Künftige gesamtwirtschaftliche und branchenbezogene Situation

Global gesehen sind die Konjunkturaussichten nach wie vor ungewiss und hängen größtenteils von den weiteren Erfolgen der Impfkampagnen und einem möglichen Anstieg der Ausgaben privater Haushalte ab, was zu einer Senkung der Arbeitslosigkeit führen und gleichzeitig den kurzfristigen Inflationsdruck erhöhen könnte.¹ Die Abwärtsrisiken resultieren aus einer möglichen Ausbreitung neuer Virusvarianten, die den Wirtschaftsaufschwung verlangsamen und die Arbeitslosenrate in die Höhe treiben würden.

Gemäß Bericht des IWF bleiben die Wachstumsprognosen für die Weltwirtschaft gegenüber dem World Economic Outlook vom April 2021 unverändert bei 6,0% für 2021 und 4,9% für 2022.² Im Juli 2021 zeigte der aktuelle Bericht des IWF Unterschiede bei den Wachstumserwartungen in den Schwellen- und Entwicklungsländern auf.² Die Wachstumsprognosen für die Volkswirtschaften der Industrieländer sind seit April 2021 gestiegen

und reflektieren die Entwicklung der Covid-19-Pandemie in den einzelnen Ländern und die Einführung unterstützender öffentlicher Maßnahmen.¹ Der IWF prognostiziert einen Anstieg des Wachstums in Europa auf 4,6% im Jahr 2021, gegenüber einem Rückgang um 6,5% im Jahr 2020; für Deutschland wird ein Wirtschaftswachstum von 3,6% im Jahr 2021 prognostiziert, gegenüber einem Rückgang um 4,8% im Jahr 2020.¹

Auf globaler Ebene war der zunehmende Inflationsdruck vor allem auf die höheren Rohstoffpreise und die globalen Transportkosten zurückzuführen, die zu einer Erhöhung der jährlichen Inflation bei den Verbraucherpreisen in den G20-Ländern um etwa 1,5 Prozentpunkte führen dürften.² Zum Ende 2022 wird ein Rückgang der Verbraucherpreisinflation in den G20-Ländern auf 3,5% erwartet, gegenüber 4,5% zum Ende 2021.² Ferner wird erwartet, dass der Anstieg der Rohstoffpreise und der Transportkosten als Triebfeder für die Inflation nachlässt, da eine globale Ausweitung der Kapazitäten und eine Stabilisierung der Kosten zu beobachten sind.² Gleichwohl dürfte die Inflation weiterhin über dem Niveau vor der Pandemie liegen.²

Viele stationäre Einzelhändler und Online-Shops haben mit Unterbrechungen der Lieferkette zu kämpfen. Im Fremd- und Eigenmarkensortiment von ABOUT YOU kam es bisher zu keinen wesentlichen Störungen der Lieferkette; die Situation wird weiterhin genau durch interne Stellen beobachtet. Bisher rechnen nur wenige externe Marken mit Lieferverzögerungen, welche sich auf wenige Wochen (und nicht auf Monate) beschränken; dies kann durch das übrige

Online-Sortiment leicht kompensiert werden. Darüber hinaus kann ABOUT YOU als Discovery-Shopping-Plattform mit Personalisierungsmöglichkeiten die Ansichten individuell an die Kund*innen anpassen, um die Sichtbarkeit des unmittelbar verfügbaren Bestands zu erhöhen.

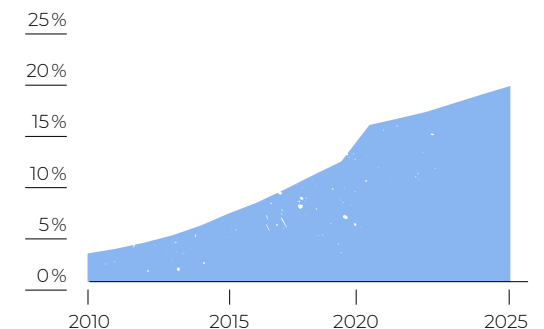
Was seine Eigenmarken betrifft, so bezieht das Unternehmen sein Sortiment global aus verschiedenen Ländern, und Vietnam und andere betroffene Regionen sind für die Lieferkette nicht entscheidend. Da die Own Labels von ABOUT YOU nur einen kleinen Anteil des Sortiments ausmachen, ist nur ein kleiner Anteil der Umsatzerlöse von höheren Frachtkosten betroffen. Das Unternehmen erwartet daher nicht, dass Probleme, die die Lieferkette betreffen, von signifikanter Bedeutung für den Konzern sein werden.

Was die Preiserhöhungen betrifft, so hat das Unternehmen keine nennenswerten Effekte auf die Sortimente externer Anbieter erlebt. Für die Own Labels gab es vereinzelte Preiserhöhungen im einstelligen Bereich, die von ABOUT YOU nicht an seine Kund*innen weitergegeben werden. Das Unternehmen überwacht steigende Preislevel von Markenpartnern unentwegt.

Insgesamt gesehen ist man sich einig, dass eine koordinierte und expansive Geldpolitik zu mehr Investitionen bei den Unternehmen führen würde, die angesichts des Wirtschaftsabschwungs und des Strukturwandels aufgrund der Pandemie für alle Länder notwendig sind.² In der Folge dürfte eine erhöhte Nachfrage den privaten Verbrauch ankurbeln und damit zu einem Rückgang der Ersparnisraten bei privaten Haushalten führen.²

Der steile Anstieg der Marktdurchdringung von Online-Angeboten aufgrund der Covid-19-Pandemie gehört zu den auffälligsten Merkmalen des weltweiten Strukturwandels. Staatlich auferlegte Beschränkungen und neue Gewohnheiten der Verbraucher haben dazu geführt, dass das für die nächsten fünf Jahre erwartete Wachstum der Marktanteile von Online-Shops bereits innerhalb eines Jahres stattgefunden hat.³ Euromonitor International erwartet, dass die Hälfte des absoluten Wertzuwachses im globalen Einzelhandel zwischen 2020 und 2025 auf die Digitalisierung zurückzuführen sein wird, da bis 2025 etwa 21% der Einzelhandelsprodukte über E-Commerce-Kanäle verkauft werden.

