



fashionette®

GESCHÄFTSBERICHT
2020

FASHIONETTE

Kennzahlen

NICHT FINANZIELLE LEISTUNGSINDIKATOREN	2020	2019	Δ
Seitenaufufe (in tausend)	39.833	27.292	46,0 %
Mobile Seitenaufufe (Anteil in %)	81,8 %	77,3 %	5,8 %
Anzahl der Bestellungen (in tausend)	608	417	45,6 %
Durchschnittlicher Warenkorb (in EUR)	261	306	-14,7 %
Aktive Kund*innen (in tausend, LTM)	357	239	49,4 %
Neukund*innen (in tausend)	240	147	63,3 %
Anzahl Mitarbeiter*innen (Durchschnitt) davon Werkstudent*innen 38 (2019: 33)	148	136	8,8 %

FINANZIELLE LEISTUNGSINDIKATOREN	2020	2019	Δ
Nettoumsatzerlöse (in tausend EUR)	94.812	73.160	29,6 %
Bruttoergebnis (in tausend EUR)	37.514	29.894	25,5 %
Bruttoergebnismarge (Anteil in %)	39,6 %	40,9 %	-1,3 PP
EBITDA berichtet (in tausend EUR)	5.881	6.771	-13,1 %
EBITDA-Marge berichtet (Anteil in %)	6,2 %	9,3 %	-3,1 PP
EBITDA bereinigt (in tausend EUR)	8.894	7.146	24,5 %
EBITDA-Marge bereinigt (Anteil in %)	9,4 %	9,8 %	-0,4 PP
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit (in tausend EUR)	5.241	1.843	>100 %
Finanzmittelfonds am Ende der Periode (in tausend EUR)	31.829	-6.273	>100 %



fashionette ist eine führende europäische datengetriebene Online-Plattform für Premium- und Luxus-Modeaccessoires wie Handtaschen, Schuhe, Sonnenbrillen, Uhren und Schmuck. Seit ihrer Gründung im Jahr 2008 hat fashionette eine marktführende Markenbekanntheit für Premium- und Luxushandtaschen in ihrem Kernmarkt Deutschland aufgebaut. Der Schwerpunkt von fashionette liegt darin, den personalisierten Online-Einkauf von Premium- und Luxus-Modeaccessoires für alle Kund*innen in Europa zugänglich zu machen. Weitere Informationen über fashionette finden Sie auf den Webseiten von fashionette unter corporate.fashionette.com (Corporate Website) und fashionette.com (Online-Shop).

Über
FASHIONETTE

INHALT

01

Unternehmen und Aktie

Brief des Vorstands	01
Der Vorstand	04
Strategische Positionierung und Ziele	06
fashionette am Kapitalmarkt	08
Nachhaltigkeit bei fashionette	13
Bericht des Aufsichtsrats	24
Der Aufsichtsrat	29



02

Lagebericht

Grundlagen des Unternehmens	32
Wirtschaftsbericht	36
Chancen- und Risikobericht	43
Prognosebericht	47

03

Abschluss

Bilanz	52
Gewinn- und Verlustrechnung	54
Kapitalflussrechnung	55
Entwicklung des Anlagevermögens	56
Eigenkapitalveränderungsrechnung	57
Anhang	58



04

Weitere Informationen

Versicherung der gesetzlichen Vertreter	70
Bestätigungsvermerk	71
Finanzkalender	76
Impressum	77



UNTERNEHMEN
UND AKTIE

01

Unternehmen und Aktie

Brief des Vorstands	01
Der Vorstand	04
Strategische Positionierung und Ziele	06
fashionette am Kapitalmarkt	08
Nachhaltigkeit bei fashionette	13
Bericht des Aufsichtsrats	24
Der Aufsichtsrat	29

Brief des VORSTANDS

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,
liebe Geschäftspartnerinnen und Geschäftspartner,
liebe Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von fashionette,

im Jahr 2020 mussten wir uns durch die COVID-19-Pandemie ganz besonderen Herausforderungen stellen. Selbstverständlich stand dabei die Gesundheit unserer Mitarbeiter*innen und deren persönliches Umfeld immer im Fokus. Ich bin sehr stolz, dass wir als Unternehmen extrem schnell und agil auf die Herausforderungen reagiert haben, zum Beispiel mit einem dezidierten Hygienekonzept. Dass wir als Team diese Herausforderungen nicht nur gemeistert, sondern unsere operativen Ziele übertroffen haben, erfüllt mich umso mehr mit Stolz!

2020 war eines der wichtigsten Jahre in der Geschichte von fashionette, denn durch den erfolgreichen Börsengang werden wir nun nicht nur im deutschsprachigen Raum, sondern auch international noch stärker als führende europäische datengesteuerte Online-Plattform für Premium- und Luxus-Modeaccessoires wahrgenommen. Das ist ein großer Ansporn und gleichzeitig eine immense Verantwortung, uns nicht auf den Lorbeeren des Erreichten auszuruhen. Die Börsennotierung ist die Chance, unsere einzigartige Online-Plattform noch schneller wachsen zu lassen. Seit der Gründung 2008 hat sich unsere Marke überzeugend etabliert und gehört heute zu den beliebtesten Online-Shops für Designer-Handtaschen im deutschsprachigen Raum. Mit rund 14.000 Produkten von mehr als 180 internationalen Marken verfügt fashionette über eines der relevantesten Sortimente im Markt. Das Käuferlebnis unserer Kund*innen steht bei fashionette im Fokus. Wir bieten nicht nur das, was sie suchen, sondern ebenso Ideen zur Kombination mit weiteren Fashionprodukten, um den perfekten Look zu finden oder zu ergänzen. Das personalisierte Einkaufserlebnis und unsere kuratierte Produktauswahl durch unsere selbstentwickelte Online-Plattform machen den Unterschied.

Im Gesamtjahr 2020 erwirtschaftete die fashionette AG einen Nettoumsatz von EUR 95 Mio. gegenüber EUR 73 Mio. im Vorjahr. Das entspricht einem Anstieg von rund 30 %. Insbesondere das Neukund*innenwachstum stieg 2020 signifikant um 63 % und führte zu einer sehr positiven Entwicklung der aktiven Kund*innenbasis von fashionette, die im Geschäftsjahr 2020 um 49 % gegenüber dem Vorjahr zulegen konnte. Außerhalb unserer Kernmärkte Deutschland, Österreich und der Schweiz (DACH) konnten wir im Gesamtjahr ein signifikantes Wachstum von 72 % gegenüber dem

Vorjahr erzielen. Der Erfolg in Frankreich, Großbritannien und Italien sowie den Niederlanden und Schweden zeigt das große internationale Expansionspotenzial von fashionette. Unser Ziel ist klar: Wir wollen die führende Online-Plattform für Premium- und Luxus-Modeaccessoires in ganz Europa werden.

Die operative Gewinnmarge erreichte auf bereinigter EBITDA-Basis über 9 %. Unter dem Strich sind wir auch mit Blick auf das Nettoergebnis profitabel. Damit heben wir uns im Peer-Group-Vergleich ab.

Gleichzeitig steigern wir die Effizienz unserer Prozesse durch den weiteren Ausbau unserer Plattform. Sie ist konsequent auf Skalierung ausgelegt. Dadurch konnten wir im vergangenen Jahr unser Produktsortiment nahezu verdoppeln. Der Erfolg unserer proprietären, datengesteuerten Online-Plattform zeigt sich auch in der Diversifikation auf Produktebene. Basierend auf unserem datengestützten personalisierten Beratungsansatz ist es uns 2020 gelungen, den Umsatzanteil von Produkten außerhalb der Hauptkategorie Handtaschen von 28,9 % im Vorjahr auf 37,9 % zu steigern.

Mit dem im Geschäftsjahr 2020 gezeigten Wachstum haben wir unsere ambitionierten Ziele übertroffen. Mit unserem innovativen Ansatz bewegen wir uns in einem dynamisch wachsenden Markt. Die für uns bedeutenden Segmente Handtaschen, Luxus-Lederwaren, Luxus-Schuhe und Luxus-Brillen sollen Marktforschern zufolge in Europa zwischen 2020 und 2025 pro Jahr bis zu 17 % zulegen. Im Online-Handel ist das Premium- und Luxussegment dabei noch deutlich unterrepräsentiert und bietet damit kurz- und mittelfristig ein stark anhaltendes Wachstumspotenzial.

Das Zusammenspiel zwischen unserer bereits erfolgreichen, proprietären Technologieplattform und der finanziellen Flexibilität durch den Börsengang bietet uns exzellente Rahmenbedingungen, um die Skalierung von fashionette noch stärker voranzutreiben. Wir rechnen damit, dass wir weiter von der beschleunigten Verschiebung des stationären Einzelhandels hin zum E-Commerce im europäischen Markt-Segment für Premium- und Luxus-Modeaccessoires profitieren werden. Somit ist das Timing für unsere Expansionspläne perfekt. Es ist unser klares Ziel, Europas führende Online-Plattform für hochwertige Modeaccessoires im Premium- und Luxussegment zu werden und schneller als der Markt zu wachsen.

Unsere Wachstumsstrategie fußt auf drei Säulen. Wir wollen unsere geografische Expansion sowie den Ausbau unseres Produktsortiments in bestehende und verwandte Produktkategorien sowohl durch organisches Wachstum als auch durch selektive Akquisitionen weiter vorantreiben. Hinsichtlich unserer Sortimentserweiterung planen wir im laufenden Geschäftsjahr die Einführung einer wettbewerbsfähigen Auswahl an Schönheits- und Pflegeprodukten, um von Cross-Selling-Möglichkeiten zu profitieren. Zudem gehen wir 2021 den nächsten Entwicklungsschritt, indem wir unser datengesteuertes Geschäftsmodell auf weitere Prozesse anwenden. Ziel ist es, die Abläufe noch

effizienter aufzustellen und gleichzeitig unseren Kund*innen ein personalisiertes und außergewöhnliches Einkaufserlebnis zu bieten, das sie in dieser Form nur bei fashionette haben.

Bei unserem unternehmerischen Handeln ist uns Nachhaltigkeit gerade im E-Commerce sehr wichtig. Wir haben uns von Plastikgriffen und anderen nicht-recyclbaren Versandkartonagen verabschiedet, um eine umweltschonendere Lösung für die Lieferung der Produkte anzubieten. Bereits seit Dezember 2019 setzen wir eine zu 100 % wiederverwendbare Verpackung mit einer selbstklebenden Funktion ein, die FSC zertifiziert ist und das RESY Siegel trägt. FSC® (Forest Stewardship Council) steht für eine umweltschonende, sozialverträgliche und ökonomisch tragfähige Bewirtschaftung der Wälder und garantiert, dass Papierprodukte mit diesem Siegel aus verantwortungsvoll bewirtschafteten Wäldern stammen. Dazu können die Kartonagen für Retouren direkt wiederverwendet werden, ohne zusätzliches Klebeband. RESY ist eine Abkürzung für Recycling-System und steht für die Recyclingfähigkeit von Kartonagen aus Pappe. Die Partner des Systems führen Kartonagen mit diesem Symbol der Entsorgung und Wiederverwertung zu. Außerdem beteiligen wir uns an der Reduzierung von Treibhausgas-Emissionen, indem wir viele unserer Produkte mit DHL „GoGreen“, also CO₂-neutral, versenden.

Im Fokus aller Aktivitäten stand und steht immer die Gesundheit unserer Mitarbeiter*innen, unseres Teams. Wir haben schnell und flexibel auf die Corona-bedingten Herausforderungen reagiert, praktikable Lösungen gefunden und ein dezidiertes Hygienekonzept entwickelt und umgesetzt.

2020 war ein intensives und gleichzeitig ein großartiges Jahr für fashionette. Nur durch die Zusammenarbeit als Team war es möglich, eine solche Leistung zu erbringen und das Geschäftsjahr erfolgreich zu gestalten. Daher gilt mein Dank insbesondere unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für ihr leidenschaftliches Engagement. Ihnen, werte Aktionärinnen und Aktionäre danke ich für das in uns gesetzte Vertrauen.

Wir gehen mit Zuversicht und Dynamik in das laufende Jahr. Unser signifikantes internationales Wachstum unterstreicht das große Expansionspotenzial von fashionette, mit dem wir erst am Anfang einer spannenden Entwicklung stehen.

Ich freue mich darauf, Sie mit auf diese spannende Reise zu nehmen.

Düsseldorf, 29. April 2021



Daniel Raab

Der VORSTAND



THOMAS BUHL
COO/CTO

DANIEL RAAB
CEO

Das Management-Team von fashionette, bestehend aus Daniel Raab (Vorsitzender) und Thomas Buhl (COO/CTO), übernahm Anfang 2019 die Verantwortung für die Unternehmensgeschichte, um das Geschäft durch datengesteuerte Prozesse, geographische Expansion und M&A weiterzuentwickeln.

Die beiden Vorstände verfolgen seither in einer eher traditionell und emotional geprägten Branche ein datengesteuertes Geschäftsmodell. Sie verfügen über einen außergewöhnlichen Erfahrungsschatz in allen Aspekten des Einzelhandelsgeschäfts, verbunden mit einem ausgeprägten E-Commerce-Ansatz und einem tiefen Verständnis der Technologie, welche sie unter anderem in insgesamt knapp 20 Jahren bei Amazon in Deutschland und den USA aufgebaut haben.

Der Unternehmergeist und das langfristige Engagement der Vorstandsmitglieder werden durch ihre finanzielle Beteiligung als bestehende Aktionäre untermauert. Beide Vorstände sind langfristige, dem Unternehmen verbundene Aktionäre.

Daniel Raab (Vorsitzender) zeichnet verantwortlich für Strategie, Category Management, Finanzen, Markenführung und Personal. Er blickt auf Erfahrung in Führungspositionen in der Retail-/E-Commerce- sowie der Medienindustrie zurück (Amazon; ProSiebenSat1) und verfügt über umfassende Expertise in der Mode- und Modeaccessoires-Branche (Gucci; Hermès).

COO/CTO Thomas Buhl verantwortet die Bereiche Operations, Performance Marketing, Business Intelligence, Produktmanagement und IT. Er bringt seine über 10-jährige Erfahrung in leitenden sowie beratenden Positionen der E-Commerce-Branche erfolgreich ein (Amazon; Cyberport; Karstadt).