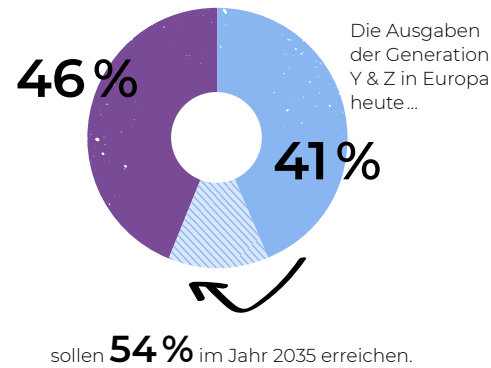
Anteil des produktbezogenen E-Commerce am Einzelhandel 2010–2025* (%)



Im Zentrum des durch die Covid-19-Pandemie beschleunigten Strukturwandels steht die Hauptzielgruppe von ABOUT YOU: Generation Y&Z. Diese Generationen dürften bald für den Großteil der Verbraucherausgaben in Europa stehen; es wird erwartet, dass der aktuelle Anteil dieser Alterskohorten von 41% bis 2035 auf 54% wachsen wird. Studien haben gezeigt, dass diese Käufergruppe eher zu Impulskäufen neigt und sich eher von

1 IMF World Economic Outlook (2021) – April
 2 OECD Economic Outlook (2021) – Ausgabe 1
 3 Euromonitor Passport (2021) – Retail in Transition: Capitalising on Future E-Commerce Opportunities
 4 Euromonitor International (2021) – Retailing, produktbezogener E-Commerce: Verkauf von Konsumgütern an die breite Öffentlichkeit über das Internet, einschließlich des Verkaufs über Mobiltelefone und Tablets, d. h. M-Commerce. E-Commerce umfasst Verkäufe über reine E-Commerce-Websites und über Websites von Einzelhändlern mit physischen Geschäften

Kaufverhalten der Generation Y & Z¹



¹ World Data Lab (2020), 5WPR 2020 Consumer Culture Report, wobei sich die Generationen Y & Z auf Menschen beziehen, die nach 1980 geboren wurden (einschließlich der Generation „Alpha“). Europa umfasst die Länder Albanien, Belgien, Bosnien und Herzegowina, Bulgarien, Dänemark, Deutschland, Estland, Finnland, Frankreich, Griechenland, Großbritannien, Irland, Island, Italien, Kosovo, Kroatien, Lettland, Litauen, Luxemburg, Mazedonien, Malta, Moldawien, Montenegro, Niederlande, Norwegen, Österreich, Polen, Portugal, Serbien, Rumänien, Russland, Schweden, Schweiz, Slowakei, Slowenien, Spanien, Tschechische Republik, Ukraine, Ungarn und Weißrussland. Die Verbraucherausgaben werden als Konsumausgaben privater Haushalte definiert; diese bilden den Marktwert aller von privaten Haushalten erworbenen Waren und Dienstleistungen ab (inkl. langlebiger Güter, aber ohne Wohnraum)

² World Data Lab (2020), 5WPR 2020 Consumer Culture Report, Studie enthält nur eine Stichprobe für die USA

³ Prozentsatz der jeweiligen Alterskohorte, die häufig Impulskäufe tätigt; 100% des blauen Balkens würden z.B. alle 18- bis 34-Jährigen anzeigen

⁴ Prozentuale Steigerung der Wirkung im Vergleich zu traditioneller Werbung; 100% des blauen Balkens würden z.B. alle 18- bis 34-Jährigen anzeigen

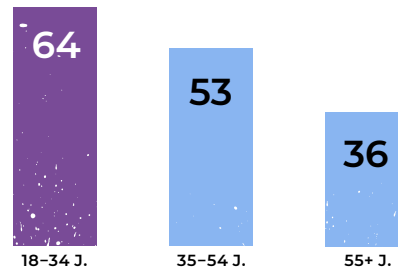
⁵ Euromonitor International (2021) – Retailing

⁶ Euromonitor Passport (2021) – Retail in Transition: Future E-Commerce Opportunities in Western Europe

⁷ Euromonitor (2021), Deutsche Bank *Prognosen von Euromonitor

⁸ Euromonitor Passport – Retail in Transition: Future E-Commerce Opportunities in Eastern Europe

Ausgabeverhalten der Generation Y&Z^{2,3,4} (%)

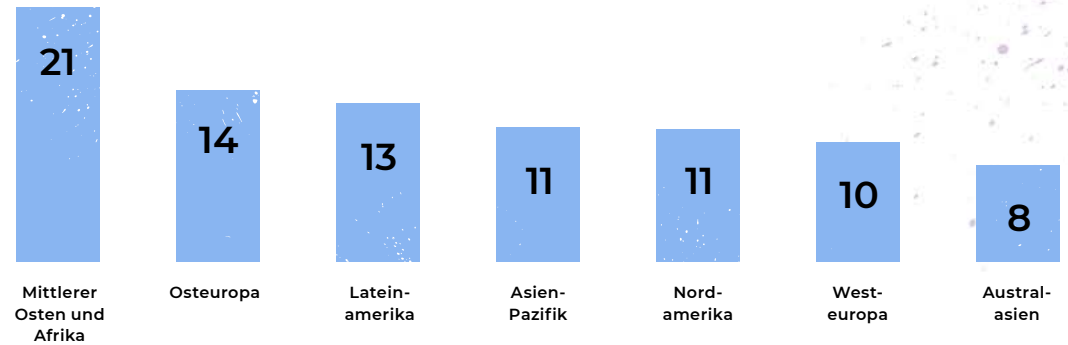


machen häufig Impulskäufe



werden von Influencern stärker beeinflusst als von klassischer Werbung

Durchschnittliche jährliche Wachstumsrate E-Commerce nach Region 2020–2025⁵ (% CAGR vom Einzelhandelspreis, exkl. MwSt., USD in Mio.)



Influencern beeinflussen lässt als ältere Generationen: ABOUT YOU ist damit die ideale Plattform zur Erfüllung dieser Bedürfnisse.