Strategische Positionierung UND ZIELE

fashionette ist in ihrem Kernmarkt, der DACH-Region (Deutschland, Österreich und Schweiz), nach eigener Einschätzung eine der führenden Adressen für Premium- und Luxus-Modeaccessoires. Dazu zählen hochwertige und luxuriöse Modeaccessoires wie Handtaschen, Schuhe, Sonnenbrillen, Uhren und Schmuck. Das Unternehmen ist in acht europäischen Ländern (Deutschland, Österreich, Schweiz, Frankreich, Italien, Niederlande, Schweden und Großbritannien) mit Websites unter der Marke „fashionette“ vertreten. 85 % der Umsätze werden in der DACH-Region erzielt. fashionette gilt laut Marktforschungsunternehmen Statista zudem als eine führende Online-Plattform für Premium- und Luxus-Handtaschen in Deutschland mit einer nachweislich führenden Markenbekanntheit in der Kund*innenzielgruppe von Frauen über 18 Jahren.

Für den europäischen Luxusgütermarkt rechnet die Unternehmensberatung Bain & Company im Zeitraum 2020 bis 2025 mit einer durchschnittlichen jährlichen Wachstumsrate von 17 %. Der Anteil des Onlinehandels am gesamten Premium- und Luxusmarkt soll bis 2025 um mehr als 25 % pro Jahr steigen. fashionette verfolgt das Ziel, ein profitables Wachstum mit über dem Marktdurchschnitt liegenden Raten fortzuführen. Das über dem Niveau der DACH-Region liegende Neukund*innenwachstum in den nicht-deutschsprachigen Ländern,

Frankreich, Großbritannien und Italien sowie den Niederlanden und Schweden, unterstreicht das große internationale Expansionspotenzial von fashionette.

Das Ziel, die führende Online-Plattform für Premium- und Luxus-Modeaccessoires in Europa zu werden, plant fashionette sowohl durch steigende Marktanteile in bestehenden Ländern wie auch durch den Markteintritt in weitere europäische Länder. Die im Rahmen des Börsengangs zugeflossenen Mittel dienen der Beschleunigung des weiteren langfristigen organischen und anorganischen Wachstums sowie zielgerichteten Investitionen in die IT-Plattform. Dabei treiben ausgewählte Fusionen und Übernahmen die geografische Expansion, Marketing- und Kund*innenakquisitionen sowie der Ausbau des Produktsortiments die Skalierung des bestehenden Geschäfts sowie die Realisierung von Synergiepotenzialen voran.

fashionette hat sich bewusst dazu entschieden, das Angebot an Premium- und Luxus-Modeaccessoires zu erweitern. Dabei bietet die fashionette-Plattform Möglichkeiten, starke Cross-Selling-Potenziale in angrenzenden Kategorien zu realisieren. Zielsegmente für die Erweiterung der Produktauswahl sind neben bestehenden Kategorien wie Lederwaren, Sonnenbrillen und Schmuck auch potenzielle

neue Kategorien wie Schönheits- und Pflegeprodukte.

fashionette ist überzeugt, dass die Optimierung des Einkaufserlebnisses auf der fashionette-Plattform und der kontinuierliche Fokus auf operative Exzellenz und hochwertigen Kund*innenservice in Verbindung mit einem deutlichen Anstieg der Nachfrage nach seinen Premium- und Luxus-Modeaccessoires dazu beitragen, dass das

Unternehmen seine gesetzten Ziele erreichen wird. Als Bestätigung für diese strategische Ausrichtung betrachtet fashionette den Anstieg der aktiven Kund*innen, der gleichzeitig den Erfolg der Marketingmaßnahmen des Unternehmens belegt. Die noch stärker gestiegene Anzahl der Bestellungen unterstreicht, dass fashionette nicht nur neue Kund*innen anzieht, sondern auch den Umsatz mit seinen bestehenden Kund*innen steigern kann.

fashionette AG am KAPITALMARKT

Erfolgreicher Börsengang

Am 29. Oktober 2020 startete die fashionette AG die Handelsaufnahme ihrer Aktien im europäischen KMU-Wachstumssegment „Scale“ der Frankfurter Wertpapierbörse mit einer Erstnotiz von EUR 31,00. Der im Rahmen des Börsengangs zugeflossene Bruttoerlös von

EUR 37 Mio. dient der Beschleunigung des weiteren langfristigen organischen und anorganischen Wachstums sowie zielgerichteten Investitionen in die fashionette IT-Plattform. Die Marktkapitalisierung der fashionette AG betrug zum Börsengang rund EUR 180 Mio.

fashionette-Aktieninformationen

Tickersymbol	FSNT
WKN (Wertpapierkennnummer)	A2QEFA
ISIN (Internationale Wertpapierkennnummer)	DE000 A2QEFA1
Börsenplatz	Xetra, Frankfurt, Berlin, Düsseldorf, Hamburg, Hannover, München, Quotrix, Stuttgart, Tradegate
Marktsegment	EU-registrierter KMU-Wachstumsmarkt „Scale“ (Freiverkehr)
Aktienanzahl	6.200.000
Aktiengattung	Auf den Inhaber lautende Stammaktien ohne Nennbetrag (Stückaktien)
Designated Sponsor	Hauck & Aufhäuser Privatbankiers AG

Kapitalmarktumfeld mit Herausforderungen durch COVID-19

Die Entwicklung der Kapitalmärkte war im abgelaufenen Börsenjahr 2020 insgesamt durch Auswirkungen und Herausforderungen infolge der Coronavirus-Pandemie geprägt. Mit dem

Ausbruch der Pandemie und der Einführung von Eindämmungsmaßnahmen verzeichneten die globalen Aktienmärkte erhebliche Kursverluste. Im weiteren Jahresverlauf trugen verbesser-

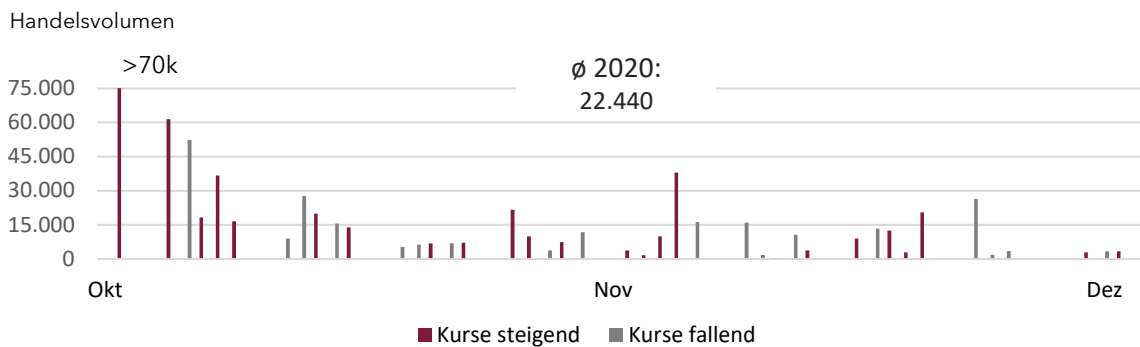
te Konjunkturdaten, umfangreiche Staatshilfen und eine Flut an Zentralbankliquidität zur unerwartet schnellen Erholung der Aktienmärkte infolge gelockerter Eindämmungsmaßnahmen bei. Zum Ende des dritten Quartals belasteten deutliche Korrekturen der Technologiewerte nach den starken Anstiegen der Vormonate. Im vierten Quartal entzündeten die Aktienmärkte, getragen von den Technologiewerten ein wahres Kursfeuerwerk und erreichten zweistellige Zuwächse. Wachstumstreiber waren

der Ausgang der Präsidentschaftswahl in den USA und erste Zulassungen eines hochwirksamen Impfstoffs gegen COVID-19. Unterdessen erzielten die europäischen Aktien aufgrund fehlender Technologieunternehmen ein Minus von 1,7 %. Der deutsche Auswahlindex für Small Caps, SDAX, konnte sich von der zögerlichen Entwicklung in Europa absetzen und um 18,0 % im vierten Quartal zulegen. (Alle Angaben auf Kursbasis ohne Dividenden und in EUR).

Aktie: Kursverlauf und Handelsvolumen



— fashionette-Aktie in EUR und %



Der Kurs der fashionette-Aktie konnte sich nach einem erfolgreich verlaufenen Börsengang und mit einem erwartungsgemäß dynamischen Geschäftsverlauf des absatz- und umsatzstarken vierten Quartals in einem insgesamt herausfordernden Kapitalmarktumfeld durch die zweite Welle der COVID-19-Pandemie und die Korrektur der Technologiewerte überzeugend behaupten. Nach einer Erstnotiz von EUR 29,00 am 29. Oktober erreichten

die Notierungen noch am gleichen Handelstag ihren Tiefststand im Berichtsjahr 2020 von EUR 27,75. Ihren Höchststand verzeichneten die Papiere der fashionette AG am 9. November 2020 bei einem Kurs von EUR 34,00 und beendeten das Handelsjahr bei einem Schlusskurs von EUR 32,50. Insgesamt verzeichnete der Aktienkurs der fashionette AG im abgelaufenen Geschäftsjahr einen Anstieg von 17,1 % seit dem Börsengang am 29. Oktober 2020.

Kursentwicklung

Emissionspreis		EUR 31,00
Erstnotiz	29. Oktober 2020	EUR 29,00
Tiefststand	29. Oktober 2020	EUR 27,75
Höchststand	9. November 2020	EUR 34,00
Schlusskurs	30. Dezember 2020	EUR 32,50
Entwicklung		+17,1 %
Marktkapitalisierung		EUR 201,5 Mio.

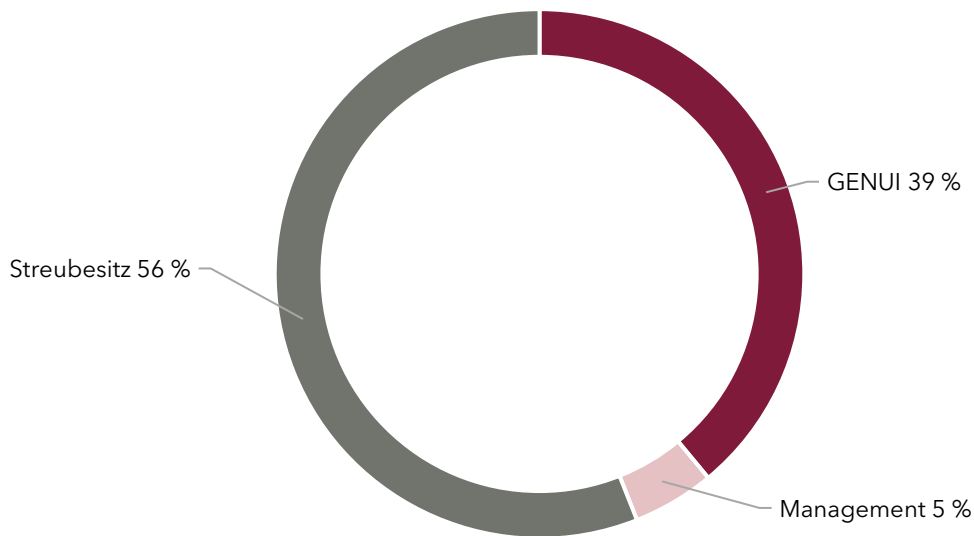
Die Marktkapitalisierung der fashionette AG betrug EUR 201,5 Mio. zum 30. Dezember 2020 auf der Basis von 6.200.000 im Umlauf befindlichen Aktien. Das durchschnittliche tägliche Handelsvolumen mit fashionette-Aktien belief sich im Geschäftsjahr 2020 auf 22.440 Stück an allen deutschen Handelsplätzen.

Als Designated Sponsor fungierte die Hauck & Aufhäuser Privatbankiers AG und unterstützte die Handelbarkeit der fashionette-Aktie kontinuierlich durch verbindliche Geld- und Briefkurse.

Aktionärsstruktur

Der fashionette AG sind zum 31. Dezember 2020 die Anteile am stimmberechtigten Grundkapital bekannt, die der Gesellschaft nach § 20 Abs. 5 AktG mitzuteilen sind, freiwillig mitgeteilt worden sind oder Stillhaltefristen

(Lock-up-Period) nach dem Börsengang unterliegen. Zum Streubesitz werden nach Definition der Deutschen Börse AG alle Aktien gezählt, die nicht von Großaktionären (Anteil am Aktienkapital von über 5 %) gehalten werden.



Die fashionette AG verfügt mit einem ausgewogenen Verhältnis von Streubesitz und institutionellen Investoren über eine liquide Handelbarkeit der Aktien und stabile Struktur von Ankeraktionär*innen, um die Unternehmensstrategie zielgerichtet zu verfolgen. Mit rund 39 % hält die Alt-Aktionärin Genui Fund GmbH & Co. KG (GENUI) per 31. Dezember 2020 die Mehrheit der im Umlauf befindlichen Anteile. Auf das Management der fashionette AG entfallen 5 % der stimmberechtigten Aktien. Im Streubesitz (Freefloat) befinden sich 56 % der Anteile.

Analystenempfehlungen

Mit Hauck & Aufhäuser Privatbankiers und Edison Investment Research wurde die Aktie der fashionette AG nach dem Börsengang von zwei renommierten Research-Häusern analysiert und bewertet. Hauck & Aufhäuser-Analyst Christian Salis betonte in seinem Update vom 15. April 2021 insbesondere die Technologieorientierung mit Fashion-Fokus sowie Kund*innenbindung und bekräftigte die Kaufempfehlung für die fashionette-Aktie mit einem Kursziel von EUR 53,00. Russell Pointon und Sara Welford von Edison Investment Research erwarteten zum Börsengang am 29. Oktober 2020 ein starkes Wachstum der fashionette AG.

AKTUALISIERUNG	INSTITUT	ANALYST	EMPFEHLUNG	KURSZIEL
29. Oktober 2020	Edison Investment Research	Russell Pointon, Sara Welford	*	*
15. April 2021	Hauck & Aufhäuser	Christian Salis	BUY (BUY)	EUR 53,00 (EUR 50,00)

Die qualitativen Research Reports von Edison Investment Research für Scale-Emittenten wurden im Auftrag der Deutsche Börse ohne Kursziel oder Empfehlung erstellt.

Investor Relations-Aktivitäten

Die Aktie der fashionette AG notiert im EU-registrierten KMU-Wachstumsmarkt „Scale“ (Freiverkehr) der Frankfurter Wertpapierbörse. Über wichtige Ereignisse der Geschäftstätigkeit oder mit Bedeutung für die Kursentwicklung informiert das Unternehmen seine Aktionäre und die Kapitalmarktteilnehmer unverzüglich per Ad-hoc-Meldung oder Corporate News.

Der Vorstand der fashionette unterhält kontinuierlich einen engen Dialog mit Investoren und Analysten sowie der Finanz- und Wirtschaftspresse und führte im Berichtsjahr zahlreiche Einzelgespräche.

Finanzkalender 2021

30. April 2021	Jahresabschluss 2020
17. - 19. Mai 2021	Equity Forum - Frühjahrskonferenz
Juni 2021	Zwischenmitteilung 1. Quartal
25. Juni 2021	Ordentliche Hauptversammlung (virtuell)
August 2021	Halbjahresabschluss 2021
November 2021	Zwischenmitteilung 3. Quartal
22. - 24. November 2021	Deutsches Eigenkapitalforum

Die Investor Relations-Sektion der fashionette AG bietet unter corporate.fashionette.com einen umfassenden Einblick in die Geschäfts-

entwicklung, anstehende Veranstaltungen, Finanzberichte und Präsentationen.

NACHHALTIGKEIT

bei fashionette

Erklärung des Vorstands:

Gemeinsam Verantwortung übernehmen

In einer Welt, die durch zunehmende Globalisierung und Digitalisierung immer mehr zusammenwächst, müssen wir uns unserer gesellschaftlichen Verantwortung bewusst sein - und bereit sein, ihr gerecht zu werden. Bei fashionette setzen wir uns dafür ein, die Grundsätze wirtschaftlicher, sozialer und ökologischer Nachhaltigkeit nicht nur in unserer Unternehmenskultur, sondern auch in den täglichen Arbeitsprozessen umzusetzen. Entsprechend bekennen sich alle fashionette-Mitarbeitenden zu einer nachhaltigen Arbeitsweise. Alle Beteiligten, die zur Wertschöpfung von fashionette beitragen, werden einbezogen.

Seit der Gründung 2008 hat sich unsere Marke überzeugend etabliert. Sie gehört heute zu den beliebtesten Online-Shops für Designer-Handtaschen im deutschsprachigen Raum. Als eine der führenden europäischen, datengesteuerten Online-Plattformen für Premium- und Luxus-Modeaccessoires sind wir uns der Notwendigkeit bewusst, wertebasiert und verantwortungsvoll gegenüber Mensch und Umwelt zu handeln. Mit dem Wachstum unserer Geschäftstätigkeit steigen auch unsere Verantwortung und unser Einsatz für die Mitgestaltung einer besseren Welt.

Im Zentrum unserer Geschäftstätigkeit steht der Ausbau individualisierter Services, um das digitale Shopperlebnis unserer Kund*innen noch komfortabler, persönlicher und auch nachhaltiger zu gestalten. Dazu entwickeln wir unser ökologisches und soziales Engagement immer weiter. Alle unsere Waren werden in 100 %-ig wiederverwendbaren Versandverpackungen geliefert. Dazu beteiligen wir uns an der Reduzierung von Treibhausgas-Emissionen, indem wir viele unserer Produkte mit DHL „GoGreen“, also CO₂-neutral, versenden.

Die Zufriedenheit unserer Mitarbeiter*innen und Kund*innen liegt uns sehr am Herzen. Werte wie Integrität, Gleichberechtigung, Verantwortungsbewusstsein, Transparenz und gegenseitiger Respekt bestimmen unser Leitbild und gehören zu unserer Identität. fashionette lebt einen ethischen Verhaltenskodex, der als Richtlinie für unsere zwischenmenschlichen Beziehungen im Unternehmen dient. Ein respektvoller Umgang mit unseren Kolleg*innen und Geschäftspartner*innen ist Bestandteil unserer Unternehmenskultur. Unser Erfolg setzt sich aus höchster Professionalität und

engagiertem Einsatz aller unserer Mitarbeiter*innen und Geschäftspartner*innen zusammen. Bei fashionette arbeiten mit einem Frauenanteil von fast 70 % mehr als 150 Menschen aus unterschiedlichen Ländern, verschiedenen Alters, mit unterschiedlichen Interessen, Fähigkeiten und Talenten. Kulturelle Vielfalt wird bei fashionette wirklich gelebt. Sie macht uns flexibel und stark.

Die gelebte Vielfalt ist die Basis für eine Vielzahl neuer Ideen und Innovationen in den unterschiedlichen Bereichen unseres Unternehmens - von Technologie und Logistik über Operations und Marketing bis hin zu Fashion & Lifestyle. Das macht uns im internationalen Umfeld besonders wettbewerbsfähig. Mit unserer Service- und Preis-Garantie arbeiten wir transparent, um eine ausgezeichnete Qualität und ein unvergessliches Shopperlebnis mit unseren Produkten zu liefern.

Nicht zuletzt legen wir großen Wert auf die Handlungsweise und Prinzipien unserer Geschäftspartner*innen in Bezug auf Menschenrechte, Arbeitsbedingungen, Korruptionsprävention und Umweltschutz. In unserem Verhaltenskodex für Geschäftspartner*innen definieren wir Mindestanforderungen, deren Einhaltung wir erwarten.

Wir freuen uns sehr, unsere Unternehmenswerte bei fashionette und unseren Ansatz für deren Umsetzung in diesem Kapitel des Geschäftsberichtes 2020 mit allen Stakeholdern zu teilen.

Thomas Buhl

Daniel Raab

GESCHÄFTSTÄTIGKEIT

der fashionette AG

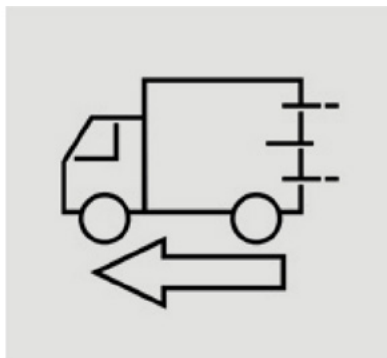
Mit mehr als 14.000 Artikeln ist fashionette eine führende europäische, datengesteuerte Online-Plattform für Premium- und Luxus-Modeaccessoires mit Fokus auf die Regionen Deutschland, Österreich und Schweiz (DACH). Über die Online-Plattform vertreibt fashionette Handtaschen, Schuhe, Accessoires, Sonnenbrillen, Uhren und Schmuck führender Premium- und Luxusmarken. Der Vorsprung von fashionette basiert auf dem eigens entwickelten Webshop-

Konzept: Hochmoderne Technologie und komplexe Analysen werden mithilfe von künstlicher Intelligenz eingesetzt. Die proprietäre Technologieplattform unterstützt maßgeblich alle datengetriebenen Geschäftsprozesse und garantiert reibungslose Skalierbarkeit. Der Schwerpunkt von fashionette liegt darin, den personalisierten Online-Einkauf von Premium- und Luxus-Modeaccessoires für alle Kund*innen in Europa zugänglich zu machen.

ESG-Indikatoren



Recyclebare Verpackung mit FSC und RESY Siegeln



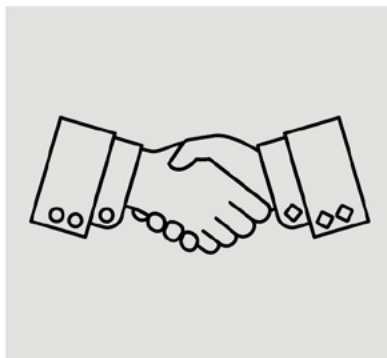
Retourenquote 2020: 34,7 %



Reduzierung CO₂:
DHL-GoGreen Programm



Code of Conduct für Mitarbeiter*innen



Code of Conduct für Geschäftspartner*innen



Frauenquote 2020: 67,8 %

E WIE ENVIRONMENT

Respektvoller Umgang mit der Natur

Zu unseren nachhaltigen Unternehmenswerten gehören der respektvolle Umgang mit und der Schutz der Umwelt. Mit 784.000 ausgelieferten Produkten im Jahr 2020 ist es unsere Pflicht,

möglichst umweltfreundliche Verpackungen zu verwenden und zur Reduzierung der CO₂-Emissionen beizutragen.



Verpackung

Wir bei fashionette verwenden seit Dezember 2019 eine zu 100 % wiederverwendbare Versandverpackung mit einer selbstklebenden Funktion, die FSC-zertifiziert ist und das RESY Siegel trägt. FSC® (Forest Stewardship Council) steht für eine umweltschonende, sozialverträgliche und ökonomisch tragfähige Bewirtschaftung der Wälder. Es wird damit garantiert, dass Papierprodukte mit diesem Siegel aus verantwortungsvoll bewirtschafteten Wäldern stammen. Dazu können die Kartonagen für Retouren

direkt, ohne zusätzliches Klebeband, wiederverwendet werden. RESY ist eine Abkürzung für Recycling-System. Verantwortlich für die Vergabe ist die RESY Organisation für Wertstoffentsorgung GmbH, die unter Federführung des Verbandes der Wellpappen-Industrie gegründet wurde. Das RESY-Logo steht für die Recyclingfähigkeit von Kartonagen aus Pappe. Die Partner des Systems führen die mit diesem Symbol in Umlauf gebrachten Kartonagen der Entsorgung und Wiederverwertung zu.

Retourenquote

Wir arbeiten täglich daran, die Customer Experience zu verbessern. Dazu entwickeln wir Tools, um den Kund*innen ein möglichst realitätsgetreues Bild unserer Produkte zu vermitteln. Dies reduziert u. a. Retouren und verringert damit die Umweltbelastung. Jedes Produkt wird von uns auf seine Qualität untersucht sowie von unseren Redakteuren beschrieben. Dabei bieten wir neben der Standardbeschreibung (Farbe, Material, Gewicht usw.) viele weitere wertvolle Details, die die Kund*innen bei der richtigen Wahl des Produkts unterstützen, z. B. durch Informationen darüber, was genau in eine Tasche hineinpasst. Zusätzlich optimieren wir kontinuierlich unsere Produktfotografie. Fast jedes Produkt wird zusätzlich in unserem eigenen Fotostudio von unseren Fotografen am Model fotografiert. Des Weiteren bieten wir auf unseren Produktdetailseiten ein Größenvergleichstool an. Es ermöglicht den Kund*innen, sich anhand von Vergleichen mit Alltagsgegenständen eine genaue Vorstellung von der tatsächlichen Produktgröße zu machen. Damit sich die Kund*innen ein genaues Bild machen können, wie beispielsweise die neue Handtasche an ihnen aussieht, können sie im Größenvergleichstool ihre Körper- und Kleidergröße angeben. Auf diese Weise können sie mit Hilfe einer auf ihre Maße angepassten Frauensilhouette die Handtasche virtuell anprobieren. Durch all diese Maßnahmen waren wir in den vergangenen drei Jahren in der Lage, die Rückgabequote von 39,6 % auf 34,7 % zu reduzieren.

Versand

Für den Versand unserer Produkte setzen wir u. a. auf unseren Partner DHL, der seit Jahren Verantwortung für den Klimaschutz übernimmt. DHL hat sich das Ziel gesetzt, bis 2025 alle Emissionen um 50 % zu reduzieren und bis 2050 komplett klimaneutral zu agieren. fashionette beteiligt sich mit ihren Sendungen am DHL Umweltschutzprogramm GoGreen. Der Aufpreis auf jedes Paket wird von DHL in Klimaschutzprojekte reinvestiert, um die durch den Transport entstehenden Treibhausgase auszugleichen. Pro Jahr erhält fashionette ein Zertifikat von DHL über die eingesparten CO₂-Emissionen. fashionette hat im Jahr 2019 insgesamt 261,88 t CO₂-Emissionen durch klimaneutrale GoGreen Produkte und Services ausgeglichen.

Mobilität

Für fashionette ist der Schutz der Umwelt und damit die Reduktion der CO₂-Emissionen eine wesentliche Verpflichtung. Aus diesem Grund haben wir ab Februar 2021 für unsere Mitarbeitenden einen Zuschuss zur Nutzung der öffentlichen Verkehrsmittel eingeführt. Dadurch möchten wir bei fashionette zur Verbesserung der Umweltbilanz beitragen. Darüber hinaus steht das Management im kontinuierlichen Austausch mit der Personalabteilung, mit dem Ziel, neue Projekte für eine nachhaltigere Mobilität der Mitarbeitenden zu fördern.



S WIE SOCIAL - *Miteinander fair umgehen*

Integer zu handeln und Geschäftsbeziehungen auf Basis eines verankerten Wertekompasses zu pflegen, sind absolute Notwendigkeiten, um in einer wettbewerbsorientierten Welt nachhaltiges Wachstum zu realisieren. fashionette setzt sich für Werte wie Transparenz, Integrität, Gleichberechtigung, Verantwortungsbe-

wusstsein und gegenseitigen Respekt ein. Der Vorstand engagiert sich für die Einhaltung der Unternehmenswerte und steht zusammen mit den Führungskräften und den Compliance-Beauftragten jederzeit als Ansprechpartner zur Verfügung.



Mitarbeiter*innen

Der Erfolg von fashionette basiert auf unseren motivierten Mitarbeiter*innen. Ihr Wohlbefinden und ihre Gesundheit haben für uns oberste Priorität. Dazu ist jede und jeder Mitarbeitende von uns dazu angehalten, als Botschafter von fashionette persönlich Verantwortung zu übernehmen und jederzeit im Einklang mit den gesetzlichen Bestimmungen und dem Verhaltenskodex zu handeln.

Mit 150 Mitarbeiter*innen (Stand: 31. Dezember 2020), davon 118 Festangestellten verschiedener Nationalitäten, Altersgruppen und Kulturen mit unterschiedlichen Interessen, Fähigkeiten und Talenten fördert fashionette die Diversität als Bestandteil des Selbstverständnisses des Unternehmens. Niemand darf aufgrund seiner Nationalität, ethnischen Herkunft, Rasse, Hautfarbe, sexuellen Identität, Religion, Weltanschauung oder

Behinderung oder aufgrund seines Geschlechts oder Alters diskriminiert oder benachteiligt werden. Bei fashionette wird eine Kultur der Chancengleichheit gefördert. Strukturen, Gebräuche und Traditionen anderer Kulturen werden respektiert.

67,8 % der Mitarbeitenden bei fashionette sind Frauen. Darüber hinaus bietet fashionette 32 Werkstudent*innen (Stand: 31. Dezember 2020) die Chance zum Einstieg ins Berufsleben in einem spannenden und modernen Geschäftsumfeld. Jedes neue Teammitglied wird abhängig von seiner Position im Rahmen eines Onboarding-Prozesses eingearbeitet. Für das gesamte Personal werden Weiterbildungen und Schulungen zu rechtlichen Themen wie Datenschutz und Sicherheit geplant und durchgeführt.

Um die Motivation und Produktivität der Mitarbeiter*innen weiter zu steigern, entwickelt fashionette ein flexibles Arbeitsmodell mit einer modernen Working Policy, das nach Ende der Coronavirus-Pandemie umgesetzt werden wird. Zur Gewährleistung der Gesundheit und zum Schutz der Mitarbeitenden, hat fashionette bereits mit Ausbruch der Coronavirus-Pandemie im März 2020 eine flexible Working-Policy mit der Möglichkeit für fast alle Mitarbeiter*innen eingeführt, im Home Office zu arbeiten.