Innerhalb der Produktkategorien im E-Commerce-Segment wird erwartet, dass Bekleidung und Schuhe im Prognosezeitraum 2020 bis 2025 die stärkste Wachstumsrate aufweisen werden. Getrieben wird dies durch erhebliche Investitionen, die von den Einzelhändlern getätigt wurden, um das Kundenerlebnis beim Online-Shopping zu verbessern, und den Druck, dem der stationäre Einzelhandel bis zum ersten Quartal 2021/2022 ausgesetzt war.⁶ Der Online-Marktanteil von Bekleidung und Schuhen soll bis 2025 29% erreichen, da sich die Wachstumsraten nach dem Abklingen der Covid-19-Pandemie normalisieren werden, wobei das Wachstum nun von einem höheren Niveau aus fortgesetzt wird.⁷

Osteuropa wird bei der Betrachtung der Regionen von ABOUT YOU oft für eine großartige Geschäftsentwicklung in den letzten Jahren und seine vielversprechenden Aussichten hervorgehoben, und der E-Commerce-Sektor in der Region wächst weiter. Nach der zusätzlichen Dynamik durch die Pandemie hat sich die bereits positive Markterwartung für das Wachstum von E-Commerce in Osteuropa weiter verbessert. Gemäß den Prognosen wird der E-Commerce-Sektor in der Region zwischen 2020 und 2025 um USD 60 Mrd. wachsen und bis 2025 einen wertmäßigen Anteil von 14% am gesamten Einzelhandel erreichen.⁸ E-Commerce wird dabei 45% des absoluten Wertzuwachses im Einzelhandel in der Region ausmachen, wobei Russland und Polen den größten Beitrag leisten.⁸ Insgesamt wird für alle osteuropäischen Märkte im Prognosezeitraum von 2020 bis 2025 ein zweistelliges Wachstum bei konstanten Preisen erwartet.⁸

1.4.2 Prognose

Auf der Grundlage der im ersten Halbjahr erreichten Geschäftsergebnisse, der Fortschritte bei den strategischen Prioritäten und des anhaltend starken Kaufverhaltens der Kohorten hat das Unternehmen anlässlich der Veröffentlichung der vorläufigen Ergebnisse des zweiten Quartals 2021/2022 seine Umsatzprognose für das Geschäftsjahr 2021/2022 angehoben. Auf Konzernebene erwartet ABOUT YOU Umsatzerlöse von 1.725 bis 1.775 Mio. EUR (+48,0 bis 52,0% Wachstum im Vergleich zum Vorjahr). Es wird davon ausgegangen, dass das bereinigte EBITDA weiterhin bei -70,0 Mio. EUR liegen wird, da die erhöhten Umsatzerlöse in das Geschäft reinvestiert werden sollen.

In seiner vorherigen Prognose war das Unternehmen davon ausgegangen, dass es realistisch die obere Hälfte der prognostizierten Spanne von 1.630 bis 1.750 Mio. EUR Umsatzerlöse (+40,0 bis 50,0% Wachstum gegenüber dem Vorjahr) und ein bereinigtes EBITDA von ca. -70,0 Mio. EUR im Gesamtjahr erreichen würde.

Für das am 28. Februar 2022 endende Geschäftsjahr erwartet ABOUT YOU einen Gesamtinvestitionsaufwand in Höhe von ca. 34,0 Mio. EUR und geht weiterhin davon aus, dass das Nettoumlaufvermögen in Prozent vom Umsatz im niedrigen einstelligen Bereich negativ bleiben wird.

1.5 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 2021/2022 weiterhin in einer deutlich verbesserten wirtschaftlichen Lage mit einem signifikanten Geschäftswachstum befand.

KONZERN- GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

VOM 1. MÄRZ BIS 31. AUGUST 2021

2.1 Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

in Mio. EUR	Q2 2021/2022	Q2 2020/2021	H1 2021/2022	H1 2020/2021
Umsatzerlöse	395,6	258,0	817,7	513,2
Materialaufwand	(239,7)	(169,0)	(484,0)	(319,3)
Personalaufwand	(24,5)	(11,7)	(41,5)	(22,1)
Sonstige betriebliche Aufwendungen	(165,7)	(93,8)	(349,7)	(201,3)
Sonstige betriebliche Erträge	0,7	0,8	1,4	1,0
Andere aktivierte Eigenleistungen	3,8	2,8	7,7	5,0
Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)	(29,8)	(12,9)	(48,5)	(23,6)
Abschreibungen	(3,9)	(2,7)	(7,7)	(5,4)
Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)	(33,7)	(15,6)	(56,1)	(29,0)
Zinsergebnis	(1,4)	(0,1)	(3,4)	(0,1)
Sonstiges Finanzergebnis	0,2	0,4	1,0	(0,2)
Ergebnis vor Steuern (EBT)	(34,9)	(15,3)	(58,4)	(29,3)
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	(0,1)	(0,1)	(0,1)	(0,2)
Periodenergebnis	(35,0)	(15,4)	(58,5)	(29,5)
Ergebnis je Aktie (EPS) unverwässert [in EUR]	(0,21)	(0,11)	(0,38)	(0,21)
Ergebnis je Aktie (EPS) verwässert [in EUR]	(0,21)	(0,11)	(0,38)	(0,21)

KONZERN- GESAMTERGEBNIS- RECHNUNG

VOM 1. MÄRZ BIS 31. AUGUST 2021

2.2 Konzern-Gesamtergebnisrechnung

in Mio. EUR	Q2 2021/2022	Q2 2020/2021	H1 2021/2022	H1 2020/2021
Periodenergebnis	(35,0)	(15,4)	(58,5)	(29,5)
Posten, die in Folgeperioden erfolgswirksam umgegliedert werden	0,0	0,0	0,0	0,0
Posten, die in Folgeperioden nicht erfolgswirksam umgegliedert werden	0,0	0,0	0,0	0,0
Erfolgsneutral erfasste Erträge und Aufwendungen	0,0	0,0	0,0	0,0
Periodenergebnis/Gesamtergebnis	(35,0)	(15,4)	(58,5)	(29,5)