Um ein noch angenehmeres und moderneres Arbeitsumfeld zu schaffen sowie den Austausch der Mitarbeiter*innen untereinander zu fördern, ist fashionette im März 2021 in ein neues Gebäude umgezogen. Der neue, kernsanierte und renovierte Firmensitz mit modernster Ausstattung bietet Räumlichkeiten für eine individuelle Arbeitsplatzgestaltung und ein kollegiales Miteinander. Das Erdge-

schoss des Gebäudes wurde komplett als Freizeitraum mit einer großen Küche eingerichtet.

Geschäftspartner*innen

fashionette beachtet beim unternehmerischen Handeln gesellschaftliche und ökologische Aspekte wie Menschenrechte, Arbeitsbedingungen, Korruptionsprävention und Umweltschutz. Das erwartet fashionette auch von seinen Geschäftspartner*innen. fashionette verfügt über einen Verhaltenskodex für Geschäftspartner*innen, der alle Mindestanforderungen für eine faire Partnerschaft mit fashionette enthält. Die Geschäftspartner*innen werden angehalten, diese Regelungen auch gegenüber ihren Subunternehmern und Lieferanten zu kommunizieren und deren Einhaltung angemessen zu fördern und einzufordern. fashionette erwartet, dass ihre Geschäftspartner*innen die Gesundheit und den Arbeitsschutz für ihre Mitarbeiter*innen am Arbeitsplatz gewährleisten. Kinderarbeit, Zwangsarbeit oder sonstige unfreiwillige Arbeit gemäß den Konventionen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) werden nicht geduldet. Die grundlegenden Arbeitnehmerrechte entsprechend der jeweils geltenden nationalen Gesetze sind einzuhalten. Auch die Allgemeine Erklärung der Menschenrechte der Vereinten Nationen ist anzuerkennen und zu unterstützen. Gleichzeitig ist sicherzustellen, dass keinerlei Menschenrechte verletzt werden. Ein wichtiger Punkt unter den Regelungen für die Geschäftspartner*innen ist die Korruptionsprävention. Jede Form von Korruption oder unternehmensschädigendem Verhalten wird konsequent abgelehnt. Zu korrupten Vorgängen zählen insbesondere Bestechung und Bestechlichkeit, Betrug, Untreue, Steuerhinterziehung und Urkundenfälschung. fashionette erwartet, dass die Geschäftspartner*innen

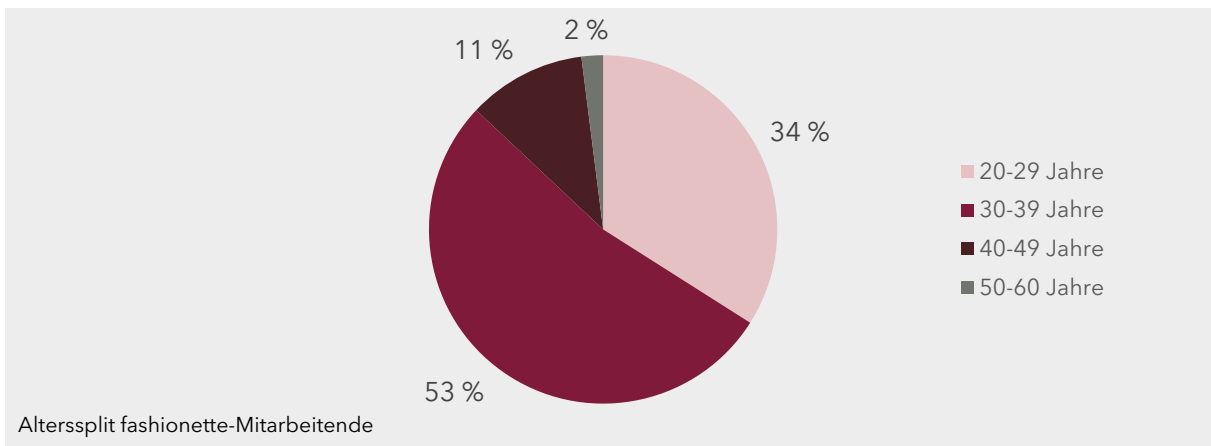
angemessene Vorkehrungen zur Korruptionsprävention treffen, wie z. B. die Umsetzung von unternehmensinternen Richtlinien, Schulungen und Sanktionierung bei Verstößen. Dazu behält sich fashionette das Recht vor, Verträge mit Geschäftspartner*innen, die sich nicht an die Regeln des Verhaltenskodex halten, zu kündigen.

Kund*innen

Die Zufriedenheit unserer Kund*innen ist unser oberstes Ziel. fashionette setzt sich dafür ein, eine transparente, wahrheitsgemäße und gesetzeskonforme Vermarktung aller auf der Plattform verfügbaren Produkte zu gewährleisten. Bereits während des Kaufprozesses stellen wir unseren Kund*innen Instrumente zur Verfügung, um ein möglichst realitätsgetreues Bild der Waren zu erhalten. Fast jedes neue Produkt,

das fashionette zum ersten Mal im Online-Shop anbietet, messen, wiegen, beschreiben und fotografieren unsere Mode-Experten. Sie achten dabei ganz besonders auf die Qualität und die speziellen Merkmale der Produkte und fotografieren die Ware am Model, um den Look und vor allem die Größenverhältnisse optimal darzustellen.

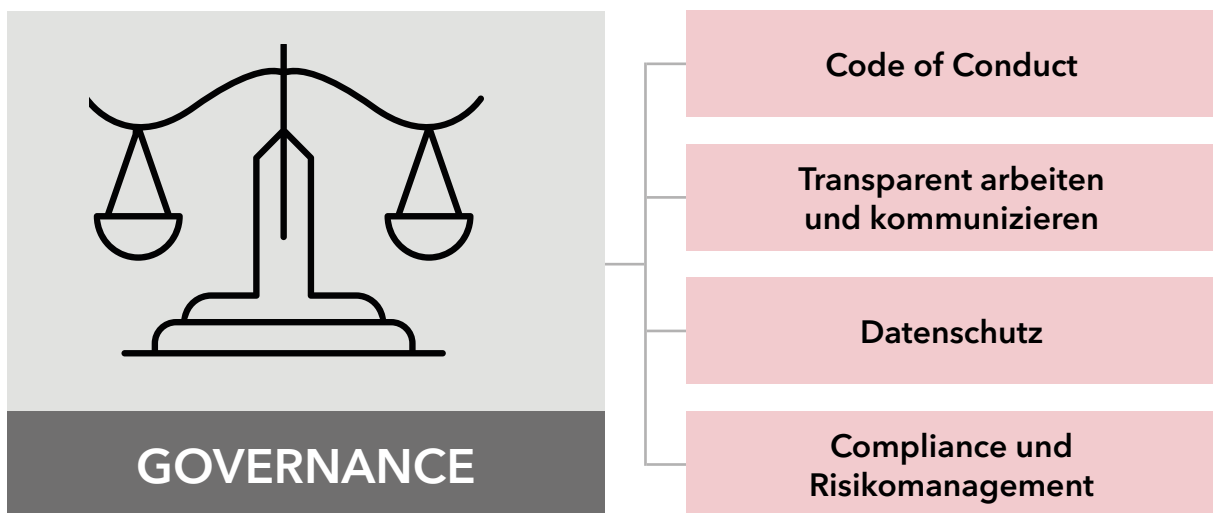
Alle angebotenen Produkte sind zu 100 % original und unterliegen strengen Qualitätskontrollen, damit sie nur in absolut einwandfreiem Zustand verkauft werden. Wir sind davon überzeugt, dass die Kombination aus hoher Kund*innenzufriedenheit und Attraktivität der Auswahl an Premium- und Luxus-Modeaccessoires der entscheidende Schlüsselfaktor für erstklassige Kund*innenbindung und den langfristigen Unternehmenserfolg ist.



G WIE GOVERNANCE - *Verantwortung übernehmen*

Hauptziel des Unternehmens ist es, integer gegenüber internen und externen Stakeholdern zu handeln. fashionette verpflichtet sich zu einer verantwortungsbewussten Unternehmensführung. Der Vorstand bestehend aus Daniel Raab (CEO) und Thomas Buhl (COO/CTO) leitet die Gesellschaft in eigener Verantwortung. Er führt die Geschäfte der Gesellschaft nach Maßgabe der Gesetze, der Satzung und der Geschäftsordnung. Unbeschadet der Gesamtverantwortung leitet jedes Vorstandsmitglied den ihm zugewiesenen Geschäftsbereich selbständig. Der Vorstand führt die Geschäfte mit dem Ziel nachhaltiger Wertschöp-

fung in gemeinschaftlicher Verantwortung. Der Aufsichtsrat setzt sich aus fünf Mitgliedern zusammen: Dr. Oliver Serg (Vorsitzender), Stefan Schütze (Stellvertretender Vorsitzender), Christian van der Bosch, Karoline Huber und Rolf Sigmund. Der Aufsichtsrat kontrolliert die Maßnahmen und Entscheidungen des Vorstandes auf Rechtmäßigkeit, Wirtschaftlichkeit und Zweckmäßigkeit. Eine effiziente Zusammenarbeit von Vorstand und Aufsichtsrat sowie eine offene und transparente Unternehmens- und Finanzkommunikation sind wesentliche Aspekte der Corporate Governance von fashionette.



Code of Conduct

Als Basis unseres Compliance-Programms haben wir einen Code of Conduct geschaffen, der uns Orientierung für die Gestaltung unserer Geschäftstätigkeit in Einklang mit unseren Werten und den geltenden Gesetzen und Bestimmungen bietet. Unser Verhaltenskodex gilt für alle Organe und Mitarbeitenden von fashionette. Der Kodex baut auf den Grundprinzipien von fashionette auf und fasst die wesentlichen Grundsätze und Regeln zusammen, die unser Handeln und unsere unternehmerische Tätigkeit bestimmen. Als Bestandteile des Verhaltenskodex gehören zu den Unternehmenswerten u. a.:

- Integrität
- Verantwortungsbewusstsein
- Transparenz

Alle bei fashionette sind verpflichtet, die jeweils geltenden Gesetze und Vorschriften, die unternehmensinternen Richtlinien, Anweisungen und Anordnungen zu beachten und das Handeln danach auszurichten. fashionette vermeidet Situationen, die zu einem Interessenkonflikt führen können. Private Interessen und die Interessen von fashionette sind strikt zu trennen. Außerdem lehnt das Unternehmen jede Form von Korruption ab. Wir sind verpflichtet, die geltenden Gesetze gegen Korruption, einschließlich Bestechung und Bestechlichkeit, Betrug, Untreue, Steuerhinterziehung und Urkundenfälschung, einzuhalten. Kein Mitarbeitender darf, allein oder mit anderen, Handlungen begehen, die gegen die Vorschriften zum Verbot von Geldwäsche verstoßen. fashionette bekennt sich ohne Einschränkung zum fairen Wettbewerb und zur Einhaltung der anwendbaren kartell- und wettbewerbsrechtlichen Vorschriften.

Transparent arbeiten und kommunizieren

Eine transparente und wahrheitsgemäße Berichterstattung sowie Kommunikation zu den Geschäftsvorgängen von fashionette ist für uns von zentraler Bedeutung. In den internen und externen geschäftlichen Aufzeichnungen des Unternehmens sind Informationen genau, umfassend und angemessen enthalten.

Datenschutz

Als Online-Plattform hat der Schutz von persönlichen Daten für fashionette einen hohen Stellenwert und ist Bestandteil des Unternehmenskodex. Personenbezogene Daten sind vertraulich zu behandeln und dürfen nur im Rahmen der entsprechenden datenschutzrechtlichen Bestimmungen erhoben, verarbeitet und genutzt werden.

Compliance und Risikomanagement

Compliance und Risikomanagement sind wichtige Führungs- und Steuerungsbestandteile der fashionette AG und mit klaren organisatorischen Verantwortungen hinterlegt. Im Dezember 2020 wurden zwei Compliance-Beauftragte bei fashionette beauftragt, den Aufbau eines umfassenden Compliance Management Systems für die Gesellschaft zu starten. Zudem haben externe und interne Stakeholder unter compliance@fashionette.com bereits die Möglichkeit eventuelle Compliance-Hinweise oder Verstöße an die Gesellschaft zu richten und zu melden.

Bericht des **AUFSICHTSRATS**

Liebe Aktionärinnen, liebe Aktionäre,

mit Rechtsformwechsel von der Gesellschaft mit begrenzter Haftung zur Aktiengesellschaft am 22. September 2020 konstituierte sich der Aufsichtsrat der fashionette AG erstmals durch notariellen Beschluss. Seit diesem Zeitpunkt hat der Aufsichtsrat der fashionette AG die Aufgaben, die ihm nach dem Aktiengesetz, der Satzung und der Geschäftsordnung der Gesellschaft obliegen, vollumfänglich wahrgenommen und den Vorstand regelmäßig überwacht und beratend begleitet. Grundlage hierfür waren die in schriftlicher und mündlicher Form erstatteten, regelmäßigen Berichte des Vorstands über alle für die Gesellschaft relevanten Fragen zum IPO der Gesellschaft, der Planung, der Geschäftsentwicklung, der Risikolage und des Risikomanagements. Der Aufsichtsrat war und ist jederzeit eng in die Vorgehensweise und Maßnahmen des Vorstands eingebunden und von diesem sachgerecht informiert worden.

Zusammensetzung des Aufsichtsrates

Der Aufsichtsrat der fashionette AG setzt sich aus fünf Mitgliedern zusammen. Die Mitglieder des Aufsichtsrates wurden gemäß notariellem Beschluss vom 22. September 2020 bis zur Hauptversammlung, die über das Geschäftsjahr 2020 beschließt, bestellt.

Das Gremium berief Dr. Oliver Serg zum Vorsitzenden des Aufsichtsrates und Stefan Schütze zum stellvertretenden Vorsitzenden. Daneben gehören dem Aufsichtsrat Christian van der Bosch, Karoline Huber und Rolf Sigmund an.

Der Aufsichtsrat verfügt in seiner Zusammensetzung über langjährige Gremienerfahrung, umfassende Marktkenntnisse, insbesondere im Luxusmarkensegment, sowie Börsenerfahrung.

Sitzungen

Mit der Konstitution des Aufsichtsrates fanden insgesamt vier Aufsichtsratssitzungen statt, die aufgrund der COVID-19-bedingten Vorgaben auch als Telefon- oder Videokonferenzen durchgeführt wurden. Gemäß § 15 Abs. 4 der Satzung können Beschlüsse auch außerhalb von Sitzungen gefasst werden. Von dieser Möglichkeit wurde im Berichtszeitraum vier Mal Gebrauch gemacht.

Sämtliche Aufsichtsratsmitglieder nahmen an den Sitzungen und Beschlussfassungen teil. In der nachfolgenden Tabelle legen wir die Teilnahme des Aufsichtsrates und Beschlussfassungen in individualisierter Form offen:

	Dr. Oliver Serg (Vorsitzender)	Stefan Schütze (Stellvertretender Vorsitzender)	Karoline Huber	Christian van der Bosch	Rolf Sigmund
22.09.2020 Konstituierende Sitzung	x	x	x	x	x
10.10.2020 Umlaufbeschluss	x	x	x	x	x
13.10.2020 Umlaufbeschluss	x	x	x	x	x
17.10.2020 Telefonkonferenz	x	x	x	x	x
27.10.2020 Telefonkonferenz	x	x	x	x	x
06.11.2020 Umlaufbeschluss	x	x	x	x	x
10.11.2020 Videokonferenz	x	x	x	x	x
18.11.2020 Umlaufbeschluss	x	x	x	x	x

Schwerpunktthemen

In der konstituierenden Sitzung des Aufsichtsrates am 22. September 2020 bestellte der Aufsichtsrat Herrn Thomas Buhl und Herrn Daniel Raab zunächst für eine Dauer von einem Jahr zum Vorstand der fashionette AG. Mit Beschlussfassung vom 06. November 2020 verlängerte der Aufsichtsrat die Laufzeit der Vorstandsverträge bis zum 31. Dezember 2023. Herr Daniel Raab wurde mit Aufsichtsratsbeschluss vom 17. Oktober 2020 zum Vorsitzenden des Vorstandes ernannt.

Der Beirat der vormaligen fashionette GmbH hatte die Ausschreibung des bestehenden Logistik-Rahmenvertrages bereits begleitet, mit der Zielsetzung, die Logistikprozesse weiter zu optimieren. Im Zuge des Umlaufbeschlusses vom 10. Oktober 2020 stimmte der Aufsichtsrat dem Vorschlag der Gesellschaft zum Wechsel des Dienstleistungspartners zu.

Am 13. Oktober 2020 gab der Aufsichtsrat im Umlaufverfahren seine Zustimmung zum Abschluss eines neuen Mietvertrags, der eine wesentliche operative Grundlage für die Umsetzung der geplanten Wachstumsstrategie ist.

In den Aufsichtsratssitzungen vom 17. und 27. Oktober 2020 sowie 06. November 2020 lag der Beratungsschwerpunkt im Aufsichtsrat auf der technischen und operativen Umsetzung bzw. Nachbereitung des Börsenganges der fashionette AG, der am 29. Oktober 2020 vollzogen wurde. Die dafür erforderlichen Beschlüsse wurden vom Aufsichtsrat nach Prüfung erteilt. Grundlage hierfür waren die Kapitalerhöhungsbeschlüsse der außerordentlichen Hauptversammlung vom 16. Oktober 2020.

Die außerordentliche Hauptversammlung am 16. Oktober 2020 stimmte ebenfalls der Schaffung von bedingtem Kapital zu. Auf dieser Basis erteilte der Aufsichtsrat der Bildung eines Aktienoptionsprogramms (AOP 2020) für den Vorstand der fashionette AG seine Zustimmung.

Der Vorstand der fashionette AG gab in der Aufsichtsratssitzung vom 10. November 2020 einen detaillierten Überblick zum Status des erfolgten IPOs und legte dem Aufsichtsrat den Forecast 2020 inklusive Business Update sowie die vorläufige Budgetplanung 2021 dar. Der Aufsichtsrat diskutierte die Planung intensiv mit dem Vorstand und ging dabei insbesondere auf mögliche Auswirkungen des Brexits auf das Geschäftsmodell der fashionette AG ein. Auch weitere Wachstumsperspektiven im Zuge von M&A-Aktivitäten waren Gegenstand der Diskussionen.

Im Zuge des laufenden Risikomanagements traf die Gesellschaft bereits im August 2020 unter Einbindung des damaligen Beirates die Entscheidung, den bestehenden Dienstleistungsvertrag mit der Wirecard Bank AG als Zahlungsdienstleister der Ratenkauf-Option im fashionette Online-Shop zu kündigen und das Verfahren auf bewährte Zahlungsdienstleistungspartner zu übertragen, die bereits im Online-Shop der fashionette eingesetzt werden. Im Zuge des Umlaufbeschlusses vom 18. November 2020 erteilte der Aufsichtsrat die erforderliche Zustimmung für den Abschluss eines Vertrages mit der Ratepay GmbH.

Feststellung des Jahresabschlusses 2019

Die Feststellung des Jahresabschlusses 2019 der fashionette GmbH erfolgte durch die Generalversammlung am 21. September 2020.

Vertrauensvolle Zusammenarbeit mit dem Vorstand

Der Vorsitzende des Aufsichtsrates hat bereits vor seiner Bestellung in seiner Funktion als Beirat eine offene und vertrauensvolle Zusammenarbeit mit dem Vorstand aufbauen können. Diese Zusammenarbeit wurde auch in der Funktion als Aufsichtsrat weiter fortgesetzt.

Auch zwischen den Sitzungsterminen stand der Aufsichtsratsvorsitzende mit dem Vorstand regelmäßig in Kontakt und wurde über alle wesentlichen Entwicklungen und anstehenden Entscheidungen unterrichtet, die für die Gesellschaft von besonderer Bedeutung waren. Der Vorstandsvorsitzende informierte den Vorsitzenden des Aufsichtsrats unverzüglich über alle wichtigen Ereignisse, die für die Beurteilung der Lage und Entwicklung sowie für die Leitung des

Unternehmens von wesentlicher Bedeutung waren. Alle Aufsichtsratsmitglieder wurden vom Aufsichtsratsvorsitzenden spätestens bei der folgenden Sitzung über diese Inhalte umfassend informiert.

Corporate Governance

Die fashionette AG ist im Freiverkehr der Frankfurter Wertpapierbörse gelistet und unterliegt somit nicht den Vorgaben des Deutschen Corporate Governance Kodex. Davon unabhängig ist gute Corporate Governance eine wesentliche Grundlage für eine verantwortungsvolle Unternehmensführung.

Von wesentlicher Bedeutung für die Steuerung und Führung ist eine offene und vertrauensvolle Zusammenarbeit zwischen Vorstand und Aufsichtsrat. Dies setzt voraus, dass der Aufsichtsrat mit den Geschäften und der Branche der Gesellschaft vertraut ist. Nur unter diesen Voraussetzungen ist eine Kontroll- und Beratungsfunktion mit höchster Qualität möglich. Dies ist bei fashionette aufgrund der vorgelagerten Zusammenarbeit im Beirat der Fashionette GmbH für den Aufsichtsratsvorsitzenden gegeben. Der Aufsichtsratsvorsitzende hatte in seiner Funktion als Beirat und im Vorgriff auf den geplanten Rechtsformwechsel ein weiteres Aufsichtsratsmitglied als Gast in die Beiratssitzungen integriert. Ferner verfügen zwei weitere Aufsichtsratsmitglieder über relevante Industrieerfahrung aus ihren bisherigen Tätigkeiten.

Der Aufsichtsrat hat sich gemäß § 14 Abs. 1 der Satzung eine Geschäftsordnung gegeben und veröffentlicht diese im Sinne guter Corporate Governance auf der Website im Bereich Corporate Governance.

Der Aufsichtsrat hat derzeit keine Ausschüsse gebildet. Wir vertreten die Auffassung, dass eine fokussierte und strategische Begleitung der Gesellschaft die Erfahrung und Kompetenzen des gesamten Gremiums erfordert, das gezielt auf die unternehmensrelevanten Zielsetzungen der Gesellschaft zusammengestellt wurde.

Interessenkonflikte von Aufsichtsratsmitgliedern ergaben sich im Berichtszeitraum nicht.

Jahresabschluss für das Geschäftsjahr 2020

Die Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft wurde durch den Beschluss der Hauptversammlung vom 22. September 2020 zum Abschlussprüfer für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis 31. Dezember 2020 bestellt und durch den Vorsitzenden des Aufsichtsrates entsprechend beauftragt. Eine Unabhängigkeitserklärung des Abschlussprüfers liegt dem Aufsichtsrat vor.

Gegenstand der Abschlussprüfung waren der vom Vorstand nach den Regeln des HGB aufgestellte Jahresabschluss für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis 31. Dezember 2020 sowie der Lagebericht der fashionette AG.

Zum Abschluss der Prüfung hat die Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft den Jahresabschluss der fashionette AG mit einem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk versehen. Die Prüfung des Abschlussprüfers hat ergeben, dass der Vorstand der fashionette AG die nach § 91 Abs. 2 AktG geforderten Maßnahmen zur Einrichtung eines Risikofrüherkennungssystems in geeigneter Form getroffen hat und dass das Risikofrüherkennungssystem geeignet ist, Entwicklungen, die den Fortbestand der Gesellschaft gefährden, frühzeitig zu erkennen.

Der Jahresabschluss, der Lagebericht der Gesellschaft sowie der Bericht des Abschlussprüfers über dessen Prüfung lagen allen Aufsichtsratsmitgliedern rechtzeitig vor der Beschlussfassung und Billigung durch den Aufsichtsrat am 29. April 2021 vor. Der Abschlussprüfer berichtete dem Aufsichtsrat über den Verlauf und die wesentlichen Ergebnisse seiner Prüfungen im Rahmen der bilanzfeststellenden Aufsichtsratssitzung und stand diesem für Fragen, deren Erörterung und ergänzende Auskünfte zur Verfügung.

Der Aufsichtsrat hat nach eingehender Prüfung der Unterlagen und unter Berücksichtigung der Prüfungsberichte den Jahresabschluss in seiner Sitzung vom 29. April 2021 gebilligt. Damit ist der Jahresabschluss 2020 gemäß § 172 Satz 1 AktG festgestellt.

Abschließend möchte der Aufsichtsrat dem Vorstand sowie allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern von fashionette seinen Dank für die gute und vertrauensvolle Zusammenarbeit im vergangenen Jahr aussprechen. Ferner gilt der Dank auch allen Aktionärinnen und Aktionären für das entgegengebrachte Vertrauen.

Düsseldorf, 29. April 2021

Für den Aufsichtsrat



Dr. Oliver Serg

Vorsitzender des Aufsichtsrats

Der AUF SICHTSRAT



Dr. Oliver Serg

Vorsitzender des Aufsichtsrats



Stefan Schütze

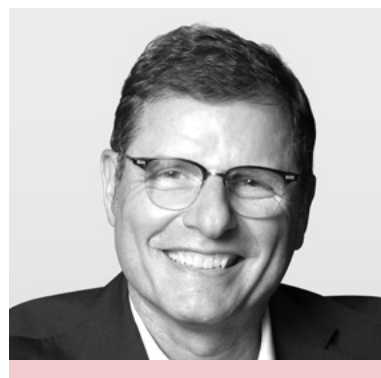
Stellvertretender Vorsitzender



Christian van der Bosch



Karoline Huber



Rolf Sigmund



LAGEBERICHT

02

Lagebericht

Grundlagen des Unternehmens	32
Wirtschaftsbericht	36
Chancen- und Risikobericht	43
Prognosebericht	47

Grundlagen des UNTERNEHMENS

Geschichte von fashionette

Die Wurzeln der fashionette AG reichen bis ins Jahr 2008 zurück. Unter fashionette.de erfolgte 2009 der offizielle Start der Website. Der Fokus des Angebots lag von Anfang an auf Premium- und Luxus-Modeaccessoires. Bereits 2013 erreichte fashionette mit Umsatzerlösen von EUR 13 Mio. operativ die Gewinnschwelle und schaltete 2014 die ersten TV-Spots. Mit einem neuen Logistikkonzept und einem kontinuierlich an den aktuellen Zeitgeist angepassten Erscheinungsbild der Website generierte fashionette 2017 schon mehr als EUR 50 Mio. Umsatz.

Geschäftsmodell

fashionette ist eine führende europäische datengesteuerte Online-Plattform für Premium- und Luxus-Modeaccessoires. Der Schwerpunkt von fashionette liegt darin, den personalisierten Online-Einkauf von Premium- und Luxus-Modeaccessoires für alle Kund*innen in Europa zugänglich zu machen. Laut Marktforschungsunternehmen Statista ist fashionette sowohl der bekannteste Online-Shop für Designer-Handtaschen in Deutschland als auch die erste Anlaufstelle beim Kauf von Designer-Handtaschen. Seit Gründung des Unternehmens 2008 hat sich die Marke in acht Ländern etabliert – und gehört laut Marktforschungsinstitut Innofact heute zu den beliebtesten Online-Shops im deutschsprachigen Raum für Designertaschen, -schuhe und -accessoires sowie Sonnenbrillen, Uhren und

Schmuck. Mit rund 14.000 Produkten von mehr als 180 internationalen Marken verfügt fashionette bereits heute über eines der relevantesten Sortimente im Markt. fashionette weist ein jährliches, zweistelliges organisches Wachstum mit einer mehrjährigen Erfolgsbilanz der EBITDA-Profitabilität seit 2013 auf.

Das datengesteuerte Geschäftsmodell von fashionette trägt wesentlich zur Profitabilität bei und basiert auf intelligenten Algorithmen u. a. für eine effiziente Bestandsverwaltung sowie ein personalisiertes Einkaufserlebnis durch maßgeschneiderte Marketingkampagnen und eine kuratierte Produktauswahl. Der Fokus von fashionette liegt dabei auf der Verknüpfung des kuratierten Sortiments an Designeraccessoires mit den persönlichen Vorstellungen und Wünschen jeder Kundin. So zahlen sich Aufwendungen zur Kund*innenakquisition bereits mit der ersten Bestellung aus. Nach Einschätzung von fashionette führt ein bestmögliches Einkaufserlebnis zu steigenden Bestellvolumina und spiegelt sich mit zunehmendem Kund*innenvertrauen im Laufe der Zeit auch im Wachstum des durchschnittlichen Warenkorbs wider.

Mit seiner Service- und Preis-Garantie arbeitet fashionette transparent und strebt danach, seinen Kund*innen eine ausgezeichnete Qualität und ein unvergessliches Shopperlebnis

zu liefern. So wird der Einkauf bei fashionette ein Teil des individuellen Lifestyles. Das Ziel ist der Ausbau individualisierter Services, um das digitale Shopperlebnis inspirierender, komfortabler und persönlicher zu gestalten. Dazu baut fashionette die lokalen Websites und Dienstleistungsangebote in ganz Europa weiter aus.

Geschäftstätigkeit

Ein wichtiger Erfolgsfaktor von fashionette basiert nach Ansicht des Unternehmens auf dem eigens entwickelten Webshop-Konzept: Die proprietäre Technologieplattform unterstützt maßgeblich alle datengetriebenen Geschäftsprozesse und garantiert reibungslose Skalierbarkeit. Bei fashionette werden hochmoderne Technologie und komplexe Analysen durch künstliche Intelligenz mit dem Ziel eingesetzt, dem wachsenden Anspruch der Kund*innen an ein sehr persönliches Shopperlebnis mehr als nur gerecht zu werden.