KONZERN- BILANZ

ZUM 31. AUGUST 2021

2.3 Aktiva

in Mio. EUR	31.08.2021	28.02.2021
Langfristige Vermögenswerte	66,0	48,3
Immaterielle Vermögenswerte	35,8	32,6
Nutzungsrechte	14,0	10,3
Sachanlagen	4,1	3,5
Finanzanlagen	2,8	1,9
Sonstige langfristige finanzielle Vermögenswerte	9,2	0,1
Kurzfristige Vermögenswerte	1.015,0	408,9
Vorräte	243,5	199,6
Forderungen aLuL und gg. nahestehende Personen/Unternehmen sowie sonstige Forderungen	67,7	56,6
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	0,1	0,0
Sonstige nicht finanzielle Vermögenswerte	63,2	44,7
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	640,6	107,9
Bilanzsumme	1.081,0	457,2

Passiva

in Mio. EUR	31.08.2021	28.02.2021
Eigenkapital	644,6	55,4
Gezeichnetes Kapital	186,2	4,3
Kapitalrücklage	928,8	463,0
Bilanzverlust	(470,4)	(411,8)
Langfristige Schulden¹	15,3	87,6
Leasingverbindlichkeiten	11,8	7,6
Langfristige Verbindlichkeiten ggü. nahestehenden Personen und Unternehmen	0,0	76,7
Latente Steuerschulden	3,5	3,4
Kurzfristige Schulden²	421,2	314,1
Verbindlichkeiten aLuL und ggü. nahestehenden Personen/Unternehmen	305,5	209,7
Leasingverbindlichkeiten	4,0	3,2
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	50,3	52,7
Sonstige nicht finanzielle Verbindlichkeiten	55,9	46,0
Sonstige Rückstellungen	5,3	2,5
Bilanzsumme	1.081,0	457,2

¹ Entspricht dem Posten „Langfristige Rückstellungen und Verbindlichkeiten“ des Konzernabschlusses zum 28.02.2021

² Entspricht dem Posten „Kurzfristige Rückstellungen und Verbindlichkeiten“ des Konzernabschlusses zum 28.02.2021

KONZERN- EIGENKAPITAL- ÜBERLEITUNG

VOM 1. MÄRZ BIS 31. AUGUST 2021

2.4 Konzern-Eigenkapitalüberleitung

in Mio. EUR	Gezeichnetes Kapital	Kapital- rücklage	Bilanzverlust	Summe Eigenkapital
Stand 01.03.2021	4,3	463,0	(411,8)	55,4
Periodenergebnis	0,0	0,0	(58,5)	(58,5)
Einlagen von Gesellschaftern	0,0	0,3	0,0	0,3
Veränderungen aus der Ausgabe von Aktien	181,9	455,5	0,0	637,3
Anteilsbasierte Vergütung	0,0	10,0	0,0	10,0
Stand 31.08.2021	186,2	928,8	(470,4)	644,6

in Mio. EUR	Gezeichnetes Kapital	Kapital- rücklage	Bilanzverlust	Summe Eigenkapital
Stand 01.03.2020	4,3	449,9	(351,9)	102,2
Periodenergebnis	0,0	0,0	(29,5)	(29,5)
Einlagen von Gesellschaftern	0,0	5,6	0,0	5,6
Entnahmen von Gesellschaftern	0,0	(4,1)	0,0	(4,1)
Stand 31.08.2020	4,3	451,4	(381,4)	74,2

KONZERN-KAPITALFLUSS-RECHNUNG

VOM 1. MÄRZ BIS 31. AUGUST 2021

2.5 Konzern-Kapitalflussrechnung

in Mio. EUR	Q2 2021/2022	Q2 2020/2021	H1 2021/2022	H1 2020/2021
Periodenergebnis	(35,0)	(15,4)	(58,5)	(29,5)
+ Abschreibungen	3,9	2,7	7,7	5,4
+ Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	0,1	0,1	0,1	0,2
+ Zinsergebnis	1,4	0,1	3,4	0,1
- Gezahlte Steuern	0,0	(0,1)	(0,0)	(0,2)
-/+ Zunahme / Abnahme der Vorräte	(51,4)	(43,4)	(43,8)	(24,4)
Zunahme / Abnahme der Forderungen aLuL und gg. nahestehenden Personen /				
-/+ Unternehmen sowie sonstige Forderungen	13,5	22,2	(11,1)	33,6
Zunahme / Abnahme der Verbindlichkeiten aLuL und ggü. nahestehenden				
+/- Personen / Unternehmen	38,7	38,5	95,8	44,4
Zunahme / Abnahme der sonstigen				
+/- Aktiva / Passiva	(2,0)	(16,3)	(8,1)	(15,7)
+ Nicht zahlungswirksame Aufwendungen	8,4	0,3	10,3	1,5
Cash-Flow aus der laufenden Geschäftstätigkeit	(22,4)	(11,3)	(4,4)	15,5
Auszahlungen für Investitionen in immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen	(4,6)	(3,3)	(9,1)	(5,4)
Auszahlungen für den Erwerb von Unternehmen	(0,4)	0,0	(0,9)	0,0
Auszahlungen / Tilgungen für Ausleihungen sowie Zinserträge	(3,2)	0,0	(9,2)	(0,1)
= Cash-Flow aus der Investitionstätigkeit	(8,2)	(3,3)	(19,2)	(5,5)
= Free Cash-Flow	(30,7)	(14,6)	(23,5)	10,0
+ Einzahlungen aus Eigenkapitalzuführungen	637,3	0,0	637,3	0,0
Einzahlungen / Auszahlungen aus Gesellschafterdarlehen	(75,0)	0,0	(75,0)	0,0
+ Einzahlungen von Gesellschaftern	0,0	4,5	0,0	8,6
- Auszahlungen an Gesellschafter	0,0	(4,5)	0,0	(8,6)
+/- Zahlungen aus Leasingverträgen	0,1	(0,9)	(1,1)	(1,8)
+/- Gezahlte Zinsen	(5,0)	(0,1)	(5,0)	(0,1)
= Cash-Flow aus der Finanzierungstätigkeit	557,5	(0,9)	556,2	(1,9)
+ Finanzmittelfonds am Anfang der Periode	113,7	86,0	107,9	62,4
Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelfonds	526,8	(15,6)	532,6	8,1
= Finanzmittelfonds am Ende der Periode	640,6	70,5	640,6	70,5

ANHANG ZUM VERKÜRZTEN KONZERN-ZWISCHEN- ABSCHLUSS

2.6.1 Allgemeine Angaben

Die Muttergesellschaft der ABOUT YOU Group hat im zweiten Halbjahr des aktuellen Geschäftsjahres ihre Rechtsform von einer deutschen Aktiengesellschaft (AG) in eine europäische Aktiengesellschaft (Societas Europaea, SE) im Wege der Verschmelzung durch Aufnahme des 100%igen Tochterunternehmens ABOUT YOU Tiger Holding AG, Wien, Österreich, als übertragendem Rechtsträger gewechselt. Die Verschmelzung und der Rechtsformwechsel wurden mit der Eintragung im Handelsregister des Amtsgerichts Hamburg am 16. September 2021 wirksam.

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 in Europa tätig ist.

Die ABOUT YOU Holding SE ist oberstes Mutterunternehmen der ABOUT YOU Group. Die ABOUT YOU Group umfasst neben dem Mutterunternehmen drei weitere Tochterunternehmen, die in den Konzern-Zwischenabschluss mit einbezogen werden.

Der verkürzte Konzern-Zwischenabschluss umfasst den Zeitraum vom 1. März 2021 bis zum 31. August 2021.

2.6.2 Aufstellungsgrundsätze

Der verkürzte und einer prüferischen Durchsicht unterzogene Konzern-Zwischenabschluss der ABOUT YOU Holding SE zum 31. August 2021 stimmt mit den International Financial Reporting Standards (IFRS), wie sie in der EU anzuwenden sind, 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 2021 zu lesen.

Die im Konzernabschluss zum 28. Februar 2021 angewandten Rechnungslegungsgrundsätze sowie Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden werden unverändert übernommen.

Aus der erstmaligen Anwendung geänderter IFRS-Rechnungslegungsstandards oder -Interpretationen im laufenden Geschäftsjahr ergaben sich, wie auch im Geschäftsbericht 2020/2021 erläutert, keine wesentlichen Einflüsse auf den verkürzten Konzern-Zwischenabschluss.

Der verkürzte Konzern-Zwischenabschluss wird in Euro aufgestellt.

Aufgrund von Rundungen ist es möglich, dass eine Addition von einzelnen Zahlen zur angegebenen Summe nicht genau möglich ist und dargestellte Prozentangaben nicht genau die Zahlen widerspiegeln, auf die sie sich beziehen.

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 niedrigpreisiger 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 Börsengang des Konzerns

Seit dem 16. Juni 2021 werden ABOUT YOU Aktien im regulierten Markt (Prime Standard) an der Frankfurter Wertpapierbörse gehandelt und wurden im September 2021 in den SDAX[®] aufgenommen.

Der Angebotspreis wurde am 14. Juni 2021 von der Gesellschaft auf 23,00 EUR festgelegt. Der Gesamtumfang des Angebots umfasste 842 Mio. EUR und beinhaltete die Platzierung von 28.571.429 neu ausgegebenen Inhaber-Stammaktien, 3.260.871 Inhaber-Stammaktien, die vom Management veräußert wurden, sowie die Option auf 4.774.845 Aktien durch Mehrzuteilungen. Zusätzlich wurden die bereits bestehenden Aktien zum Handel zugelassen.

Der Streubesitz betrug 21,0 % des ausstehenden Aktienkapitals (ohne Berücksichtigung von der Gesellschaft gehaltenen eigenen Aktien) inklusive der Mehrzuteilungsoption. Der endgültige Angebotspreis zum Zeitpunkt der Notierung entsprach einer Marktkapitalisierung der ABOUT YOU Group von 3,9 Mrd. EUR.

Die Aktien wurden den Investoren im Zeitraum vom 8. Juni 2021 bis zum 14. Juni 2021 in einer Preisspanne von 21,00 EUR bis 26,00 EUR zum Kauf angeboten. Die Ausgabe der Aktien erfolgte im Rahmen einer Privatplatzierung.

Der Gesellschaft flossen im Zuge des Börsengangs liquide Mittel in Höhe von 637,3 Mio. EUR nach Abzug der mit dem Börsengang zusammenhängenden Kosten zu.

Im H1 2021/2022 sind insgesamt Transaktionskosten im Rahmen des Börsengangs in Höhe von 33,5 Mio. EUR (H1 2020/2021: 0,0 Mio. EUR) angefallen, von denen 21,1 Mio. EUR (H1 2020/2021: 0,0 Mio. EUR) eigenkapitalreduzierend verbucht wurden.

Das Eigenkapital veränderte sich aufgrund der Ausgabe von Aktien um 637,3 Mio. EUR.

2.6.5 Segmentberichterstattung

Grundlagen

Die Segmentberichterstattung erfolgt entsprechend den Vorschriften des IFRS 8 nach dem Management Approach. Hiernach orientiert sich die Segmentberichterstattung an der internen Berichterstattung an die jeweiligen Hauptentscheidungssträger. 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 Suite (Tech), Brand and Advertising Solutions (Media) und 360°-Services entlang der E-Commerce-Wertschöpfungskette des Unternehmens sowie sonstige umsatzgenerierende Dienstleistungen und Geschäftsfelder (Enabling).

Segmentinformationen

Grundsätzlich werden die Segmentdaten auf der Grundlage der im Konzernabschluss angewandten Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden ermittelt und enthalten somit auch inter-segmentäre Beziehungen. Die Umsatzerlöse des 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. Das bereinigte EBITDA entspricht dabei dem um Sondereffekte bereinigten Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen.

Die Bereinigungen in Höhe von insgesamt 23,0 Mio. EUR im ersten Halbjahr des Geschäftsjahres umfassen nicht operative Einmaleffekte in Höhe von 13,0 Mio. EUR im

Rahmen des Börsengangs sowie die Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütungen in Höhe von 10,0 Mio. EUR. Diese Kosten wurden bei der Berechnung des bereinigten EBITDA herausgerechnet. Im Vorjahr wurden unterjährig keine Bereinigungen im EBITDA vorgenommen.