Abgestimmt auf ihre persönlichen Präferenzen erhält jede Kundin eine zu ihr passende Auswahl an gefragten hochwertigen Premium- und Luxus-Modeaccessoires, um ihre Outfits zu vervollständigen. Die vorgeschlagenen Produkte gehen über kurzfristige Modetrends hinaus und besitzen mit zeitlosen Marken eine lang anhaltende Anziehungskraft. fashionette verfolgt dabei den Anspruch, ein breites, aber gut sortiertes und kuratiertes Sortiment an Premium- und Luxus-Modeaccessoires anzubieten. Dazu wählen die fashionette-Stilexperten die passenden Produkte aus und ergänzen so das individuelle Styling.

fashionette ist überzeugt davon mit seiner sicheren, robusten und skalierbaren IT-Plattform gleichzeitig die operative Effizienz und Effek-

tivität ständig verbessern zu können. Daraus resultieren zielgerichtete und automatisierte Marketingkampagnen, die vereinfachte Steuerung der Auswahl- und Entscheidungsprozesse des Einkaufs und die aktive Unterstützung der Verwaltung des Lagerbestands. Die Skalierungsfähigkeit schließt auch die erforderliche Qualität in der Erstellung von Content für den Webshop ein, beispielsweise Produktfotos und -beschreibungen. Die skalierbaren Ergebnisse minimieren die Abhängigkeit von Drittanbietern und schaffen die notwendige Flexibilität, um auf Marktveränderungen und Chancen zeitnah zu reagieren. Darin sieht fashionette einen profitablen Wettbewerbsvorsprung.

fashionette ist überzeugt, dass die Kombination aus hoher Kund*innenzufriedenheit und Attraktivität der Auswahl an Premium- und Luxus-Modeaccessoires der entscheidende Schlüsselfaktor für erstklassige Kund*innenbindung und langfristigen Unternehmenserfolg ist.

fashionette
AUF EINEN BLICK

EUR 94,8 Mio.

Nettoumsatzerlöse 2020

240k

Neukund*innen

608k

Bestellungen in 2020

39,8 Mio.

Seitenaufrufe in 2020

39,6 %

Bruttoergebnismarge

9,4 %

EBITDA-Marge bereinigt

Steuerungssystem

Finanzielle Leistungsindikatoren

Die wichtigsten finanziellen Leistungsindikatoren zur Steuerung der fashionette AG sind Nettoumsatzerlöse, Bruttoergebnis und Bruttoergebnismarge, berichtetes EBITDA und berichtete EBITDA-Marge sowie bereinigtes EBITDA und bereinigte EBITDA-Marge.

NICHT FINANZIELLE LEISTUNGSINDIKATOREN	2020	2019	Δ
Seitenaufrufe (in tausend)	39.833	27.292	46 %
Mobile Seitenaufrufe (Anteil in %)	81,8 %	77,3 %	5,8 %
Anzahl der Bestellungen (in tausend)	608	417	45,6 %
Durchschnittlicher Warenkorb (in EUR)	261	306	-14,7 %
Aktive Kund*innen (in tausend, LTM)	357	239	49,4 %
Neukund*innen (in tausend)	240	147	63,3 %

Nicht finanzielle Leistungsindikatoren

Die wichtigsten nicht finanziellen Leistungsindikatoren für die Steuerung der fashionette AG sind Seitenaufrufe, Anteil mobile Seitenaufrufe, Anzahl Bestellungen, Bestellwert, durchschnittlicher Warenkorb, Anzahl aktive Kund*innen sowie Anzahl Neukund*innen.

Seitenaufrufe

Anzahl der täglichen eindeutigen Seitenaufrufe von einem Gerät und einer Quelle auf einer Domain.

Mobile Seitenaufrufe (Anteil in %)

Verhältnis der Seitenaufrufe über ein mobiles Gerät zur Gesamtanzahl der Seitenaufrufe.

Anzahl der Bestellungen

Anzahl der Kund*innenbestellungen auf einer der Websites der fashionette AG nach Stornierungen und vor Retouren. Die Erfassung erfolgt am Tag der Bestellung, sodass erfasste und ausgelieferte Bestellungen voneinander abweichen können.

Bestellwert

Gesamtbetrag der Bestellungen auf einer der Websites der fashionette AG nach Stornierungen und vor Retouren.

Durchschnittlicher Warenkorb

Verhältnis des Bestellwerts zur Anzahl der Bestellungen.

Aktive Kund*innen

(Vergangene zwölf Monate, LTM)

Anzahl von Kund*innen mit mindestens einer Bestellung in den vergangenen zwölf Monaten über eine Website der fashionette AG vor Retouren.

Neukund*innen

Anzahl von Kund*innen mit Erstbestellungen über eine Website der fashionette AG vor Retouren.

WIRTSCHAFTSBERICHT

Gesamtwirtschaftliche Entwicklung

fashionette ist in acht europäischen Ländern im Online-Handel für Premium- und Luxus-Modeaccessoires tätig. Die konjunkturelle Entwicklung in Deutschland und Europa sowie die Rahmenbedingungen im Marktsegment für Premium- und Luxus-Modeaccessoires sind damit für fashionette von großer Bedeutung.

Im Geschäftsjahr 2020 wirkte sich die COVID-19-Pandemie laut Internationalem Währungsfond (IWF) weniger stark auf die globale Wirtschaftstätigkeit aus als noch im Oktober angenommen. Dazu trug in den fortgeschrittenen Volkswirtschaften eine akkommodierende Steuer- sowie expansive Geldpolitik bei. Nach einer über den Erwartungen liegenden Erholung von den Auswirkungen des April-Lockdowns im zweiten und dritten Quartal zeigte sich die Weltwirtschaft mit der wieder zunehmenden Ausbreitung der Pandemie zum Jahresende weiter anfällig für Rückschläge. Laut IWF schrumpfte die Weltwirtschaft infolge der Coronavirus-Pandemie 2020 um 3,5 %. Das entspricht unter Berücksichtigung einer unerwartet starken Erholung im zweiten Halbjahr einer Anhebung gegenüber dem IWF-Oktober-Ausblick um 0,9 Prozentpunkte. Nach einer Expansionsrate von 2,9 % im Vorjahr war der IWF zu Beginn des Geschäftsjahres 2020 noch von einem Wachstum der Weltwirtschaft um 3,3 % ausgegangen.

Für den Euroraum hob der IWF die Prognose infolge eines unerwartet geringeren BIP-Rückgangs im zweiten und dritten Quartal sowie in Reaktion auf Hilfsprogramme der Europäischen Union und der Mitgliedsländer sogar um 1,0 Prozentpunkte an. Die im Dezember 2020 erzielte Einigung über die Austrittsbedingungen des Vereinigten Königreichs aus der Europäischen Union räumte ein wesentliches Risiko der wirtschaftlichen Entwicklung aus. Mit der Verlangsamung der Erholung sowie steigenden Infektionszahlen und erneuten Eindämmungsmaßnahmen im vierten Quartal rechnet der IWF im Euroraum mit einem Rückgang des BIP um 7,2 % für das Gesamtjahr 2020.

In Deutschland erwartet der IWF nach einer Prognoseanhebung um 0,7 Prozentpunkte einen Rückgang der Wirtschaftsleistung von 5,4 % für das Gesamtjahr 2020. Der Ausbruch der Coronavirus-Pandemie beendete damit eine zehnjährige Wachstumsphase der deutschen Wirtschaft. Dabei fiel der konjunkturelle Einbruch weniger stark aus als in der Finanz- und Wirtschaftskrise 2008/2009 mit -5,7 %, hinterließ aber laut Statistischem Bundesamt (Destatis) deutliche Spuren in allen Wirtschaftssegmenten. Sowohl in Dienstleistungsbereichen als auch im produzierenden Gewerbe war die Produktion massiv eingeschränkt. Bei einem besonders drastischen Einbruch von insgesamt 6,3 %,

verlief die Entwicklung in den einzelnen Dienstleistungsbereichen uneinheitlich. So nahm der Onlinehandel deutlich zu, während der stationäre Handel zum Teil ein tiefes Minus verbuchte. Die privaten Konsumausgaben, zuvor eine Stütze der Wirtschaft, gingen 2020 mit 6,0 % so stark zurück wie noch nie seit Beginn der statistischen Erhebungen. Mit einem Rückgang der Beschäftigtenzahlen um 1,1 % beendete die Coronavirus-Pandemie auch einen 14-jährigen Aufwärtstrend am Arbeitsmarkt.

Branchenbedingungen

Laut Unternehmensberatung Bain & Company verzeichnete der globale Markt für Luxusgüter 2020 infolge des Pandemie-bedingten Wirtschaftsabschwungs und der damit verbundenen Kürzung der Konsumausgaben die erste Rezession seit mehr als 10 Jahren. Der Umsatz mit Luxusgütern sank um rund 23 % auf EUR 217 Mrd. und wirkte sich branchenweit überproportional auf die Profitabilität aus. So ging das operative Ergebnis der global tätigen Luxusgüterunternehmen 2020 um durchschnittlich rund 60 % zurück und die Marge nahm von 21 % auf 12 % ab. Während der europäische Luxusgütermarkt ein Umsatzminus von 36 % auf EUR 57 Mrd. verbuchte, war das Konsumverhalten europäischer Konsumenten im internationalen Vergleich deutlich widerstandsfähiger.

Der globale Trend vom Offline- zum Online-Handel beschleunigte sich 2020 im Luxusgütermarkt mit nahezu einer Verdoppelung des Anteils online getätigter Einkäufe gegenüber dem Vorjahr auf 23%. Den stärksten Anstieg mit einem Plus von rund 60 % erzielten Schuhe und Hautpflegeprodukte. Damit verbunden investierten die Unternehmen im Wesentlichen zunehmend in digitales und

kundenorientiertes Marketing sowie in Online-Shop-Systeme, während die Entwicklung im stationären Einzelhandel von Kostensparmaßnahmen und der Verschiebung von Geschäftseröffnungen geprägt war.

In Deutschland wuchs der Umsatz im E-Commerce 2020 um 14,6 % auf EUR 83 Mrd. und lag laut Bundesverband E-Commerce und Versandhandel (bevh) trotz der Corona-Pandemie-bedingten Stagnation im ersten Quartal 3,3 Prozentpunkte über dem durchschnittlichen Wachstum der drei vorangegangenen Jahre von 11,3 %. Dabei stieg auch die Nutzung des E-Commerce in allen Altersgruppen der deutschen Gesellschaft. So beabsichtigten fast 75 % der Onlinekunden künftig mehr als einmal pro Woche im E-Commerce zu bestellen, 2019 waren es noch rund 50 %.

Aufgeschlüsselt nach Warengruppen lag die Kategorie „Bekleidung und Schuhe“ 2020 mit einem Wachstum von 13,2 % auf einen Gesamtumsatz von EUR 21 Mrd. weiterhin auf dem Spitzenplatz. Für den bevh sind die sehr hohen Bestellungen nicht nur Ergebnis der Lockdowns, sondern insbesondere auf die logistische Exzellenz der Händler und Versandunternehmen zurückzuführen, die in der Wahrnehmung der Kunden trotz der Herausforderungen der Pandemie um weitere 0,8 Prozentpunkt gegenüber dem Vorjahr auf über 95,3 % gesteigert werden konnte.

Geschäftsverlauf

Im Geschäftsjahr 2020 erzielte die fashionette AG mit Steigerungen in allen Produktkategorien ein Wachstum der Nettoumsatzerlöse nach Gutschriften für Retouren und Rabatte von 29,6 % auf TEUR 94.812 (2019: TEUR 73.160). Zum Umsatzwachstum trugen insbesondere die um 63,3 % gestiegenen Neukund*innenzahlen bei, sowie der damit verbundene Anstieg aktiver Kunden*innen.

Mit einem Anteil am Nettoumsatz von 85,0 % (2019: 88,6 %) verzeichnete die DACH-Region als weiterhin wichtigster geografischer Markt für fashionette ein Wachstum von 25,5 %. Doch auch die nicht-deutschsprachigen Länder gewinnen mit einem Wachstum von 72 %

auf TEUR 14.150 (2019: TEUR 8.227) immer mehr an Bedeutung. Mit dem Neukund*innenwachstum stieg die Anzahl der Bestellungen um 45,6 % auf 607.687 (2019: 417.478). Zum Ende des Geschäftsjahres 2020 verzeichnete fashionette 357.084 aktive Kund*innen (31. Dezember 2019: 238.514).

Dabei wirkten sich unterschiedliche Preisspannen in den Kategorien durch den geplanten Volumenausbau in margenschwächere Kategorien auf die Bruttoergebnismarge von 39,6 % (2019: 40,9 %) aus. Insgesamt stieg das Bruttoergebnis um 25,5 % auf TEUR 37.514 (2019: TEUR 29.894).

Gewinn- und Verlustrechnung (verkürzt)

	2020 TEUR	2019 TEUR	Δ
Bruttoumsatzerlöse	162.584	128.698	26,3 %
Gutschriften	67.772	55.538	22,0 %
Nettoumsatzerlöse	94.812	73.160	29,6 %
Materialaufwand / Aufwand bezogene Waren	57.298	43.267	32,4 %
Bruttoergebnis	37.514	29.894	25,5 %
Bruttoergebnismarge	39,6 %	40,9 %	-1,3 PP
Sonstige betriebliche Erträge	1.705	1.061	60,7 %
Personalaufwand	7.500	6.677	12,3 %
Sonstige betriebliche Aufwendungen	25.838	17.507	47,6 %
EBITDA (berichtet)	5.881	6.771	-13,1 %
EBITDA-Marge (berichtet)	6,2 %	9,3 %	-3,1 PP

Das im Wesentlichen um Einmaleffekte für den Börsengang bereinigte Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) stieg im abgelaufenen Geschäftsjahr 2020 um 24,5 % auf TEUR 8.894 (2019: TEUR 7.146) bei einer bereinigten EBITDA-Marge von 9,4 % (2019: 9,8 %). Das berichtete EBITDA sank um 13,1 % auf TEUR 5.881 (2019: TEUR 6.771) bei einer berichteten EBITDA-Marge von 6,2 % (2019: 9,3 %).

Sondereffekte sind im Wesentlichen in Form von Aufwendungen für den Börsengang der fashionette AG im vierten Quartal 2020 sowie für projektbezogene Ausschreibungen und Beratung in Verbindung mit Logistikdienstleistungen von insgesamt TEUR 3.013 (2019: TEUR 375) enthalten. Diese Sondereffekte werden im bereinigten EBITDA nicht berücksichtigt.