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

in Mio. EUR	Q2 2021/2022	Q2 2020/2021	H1 2021/2022	H1 2020/2021
ABOUT YOU DACH	197,4	138,7	415,6	310,3
ABOUT YOU RoE	162,9	108,5	349,0	193,5
TME	39,5	14,1	74,0	28,7
Überleitung	(4,2)	(3,2)	(20,9)	(19,3)
Umsatzerlöse	395,6	258,0	817,7	513,2

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

in Mio. EUR	Q2 2021/2022	Q2 2020/2021	H1 2021/2022	H1 2020/2021
ABOUT YOU DACH	7,8	8,6	25,1	16,1
ABOUT YOU RoE	(24,4)	(17,6)	(57,8)	(35,3)
TME	6,1	(1,1)	10,7	(0,5)
Überleitung	(2,5)	(2,8)	(3,5)	(3,9)
Bereinigtes EBITDA	(13,1)	(12,9)	(25,4)	(23,6)
Bereinigungen	(16,7)	0,0	(23,0)	0,0
EBITDA	(29,8)	(12,9)	(48,5)	(23,6)

2.6.6 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:

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

in Mio. EUR	Kategorie gemäß IFRS 9 ¹	31.08.2021	28.02.2021
Aktiva			
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	AC	640,6	107,9
Forderungen aLuL und gg. nahestehende Personen/Unternehmen sowie sonstige Forderungen	AC	67,7	56,6
Finanzanlagen	FVTPL	2,8	1,9
Sonstige langfristige finanzielle Vermögenswerte	AC	9,2	0,1
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	AC	0,1	0,0
Passiva			
Verbindlichkeiten aLuL und ggü. nahestehenden Personen/Unternehmen	AC	305,5	209,7
Langfristige Verbindlichkeiten ggü. nahestehenden Personen und Unternehmen	AC	0,0	76,7
Langfristige Leasingverbindlichkeiten	AC	11,8	7,6
Leasingverbindlichkeiten	AC	4,0	3,2
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	AC	50,3	52,7

¹ AC: Fortgeführte Anschaffungskosten (Amortised Costs)
FVTPL: Fair Value through Profit and Loss

2.6.7 Beziehungen zu nahestehenden Personen und Unternehmen und Gesellschaftern

Als nahestehende Personen und Unternehmen gemäß IAS 24 gelten für ABOUT YOU die Personen und Unternehmen, die ABOUT YOU beherrschen bzw. einen maßgeblichen Einfluss auf ABOUT YOU 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 insbesondere auf Basis der Aufsichtsratsbesetzung der ABOUT YOU Holding SE als zu konsolidierendes Tochterunternehmen einstuft.

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

Ferner sind die Aktieselskabet af 5.5.2010 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 Geschäfte wurden wie unter fremden Dritten abgeschlossen.

Die Gesamtbezüge der Geschäftsführung der ABOUT YOU Group betrugen im Berichtszeitraum 3,0 Mio. EUR (H1 2020/2021: 0,4 Mio. EUR). Davon sind 0,5 Mio. EUR (H1 2020/2021: 0,4 Mio. EUR) kurzfristig fällig, während 2,5 Mio. EUR (H1 2020/2021: 0,0 Mio. EUR) im Rahmen von LTI-Management-Programmen langfristig fällig sind.

ABOUT YOU hat Güter in Höhe von 71,1 Mio. EUR (H1 2020/2021: 45,4 Mio. EUR) von nahestehenden Unternehmen eingekauft. Bei den Gütern handelt es sich im Wesentlichen um Waren, die für den Weiterverkauf erstanden wurden. Darüber hinaus wurden Dienstleistungen im Wert von 62,9 Mio. EUR (H1 2020/2021: 70,2 Mio. EUR) von nahestehenden Unternehmen bezogen. Die bezogenen Dienstleistungen umfassen vor allem Logistik- und Servicedienstleistungen. Für nahestehende Unternehmen wurden im Berichtszeitraum Dienstleistungen in Höhe von 21,2 Mio. EUR (H1 2020/2021: 3,3 Mio. EUR) erbracht.

Gegen nahestehende Personen und Unternehmen bestehen kurzfristige Forderungen in Höhe von 4,3 Mio. EUR (H1 2020/2021: 5,2 Mio. EUR). Gleichzeitig bestehen kurzfristige Verbindlichkeiten gegenüber nahestehenden Personen und Unternehmen in Höhe von 53,4 Mio. EUR (H1 2020/2021: 32,0 Mio. EUR).

In H1 2021/2022 wurden im Rahmen des Media4Equity-Programms Transaktionen mit Gesellschaftern im gesamten Umfang von 0,3 Mio. EUR (H1 2020/2021: 1,5 Mio. EUR) vorgenommen, die die Kapitalrücklage des Konzerns um diesen Betrag erhöhten.

Ferner hat ABOUT YOU Güter in Höhe von 23,8 Mio. EUR (H1 2020/2021: 13,4 Mio. EUR) von Gesellschaftern eingekauft, wobei es sich im Wesentlichen um Ware für den Weiterverkauf handelt. Darüber hinaus wurden Dienstleistungen im Wert von 18,3 Mio. EUR (H1 2020/2021: 13,6 Mio. EUR) von Gesellschaftern bezogen. Bei den bezogenen Dienstleistungen geht es im Wesentlichen um Logistik-Dienstleistungen. Für Gesellschafter wurden im Berichtszeitraum Dienstleistungen in Höhe von 9,8 Mio. EUR (H1 2020/2021: 0,7 Mio. EUR) erbracht.

Mit den Gesellschaftern der ABOUT YOU Holding SE bestanden zum 28. Februar 2021 Darlehensbeziehungen in Höhe von 75,0 Mio. EUR, die einer vor dem Börsengang marktüblichen Verzinsung von 10% p.a. unterlagen. Das Darlehen wurde im Juli 2021 vollständig getilgt. Im Zuge der Tilgung wurden 4,4 Mio. EUR Zinsen gezahlt.

Gegen Gesellschafter bestehen kurzfristige Forderungen in Höhe von 1,8 Mio. EUR (H1 2020/2021: 0,0 Mio. EUR). Gleichzeitig bestehen kurzfristige Verbindlichkeiten gegenüber Gesellschaftern in Höhe von 32,6 Mio. EUR (H1 2020/2021: 18,2 Mio. EUR).

2.6.8 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.

2.6.9 Angaben gemäß § 160 AktG

Eigene Aktien

Die ABOUT YOU Holding SE hielt zum Stichtag des Konzern-Zwischenabschlusses 15.758.072 eigene Aktien, aus denen ihr gemäß § 71b AktG keine Rechte zustehen.

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.

Bis kurz vor der Privatplatzierung im Rahmen des Börsengangs verfügte die ABOUT YOU Holding SE über zwei getrennte Klassen von Aktien (A- und B-Aktien), die sich im Umlauf befanden. Vor der Privatplatzierung wurden die B-Aktien in einem dreistufigen Verfahren abgeschafft.

Zunächst wurde das Aktienkapital der Gesellschaft aus den Mitteln der Gesellschaft ohne Ausgabe neuer Aktien erhöht, was zu einer Erhöhung des fiktiven Betrags des Aktienkapitals der Gesellschaft führte, der auf die bestehenden Aktien entfällt.

Zweitens wurden alle B-Aktien in A-Aktien umgewandelt, und mit Wirkung der Umwandlung übertrugen die Altaktionäre der Gesellschaft entschädigungslos eine bestimmte Anzahl von Aktien der Gesellschaft, die im Voraus auf der Grundlage vertraglicher Vereinbarungen berechnet wurde. Die meisten der übertragenen Aktien wurden anschließend von der Gesellschaft eingezogen, was zu einer Verringerung der Gesamtzahl der Aktien und einer entsprechenden Erhöhung des rechnerischen Betrags des Grundkapitals der Gesellschaft führte, und 15.758.072 Aktien wurden als eigene Aktien einbehalten.

Drittens führte die Gesellschaft einen Aktiensplit durch, ohne dass sich das Grundkapital der Gesellschaft änderte, was zu einem rechnerischen Anteil am Grundkapital der Gesellschaft von 1,00 EUR je Aktie führte.

Am 14. Juni 2021, unmittelbar im Anschluss an die Festlegung des Platzierungspreises für das Private Placement, fanden Ausgleichsmaßnahmen in Form von Aktienübertragungen zwischen den Mitgliedern des Vorstands

einerseits und den übrigen Pre-Private-Placement-Aktionären andererseits statt. Insgesamt wurden 1.726.725 Aktien von den Vorstandsmitgliedern auf die übrigen Pre-Private-Placement-Aktionäre übertragen.

Genehmigtes Kapital

Der Vorstand ist ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats das Grundkapital der Gesellschaft bis zum 30. Mai 2026 (einschließlich) gegen Bar- und/oder Sacheinlagen einmalig oder mehrmals um insgesamt bis zu 78.791.000,00 EUR durch Ausgabe neuer auf die Inhaber*innen lautender Stückaktien zu erhöhen (Genehmigtes Kapital 2021).

Bedingtes Kapital

Das Grundkapital der Gesellschaft ist um bis zu insgesamt 75.480.000,00 EUR durch Ausgabe von bis zu insgesamt 75.480.000 neuen auf die Inhaber*innen lautenden Stückaktien bedingt erhöht (Bedingtes Kapital 2021/II). Das Bedingte Kapital 2021/II dient der Gewährung von Aktien an Inhaber*innen bzw. Gläubiger*innen von Wandelschuldverschreibungen sowie an Inhaber*innen von Optionsrechten aus Optionsschuldverschreibungen, die aufgrund Ermächtigung gemäß Beschluss der Hauptversammlung der ABOUT YOU Holding SE vom 31. Mai 2021 bis zum 30. Mai 2026 (einschließlich) von der Gesellschaft oder einem in- oder ausländischen

Unternehmen, an dem die Gesellschaft unmittelbar oder mittelbar mit der Mehrheit der Stimmen und des Kapitals beteiligt ist, ausgegeben werden. Die bedingte Kapitalerhöhung wird nur durchgeführt, soweit von den Wandlungs- oder Optionsrechten aus den vorgenannten Schuldverschreibungen tatsächlich Gebrauch gemacht wird oder Wandlungspflichten aus solchen Schuldverschreibungen erfüllt werden und soweit nicht andere Erfüllungsformen zur Bedienung eingesetzt werden.

2.6.10 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.

Ergebnis je Aktie (EPS) unverwässert

	Q2 2021/2022	Q2 2020/2021	H1 2021/2022	H1 2020/2021
Anteilseigner*innen zuzurechnendes Periodenergebnis (in Mio. EUR)	(35,0)	(15,4)	(58,5)	(29,5)
Unverwässerte gewichtete durchschnittliche Aktienanzahl (in Mio. Stück)	166,4	141,5	154,1	141,5
Gesamt	(0,21)	(0,11)	(0,38)	(0,21)

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.

Ergebnis je Aktie (EPS) verwässert

	Q2 2021/2022	Q2 2020/2021	H1 2021/2022	H1 2020/2021
Anteilseigner*innen zuzurechnendes Periodenergebnis (in Mio. EUR)	(35,0)	(15,4)	(58,5)	(29,5)
Verwässerte gewichtete durchschnittliche Aktienanzahl (in Mio. Stück)	166,4	141,5	154,1	141,5
Gesamt	(0,21)	(0,11)	(0,38)	(0,21)

2.7 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, 4. November 2021

Der Vorstand

TAREK MÜLLER

HANNES WIESE

SEBASTIAN BETZ

2.8 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 2021, 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. November 2021

KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

HAGENMÜLLER
WIRTSCHAFTSPRÜFERIN

RIENECKER
WIRTSCHAFTSPRÜFERIN

GLOSSAR

1P

Teil des hybriden Geschäftsmodells, das unser eigenes Inventar umfasst

3P

Teil des hybriden Geschäftsmodells mit Fremdbestand von Drittanbietern

ABOUT YOU COMMERCE

Handelsgeschäfte im ABOUT YOU Online-Shop mit Endkunden über unsere Website und App setzen sich aus den beiden Segmenten ABOUT YOU DACH und ABOUT YOU RoE zusammen

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

AKTIVE KUND*INNEN

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

ANTEIL DER USER SESSIONS ÜBER MOBILE ENDGERÄTE (IN %)

Anteil der Site-Visits über mobile Endgeräte (in % der Site-Visits) als alle Site-Visits, die über ein mobiles Gerät, wie z. B. ein Smartphone, durchgeführt werden geteilt durch die Gesamtanzahl der Seitenaufrufe in dem betreffenden Zeitraum