Die Überleitung auf das bereinigte EBITDA und die Verteilung der Sondereffekte auf die Posten der Gewinn- und Verlustrechnung stellt sich wie folgt dar:

Überleitung EBITDA (bereinigt)

	2020 TEUR	2019 TEUR	Δ
Einmaleffekte			
Aufwendungen und Erträge i. V. m. Börsengang	2.699	0	
Einmalige Beratungsaufwendungen	156	183	
Aufwendungen nicht der Geschäftstätigkeit zuordenbar	158	191	
Summe Einmaleffekte	3.013	375	
EBITDA (bereinigt)	8.894	7.146	24,5 %
EBITDA-Marge (bereinigt)	9,4 %	9,8 %	-0,4 PP

Wirtschaftslage

Ertragslage

Im Geschäftsjahr 2020 erzielte die fashionette AG ein Wachstum der Nettoumsatzerlöse nach Gutscheinen für Retouren und Rabatte von 29,6 % auf TEUR 94.812 (2019: TEUR 73.160). Zum Umsatzwachstum trugen insbesondere die um 63,3 % gestiegenen Neukund*innenzahlen bei.

Der Materialaufwand erhöhte sich volumenbedingt um 32,4 % auf TEUR 57.298 (2019: TEUR 43.267).

Sonstige betrieblichen Erträge stiegen insbesondere durch Einmaleffekte im Rahmen des IPO um 60,7 % auf TEUR 1.705 (2019: TEUR 1.061).

Der Personalaufwand erhöhte sich im Berichtsjahr aufgrund des Anstiegs der durchschnittlichen Mitarbeiter*innenzahlen um 8,8 % auf 148 Beschäftigte (31. Dezember 2019: 136) um 12,3 % auf insgesamt TEUR 7.500 (2019: TEUR 6.677).

Die Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen lagen mit TEUR 2.434 auf Vorjahresniveau (2019: TEUR 2.501). Davon entfielen TEUR 1.415 auf die nach HGB linear vorzunehmenden Abschreibungen des Geschäfts- oder Firmenwerts (2019: TEUR 1.416).

Sonstige betriebliche Aufwendungen erhöhten sich durch den Anstieg der Vertriebs-, Marketing- und übrigen betrieblichen Kosten um 47,6 % auf TEUR 25.838 (2019: TEUR 17.506). In den übrigen betrieblichen Kosten sind IPO-Aufwendungen von TEUR 2.834 enthalten. Die

Marketingkosten sind im Verhältnis zum Nettoumsatz um 0,7 Prozentpunkte auf 9,6 % gesunken, die Vertriebskosten um 0,9 Prozentpunkte auf 7,1 % gestiegen.

Finanzlage

Das Finanz- und Liquiditätsmanagement spielt eine entscheidende Rolle für das Wachstum der fashionette AG sowie die Begrenzung von finanziellen Risiken und die Optimierung der Kapitalkosten. Die Finanzierungsstrategie ist ausgerichtet auf die Sicherstellung der Liquidität für die Umsetzung der Unternehmensstrategie sowie den operativen Finanzbedarf.

Für das Geschäftsjahr 2020 ist keine Dividendenzahlung geplant. Die fashionette AG beabsichtigt, zukünftige Gewinne nach Abzug der gesetzlichen Rücklage weiterhin in die Entwicklung des Unternehmens zu investieren.

Im abgelaufenen Geschäftsjahr 2020 erwirtschaftete die fashionette AG einen nahezu verdreifachten Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit von TEUR 5.241 (2019: TEUR 1.843). Der Anstieg ist auf den höheren Jahresüberschuss bereinigt um die einmaligen Aufwendungen im Zusammenhang mit dem Börsengang sowie der Zunahme von Rückstellungen und Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen zurückzuführen.

Der Cashflow aus Investitionstätigkeit belief sich auf TEUR -685 (2019: TEUR -776) und spiegelt in erster Linie die aktivierten Entwicklungskosten für den firmeneigenen Webshop wider.

Im Cashflow aus Finanzierungstätigkeit in Höhe von TEUR 33.578 (2019: TEUR -1.500) sind im Wesentlichen die Emissionserlöse aus dem Börsengang und die damit verbundenen einmaligen Aufwendungen und Erträge der fashionette AG zu verzeichnen.

Liquiditätslage

Im Geschäftsjahr 2020 verbuchte die fashionette AG einen Zufluss an liquiden Mitteln von TEUR 38.134 (2019: TEUR -433). Der Finanzmittelfonds betrug TEUR 31.829 (31. Dezember 2019: TEUR -6.273). Zum Abschlussstichtag bestanden mit TEUR 6 keine nennenswerten kurzfristigen Verbindlichkeiten bei Kreditinstituten (31. Dezember 2019: TEUR 8.545) und wie im Vorjahr keine langfristigen Bankverbindlichkeiten. Bei den Hausbanken bestehen weiterhin unausgeschöpfte kurzfristige Kreditlinien von insgesamt TEUR 15.000.

Die fashionette AG verfügt über ausreichend liquide Mittel zur Finanzierung der weiteren Wachstumspläne.

Vermögenslage

Die Bilanzsumme der fashionette AG erhöhte sich zum Ende des Geschäftsjahres 2020 insbesondere infolge des Börsengangs der Gesellschaft im Oktober um 72,5 % auf TEUR 79.078 (31. Dezember 2019: TEUR 45.848).

Das Anlagevermögen verringerte sich im Wesentlichen durch planmäßige Abschreibung des Geschäfts- oder Firmenwerts um 9,6 % auf TEUR 16.253 (31. Dezember 2019: TEUR 17.983). Der Anteil des Anlagevermögens am Gesamtvermögen sank auf 20,6 % (31. Dezember 2019: 39,2 %).

Das Umlaufvermögen hat sich im Geschäftsjahr 2020 um TEUR 34.832 auf TEUR 62.112 (31. Dezember 2019: TEUR 27.280) erhöht. Das Vorratsvermögen stieg dabei um TEUR 5.913 auf TEUR 21.852 (31. Dezember 2019: TEUR 15.939). Zur Reduktion von Negativzinsen wurden im November 2020 TEUR 10.000 festverzinslich in Commercial Paper angelegt und als sonstige Wertpapiere ausgewiesen. Die Laufzeit beträgt drei Monate. Die liquiden Mittel stiegen im Geschäftsjahr 2020 um TEUR 19.562 auf TEUR 21.835 (31. Dezember 2019: TEUR 2.273) im Wesentlichen bedingt durch den Mittelzufluss in Verbindung mit dem Börsengang.

Das Eigenkapital stieg insbesondere im Zusammenhang mit dem Börsengang um 134,5 % auf TEUR 66.369 (31. Dezember 2019: TEUR 28.297). Damit verbesserte sich die starke Eigenkapitalquote weiter auf 83,9 % (31. Dezember 2019: 61,7 %) und spiegelt den langjährig profitablen Charakter des Geschäftsmodells wider.

Die Rückstellungen reduzierten sich um 10,5 % auf TEUR 1.074 (31. Dezember 2019: TEUR 1.201). Dabei betragen die Steuerrückstellungen aufgrund hoher Vorauszahlungen TEUR 0 (31. Dezember 2019: TEUR 793). Die sonstigen Rückstellungen erhöhten sich im Wesentlichen durch ausstehende Rechnungen, Personalkosten sowie Prüfungs- und Abschlusskosten auf TEUR 1.074 (31. Dezember 2019: TEUR 408).

Die Verbindlichkeiten verringerten sich um 28,8 % auf TEUR 11.635 (31. Dezember 2019: TEUR 16.350). Dieser Rückgang resultiert im Wesentlichen aus der Abnahme der Verbind-

lichkeiten gegenüber Kreditinstituten um TEUR 8.539. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen, erhaltenen Anzahlungen auf Bestellungen und sonstigen Verbindlichkeiten erhöhten sich um 49,0 % auf TEUR 11.629 (31. Dezember 2019: TEUR 7.805). Der Anteil der Verbindlichkeiten am Gesamtkapital sank auf 14,7 % (31. Dezember 2019: 35,7 %).

Gesamtaussage des Vorstands zur wirtschaftlichen Entwicklung

Die fashionette AG hat sich 2020 sehr erfolgreich entwickelt. Mit dem erfolgreichen Börsengang war das abgelaufene Geschäftsjahr eines der Wichtigsten in der Geschichte des Unternehmens, um auch international noch stärker als eine führende europäische datengesteuerte Online-Plattform für Premium- und Luxus-Modeaccessoires wahrgenommen zu werden.

Mit einem Anstieg von 29,6 % steigerte fashionette die Nettoumsatzerlöse 2020 deutlich. Die sehr positive Entwicklung der aktiven Kund*innenbasis mit einem Plus von 49 % ist insbesondere auf das signifikante Neukund*innenwachstum um 63 % zurückzuführen. Noch deutlicher fiel das Wachstum außerhalb unserer Kernmärkte Deutschland, Österreich und der Schweiz (DACH) mit 72 % aus.

Das starke Wachstum ist insbesondere auf die gestiegenen Neukund*innenzahlen zurückzuführen.

Das im Wesentlichen um Einmaleffekte für den Börsengang bereinigte Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) stieg im abgelaufenen Geschäftsjahr 2020 um 24,5 %. Die bereinigte EBITDA-Marge lag mit über 9 % etwa auf Vorjahresniveau.

Auf Gesamtjahressicht 2020 erzielte fashionette ein sehr starkes profitables Wachstum.

Die Prognose des Vorjahres, die von einer Umsatzsteigerung mindestens auf Vorjahresniveau ausging, konnte, aufgrund der gestiegenen Neukund*innenzahlen, nachfragebedingt deutlich übertroffen werden. Ebenso konnten die gleichbleibend erwarteten nicht finanziellen Leistungsindikatoren in fast allen Kategorien übertroffen werden. Lediglich bei dem durchschnittlichen Warenkorb (in EUR) ist ein Kategorie-Mix getriebener Rückgang zu verzeichnen.

Chancen- und RISIKOBERICHT

Im vorliegenden Risiko- und Chancenbericht werden die für fashionette wesentlichen Risiken und Chancen aufgeführt, die aktuell als am wahrscheinlichsten/risikoreichsten eingestuft werden.

Gesamtrisiko

Die wesentlichen Risiken für die Gesellschaft haben sich seit der Veröffentlichung des Wertpapierprospekts nicht verändert.

Bestandsgefährdende Risiken durch Zahlungsunfähigkeit oder Überschuldung sind nicht bekannt.

Risikomanagementsystem

Das Risikomanagement bei fashionette umfasst nicht nur Risiken, sondern auch Chancen. Ein Risiko ist definiert als ein zukünftiges Ereignis, bei dessen Eintreten eine negative Abweichung von Plan- zu Ist-Daten eintreten könnte. Demgegenüber ist eine Chance definiert als Ereignis, das zu einer positiven Abweichung der Unternehmensdaten führen könnte.

Der Vorstand der fashionette AG trägt die Gesamtverantwortung für die Einrichtung und Aufrechterhaltung eines effektiven Risikomanagementsystems und ist für die Entwicklung und Implementierung effektiver Maßnahmen

zur Minderung von Risiken und zur Ergreifung von Chancen innerhalb der entsprechenden Verantwortungsbereiche zuständig.

Das Ziel des Risikomanagementsystems als fester Bestandteil von systematischen Entscheidungsprozessen ist, durch die Schaffung von Transparenz, risiko- und chancenbewusste Handlungen für ein nachhaltiges Wachstum zu gewährleisten.

Die Identifizierung und Bewertung von Risiko- und Chancenpotenzialen erfolgen fortlaufend durch den Vorstand und in Abstimmung mit den entsprechenden Abteilungsleitern.

Darstellung wesentlicher Risiken

Liquiditätssituation

Finanzielle Risiken (Ausfallrisiko und Liquiditätsrisiko) sind aufgrund der aktuellen Liquiditätssituation nicht gegeben. fashionette verfügt zusätzlich zu den vorhandenen Finanzmitteln über zwei nicht in Anspruch genommene revolvingende Kreditlinien von jeweils TEUR 7.500.

Im Rahmen des Liquiditätsmanagements hat die Gesellschaft auch Vereinbarungen mit Factoring-Gesellschaften abgeschlossen, die das Ausfallrisiko der Schuldner tragen. Die Beendigung bestehender Factoring-Vereinbarungen könnte sich negativ auf die Liquiditätssituation

und auch auf die Umsatz- und Ertragslage auswirken.

fashionette ist überzeugt, auch künftig steigende Gewinne durch Umsatzwachstum und Profitabilitätssteigerungen zu erzielen und somit die laufende Geschäftstätigkeit und Investitionen in die internationale Expansion finanzieren zu können

Wettbewerbsintensität

„fashionette“ ist in einem dynamischen, fragmentierten und wettbewerbsintensiven Marktsegment tätig. Die vielfältigen Wettbewerber operieren unter verschiedenen Marken und umfassen sowohl im Online- als auch Offline-Handel Mode-Generalisten ebenso wie Spezialisten für Accessoires. Zudem sind die Lieferanten von fashionette überwiegend selbst Hersteller oder Händler mit einem eigenen Endkund*innenvertrieb. Daher ist mit zusätzlicher Wettbewerbsintensität zu rechnen, falls Lieferanten den kostengünstigeren Warenzugang für den Auf- und/oder Ausbau von Online-Shops nutzen sollten. Ein zunehmender Wettbewerb im europäischen Markt für Premium- und Luxus-Modeaccessoires könnte sich negativ auf das Unternehmenswachstum sowie die Umsatz- und Ertragslage und damit auch die Wettbewerbssituation auswirken.

fashionette ist überzeugt, mit dem proprietären, datengesteuerten Geschäftsmodell dynamisch und flexibel neue Trends, Nachfrageänderungen oder technologischen Fortschritt antizipieren zu können sowie Marktanteile gegenüber bestehenden und neuen Wettbewerbern zu sichern und auszubauen.

Lieferantenbeziehungen

Die Einstellung oder rechtliche und/oder wettbewerbliche Einschränkung von Einkaufsbeziehung mit relevanten Markeninhabern oder Lieferanten könnte für fashionette Auswirkungen auf die Absatzmöglichkeiten von Premium- und Luxus-Modeaccessoires haben und sich negativ auf die Umsatz- und Ertragslage und damit auch die Wettbewerbssituation auswirken.

fashionette ist überzeugt, als eine führende Online-Plattform für Premium- und Luxus-Handtaschen in Deutschland mit langjähriger Marktpräsenz sowie kontinuierlichen Investitionen in Marketing und Markenaufbau auch künftig zuverlässige Beziehungen zu zahlreichen Marken und Lieferanten in ganz Europa unterhalten zu können.