ANZAHL BESTELLUNGEN

Anzahl der Bestellungen als die Anzahl der Kund*innenbestellungen, die innerhalb der letzten zwölf Monate erteilt wurden

DURCHSCHNITTliche WARENKORBGRÖSSE (AOV)

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

APM

Leistungsindikatoren

BENE

Belgien und die Niederlande

BEREINIGTES EBIT

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

BEREINIGTES EBITDA

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

CAC

Kosten zur Kundenakquirierung

CAGR

Durchschnittliche jährliche Wachstumsrate, welche die durchschnittliche jährliche Wachstumsrate für jedes Jahr des relevanten Zeitraums angibt

CAPEX

Auszahlungen für Investitionen in das Sachanlagevermögen und in immaterielle Vermögenswerte ohne Auszahlungen für den Erwerb von Unternehmen

CEE

Mittel- und Osteuropa

COOPS

Zusammenarbeit mit Influencern, Prominenten und Marken

DURCHSCHNITTliche BESTELLUNGEN PRO AKTIVEN KUND*INNEN

Anzahl aller Bestellungen geteilt durch die Anzahl aktiver Kund*innen

EBIT

Ergebnis vor Zinsen und Steuern

EBITDA

Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen

EBIT-MARGE

Verhältnis von EBIT zum Umsatz

EBITDA-MARGE

Verhältnis von EBITDA zum Umsatz

ENABLING

ABOUT YOUs Enabling-Services für Markenpartner, einschließlich E-Commerce-Operations und Marketing-Services-Dienstleistungen als Teil von TME

ESG

Umwelt-, Sozial- und Governance-Aspekte

FREI VERFÜGBARER 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 (d.h. Menschen, die zwischen den frühen 1980er und den mittleren bis späten 1990er Jahren geboren sind) Generation Z (d.h. Menschen, die zwischen Mitte bis Ende der 1990er und Anfang der 2000er Jahre geboren sind)

GMV

Bruttowarenvolumen, d. h. Wert aller an Kund*innen durch ABOUT YOU verkauften Waren inkl. Mehrwertsteuer nach Stornierungen und Rücksendungen

LTV

Kundenwert

MEDIA

Medienlösungen von ABOUT YOU, die verschiedene Online- und Offline-Werbeformate für Partner umfassen als Teil von TME

NETTOUMLAUFVERMÖGEN (NET WORKING CAPITAL)

Summe aus Vorräten, Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, abzüglich der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und ähnlichen Schulden

SEU

Südeuropa, d.h. Spanien, Italien, Frankreich, Griechenland und Portugal

TECH

E-Commerce-Technologielösungen von ABOUT YOU, die Dritten als Software-as-a-Service angeboten werden als Teil von TME

TME

Dienstleistungsangebot, das E-Commerce-Technologie, Medienformate und andere unterstützende Lösungen umfasst

USER SESSIONS

Alle Sessions in allen Ländern, exklusive Sessions ohne Interaktion

IMPRESSUM

KONTAKT

ABOUT YOU Holding SE
Domstraße 10
20095 Hamburg
Deutschland
Tel.: +49 40 638 569 – 0
E-Mail: info@aboutyou.de
<https://corporate.aboutyou.de/de/>

INVESTOR RELATIONS

Julia Stötzel
Head of Investor Relations & Communications
Tel.: +49 40 638 569 – 359
E-Mail: ir@aboutyou.com

DESIGN UND SATZ

IR-ONE AG & Co., Hamburg
www.ir-one.de

FINANZKALENDER

09.–12.11.2021	H1 2021/2022 Management Roadshow (Virtuell)
10.11.2021	European Virtual Conference (UBS)
17.11.2021	European TMT Conference & Fireside Chat (Morgan Stanley)
18.11.2021	Consumer and Retail Conference (Bank of America)
11.01.2022	Q3 2021/2022 Quartalsmitteilung
29.03.2022	GJ 2021/2022 Vorläufige Ergebnisse
24.05.2022	GJ 2021/2022 Geschäftsbericht
23.08.2022	GJ 2021/2022 Hauptversammlung

HAFTUNGSAUSSCHLUSS

Diese Veröffentlichung stellt weder ein Angebot zum Verkauf noch eine Aufforderung zum Kauf von Wertpapieren dar.

Bestimmte Aussagen können „zukunftsgerichtete Aussagen“ darstellen, die eine Reihe von Risiken und Ungewissheiten beinhalten. Zukunftsgerichtete Aussagen sind im Allgemeinen an der Verwendung der Worte „können“, „werden“, „sollten“, „planen“, „erwarten“, „antizipieren“, „schätzen“, „glauben“, „beabsichtigen“, „projizieren“, „Ziel“ oder „anvisieren“ oder der Verneinung dieser Worte oder anderer Variationen dieser Worte oder vergleichbarer Terminologie erkennbar. Zukunftsgerichtete Aussagen beruhen auf Annahmen, Prognosen, Schätzungen, Projektionen, Meinungen oder Plänen, die von Natur aus mit erheblichen Risiken sowie Ungewissheiten

und Eventualitäten behaftet sind, die sich ändern können. Die ABOUT YOU Holding SE übernimmt keine Gewähr dafür, dass die in die Zukunft gerichteten Aussagen erreicht werden oder sich als richtig erweisen. Die tatsächliche zukünftige Geschäfts-, Finanz- und Ertragslage sowie die Aussichten können wesentlich von den in den zukunftsgerichteten Aussagen enthaltenen Prognosen abweichen. Weder die ABOUT YOU Holding SE noch die mit ihr verbundenen Unternehmen übernehmen eine Verpflichtung zur Aktualisierung der in dieser Mitteilung enthaltenen zukunftsgerichteten Aussagen oder anderen Informationen, sei es aufgrund neuer Informationen, zukünftiger Ereignisse oder aus anderen Gründen, und erwarten auch nicht, diese öffentlich zu aktualisieren oder zu revidieren, sofern dies nicht gesetzlich vorgeschrieben ist.



ABOUT | YOU[©]

ABOUT YOU HOLDING SE
DOMSTRASSE 10
20095 HAMBURG, DEUTSCHLAND