Markenführung

Bekanntheitsgrad und Reputation der Marke „fashionette“ bei Kund*innen und Lieferant*innen sind entscheidend für Wachstum und Wettbewerbsfähigkeit im europäischen Markt für Premium- und Luxus-Modeaccessoires, da der Marktanteil mit der Markenbekanntheit zusammenhängt. Auf das Kund*innenwachstum sowie das Kaufvolumen können sich folgende Faktoren negativ auswirken: Defizite bei der Darstellung der Premium- und Luxus-Modeaccessoires, Mängel beim Angebot von wettbewerbsfähigen Preisen und günstigen Konditionen oder bei der Zufriedenheit der Kund*innen über die Serviceorientierung von fashionette insbesondere bei Lieferung, Rücksendung und Bezahlung. Zudem könnte in einem zunehmenden Wettbewerb der Aufwand für die Markenführung steigen.

fashionette ist überzeugt, die Reputation der Gesellschaft und die Beliebtheit des Online-Shops durch einen exzellenten Kund*innen-service und ein Angebot qualitativ hochwertiger Premium- und Luxus-Modeaccessoires sichern und ausbauen zu können.

COVID-19-Pandemie

fashionette vertreibt Premium- und Luxus-Modeaccessoires in Deutschland, Österreich und der Schweiz sowie in ausgewählten europäischen Ländern und in Großbritannien. In Zeiten wirtschaftlicher Unsicherheit und in Rezessionen könnten wirtschaftliche Rahmenbedingungen der entsprechenden Märkte Kaufkraft und Konsumverhalten der Verbraucher*innen beeinträchtigen und sich infolge geringerer Online-Bestellungen negativ auf das Unternehmenswachstum und die Entwicklung der operativen Profitabilität auswirken. Insbesondere durch die COVID-19-Pandemie ist die weitere wirtschaftliche Entwicklung ungewiss und könnte zu Änderungen im Nachfrageverhalten führen.

fashionette ist überzeugt davon, mögliche Marktveränderungen bewältigen zu können und auch künftig vom Trend zum Online-Shopping sowie von Veränderungen im Einkaufsverhalten im Zusammenhang mit der COVID-19-Pandemie profitieren zu können.

Gesamtchancensituation

Die wesentlichen Chancen für die Gesellschaft haben sich seit der Veröffentlichung des Wertpapierprospekts nicht verändert.

Chancen, die zur signifikanten Übererfüllung der ehrgeizigen Ziele führen könnten, sind nicht bekannt.

Darstellung wesentlicher Chancen

Risiken, die sich auf die Wettbewerbssituation und wirtschaftliche Entwicklung der Gesellschaft auswirken können, stehen Chancen gegenüber, die das Potenzial darstellen, auch Wachstum und Profitabilität zu begünstigen.

Nachfrage für Premium- und Luxus-Modeaccessoires

fashionette verfügt mit der Positionierung im europäischen Markt für Premium- und Luxus-Modeaccessoires über ein bewährtes und profitables Geschäftsmodell. Dabei gilt fashionette laut Marktforschungsunternehmen Statista als erste Anlaufstelle in Deutschland beim Kauf einer Designer-Handtasche. Das Unternehmen kann davon sowie von einem beschleunigten Trend zum Online-Shopping mit Umsatz- und Ergebnissteigerungen profitieren. Dabei bietet der europäische Markt für Premium- und Luxus-Modeaccessoires aufgrund der geringeren Online-Durchdringung ein höheres Wachstumspotenzial gegenüber generalisierten Produktsegmenten und Märkten.

Proprietäre, datengesteuerte Plattform

Für die Nachfrage nach Premium- und Luxus-Modeaccessoires der Gesellschaft sind folgende Fähigkeiten der proprietären, datengesteuerten fashionette-Online-Plattform entscheidend: Bereitstellung eines relevanten und breiten Produktangebots, Schnelligkeit in der Auslieferung von Bestellungen, Attraktivität der Premium- und Luxus-Modeaccessoires und des Preisangebots sowie erfolgreiche Vermarktung der Produkte und Exzellenz des Kund*innerservices. Durch die Erweiterung des Angebots an Premium- und Luxus-Modeaccessoires, die Optimierung des Einkaufserlebnisses auf der fashionette-Plattform und die kontinuierliche

Fokussierung auf operative Exzellenz und hochwertigen Kund*innenservice ist fashionette überzeugt, weiter von einem Anstieg der Nachfrage nach Premium- und Luxus-Modeaccessoires profitieren zu können.

Markenbekanntheit

fashionette ist eine führende Online-Plattform für Premium- und Luxus-Handtaschen in Deutschland mit hoher Markenbekanntheit. Laut Marktforschungsunternehmen Statista ist fashionette der bekannteste Online-Shop für Designer-Handtaschen in Deutschland. Die langjährige Marktpräsenz der Marke „fashionette“ und die kontinuierlichen Investitionen in Marketing und Markenaufbau haben es dem Unternehmen ermöglicht, viele langfristige Beziehungen zu zahlreichen Marken und Lieferanten in Europa aufzubauen und damit Markteintrittsbarrieren für neue Wettbewerber zu schaffen. Die Möglichkeit, Premium- und Luxus-Modeaccessoires verschiedener Marken zu vergleichen, aktuelle Trends zu erkennen und dabei das Risiko von Produktfälschungen zu minimieren, trägt zum Vertrauen in die Marke „fashionette“ und damit zu deren Bekanntheit bei. fashionette ist überzeugt, dass Website-Besucher*innen durch das Kund*innenerlebnis zu aktiven Kund*innen werden sowie entsprechende Wiederholungskäufe gestärkt werden und damit entscheidend zu Umsatz und operativem Ergebnis beitragen können.

Kund*innenbindung

fashionette ist überzeugt, mit einem inspirierenden Kund*innenerlebnis die Kund*innenbindung zu erhöhen sowie loyale und dauerhafte Beziehungen zu ihren Kund*innen aufzubauen. Die Kund*innenbindung ist maßgeblich, um die Häufigkeit von Wiederholungskäufen und infol-

gedessen das Auftragsvolumen bei geringeren Marketingkosten im Verhältnis zum Umsatz zu steigern. Zur Erhöhung des durchschnittlichen Bestellwerts erweitert die Gesellschaft die Auswahl der bestehenden Produktkategorien kontinuierlich und investiert zusätzlich in nutzenbringende Inhalte sowie ein weiter verbessertes Kund*innenerlebnis. fashionette ist überzeugt, bei der Steigerung des durchschnittlichen Bestellwerts gleichzeitig sowohl beträchtliche Marketinginvestitionen tätigen zu können als auch die operative Profitabilität zu steigern.

PROGNOSEBERICHT

Künftige gesamtwirtschaftliche und branchenbezogene Situation

Die globale Wirtschaft wird nach einem Rückgang im abgelaufenen Jahr von 3,5 % laut Internationalem Währungsfonds (IWF) in 2021 wieder um 5,5 % wachsen. Dabei soll das Wachstum um 0,3 Prozentpunkte stärker ausfallen als in der WEO-Prognose vom Oktober 2020 angenommen. Die Prognoseanhebung entfällt besonders deutlich für die fortgeschrittenen Volkswirtschaften aus und spiegelt die zusätzliche politische Unterstützung wider. In Verbindung mit der voraussichtlich breiten Verfügbarkeit von Impfstoffen im Sommer 2021 soll der Produktionsverlust in den Industrienationen im Vergleich zum Vorkrisenniveau geringer ausfallen als angenommen. Dabei rechnet der IWF in den USA und Japan mit einer vollständigen Erholung bereits in der zweiten Jahreshälfte 2021, im Euroraum und dem Vereinigten Königreich ab 2022.

Für den Euroraum senkte der IWF die Prognose für 2021 aufgrund schwächerer wirtschaftlicher Aktivität ab Ende des abgelaufenen Geschäftsjahres infolge wieder steigender Infektionszahlen und erneuter Lockdowns sogar um 1,0 Prozentpunkte. Auf Gesamtjahressicht 2021 rechnet der IWF im Euroraum mit einem Anstieg des Bruttoinlandsprodukts (BIP) von 4,2 % und damit unterhalb des Vor-Corona-Niveaus von 2019.

In Deutschland erwartet der IWF nach einer Prognosesenkung um 0,7 Prozentpunkte einen

Anstieg der Wirtschaftsleistung von 3,5 % für das Gesamtjahr 2021.

Laut Unternehmensberatung Bain & Company wird der globale Markt für Luxusgüter 2021 voraussichtlich um bis zu 20 % auf EUR 260 Mrd. wachsen und das Niveau vor der Coronavirus-Pandemie wieder zwischen 2022 und 2023 erreichen. Erfolgsentscheidend wird dabei die Fähigkeit sein, die Kund*innenbedürfnis rechtzeitig zu antizipieren.

Operativ werden die global tätigen Luxusgüterunternehmen laut Bain & Company 2021 zwar rund 50 % der im abgelaufenen Geschäftsjahr erwirtschafteten Verluste wieder aufholen können, aber immer noch rund ein Viertel unter dem Niveau von 2019 liegen. Dabei sollen die Margen wieder auf durchschnittlich rund 17 % steigen, während vor der Pandemie noch bis zu 21 % erreicht wurden.

Der globale Trend vom Offline- zum Online-Handel wird sich laut Bain & Company im Luxusgütermarkt auch weiter beschleunigen und in den kommenden Jahren von allen Vertriebswegen am stärksten wachsen.

Die deutsche E-Commerce-Branche erwartet einen großen Teil der Corona-bedingt zusätzlichen Nachfrage auch 2021 halten zu können, wenn die Geschäfte wieder öffnen. So rechnet der Bundesverband E-Commerce und Versand-

handel (bev) mit einem Umsatzwachstum von rund 13 % auf über EUR 100 Mrd.

Künftige Entwicklung des Unternehmens

Der Vorstand der fashionette AG geht mit Zuversicht und Dynamik in das Jahr 2021. Das signifikante internationale Wachstum im abgelaufenen Geschäftsjahr unterstreicht nach Ansicht des Vorstands das große Expansionspotenzial von fashionette.

Für fashionette steht das Käuferlebnis der Kund*innen im Fokus. So soll den Kund*innen nicht nur das geboten werden, was sie suchen, sondern ebenso Ideen zur Kombination mit weiteren Fashionprodukten, um den perfekten Look zu finden oder zu ergänzen. Der Vorstand ist überzeugt, dass ein personalisiertes Einkaufserlebnis und kuratierte Produktauswahl durch die selbstentwickelte Online-Plattform der fashionette AG den Unterschied in einem dynamisch wachsenden Markt machen.

Dabei bietet das Zusammenspiel der proprietären Technologieplattform und der finanziellen Flexibilität durch den Börsengang nach Ansicht des Vorstands exzellente Rahmenbedingungen, um die Skalierung von fashionette noch stärker voranzutreiben. Der Vorstand rechnet damit, weiter von der beschleunigten Verschiebung des stationären Einzelhandels hin zum E-Commerce im europäischen Markt-Segment für Premium- und Luxus-Modeaccessoires zu profitieren.

Daher verfolgt die fashionette AG das Ziel, deutlich schneller zu wachsen als der Online-Modemarkt und den Marktanteil des Unternehmens weiter zu erhöhen, um so Europas führende Online-Plattform für hochwertige Mode-

accessoires im Premium- und Luxussegment zu werden. Der Vorstand ist überzeugt, mit dieser Strategie, den Wert des Unternehmens langfristig zu maximieren.

Die Wachstumsstrategie der fashionette AG fußt dabei auf drei Säulen. Der Vorstand beabsichtigt, die geografische Expansion sowie den Ausbau des Produktsortiments in bestehende und verwandte Produktkategorien sowohl durch organisches Wachstum als auch durch selektive Akquisitionen weiter voranzutreiben. Bereits im laufenden Geschäftsjahr soll die Einführung einer wettbewerbsfähigen Auswahl an Schönheits- und Pflegeprodukten erfolgen, um von zusätzlichen Cross-Selling-Möglichkeiten zu profitieren.

Ein weiterer Entwicklungsschritt wird 2021 die Ausweitung des datengesteuerten Geschäftsmodells auf weitere Prozesse sein. So sollen die Abläufe noch effizienter aufgestellt und gleichzeitig den Kund*innen ein personalisiertes und außergewöhnliches Einkaufserlebnis geboten werden, das sie in dieser Form nur bei fashionette haben.

Die Anzahl Neukund*innen soll im Jahr 2021 ca. 20 % - 30 % über dem Vorjahr liegen und den aktiven Kund*innenstamm weiter ausbauen. Auch bei den übrigen nicht finanziellen Leistungsindikatoren wird weiterhin von einer positiven Entwicklung wie im Vorjahr ausgegangen.

Für 2021 erwartet der Vorstand der fashionette AG einen Anstieg des Nettoumsatzes von rund 25 % bis 30 % auf rund EUR 118 Mio. bis EUR 123 Mio. Mit Investitionen in das weitere Wachstum, insbesondere für Marketingaufwendungen, wird bei einer bereinigten EBITDA-

Marge (bereinigter Gewinn vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen) im mittleren einstelligen Prozentbereich gerechnet.

Düsseldorf, 30. März 2021

Daniel Raab

Thomas Buhl

A woman with voluminous curly hair is shown from the waist up, looking off to the side with a slight smile. She is wearing a light grey turtleneck sweater and high-waisted, light-colored trousers with a matching belt. In her right hand, she holds a smartphone. A dark blue Coach bag with a repeating 'C' pattern and a gold-tone 'C' buckle is slung across her body. The background is a bright, out-of-focus outdoor setting.

ABSCHLUSS

03

Abschluss

Bilanz	52
Gewinn- und Verlustrechnung	54
Kapitalflussrechnung	55
Entwicklung des Anlagevermögens	56
Eigenkapitalveränderungsrechnung	57
Anhang	58

Bilanz

zum 31. Dezember 2020

AKTIVA in TEUR	31.12.2020	31.12.2019
A. ANLAGEVERMÖGEN		
I. Immaterielle Vermögensgegenstände		
1. Entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	1.275	2.087
2. Geschäfts- oder Firmenwert	14.149	15.564
3. Geleistete Anzahlungen	544	56
	15.968	17.707
II. Sachanlagen		
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	285	276
	16.253	17.983
B. UMLAUFVERMÖGEN		
I. Vorräte		
1. Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe	72	88
2. Waren	21.545	15.687
3. Geleistete Anzahlungen	236	164
	21.853	15.939
II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände		
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	7.636	8.497
2. Sonstige Vermögensgegenstände	788	571
	8.424	9.068
III. Wertpapiere		
Sonstige Wertpapiere	10.000	0
IV. Kassenbestand und Guthaben bei Kreditinstituten	21.835	2.273
	62.112	27.280
C. RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN	713	585
AKTIVA	79.078	45.848

PASSIVA in TEUR	31.12.2020	31.12.2019
A. EIGENKAPITAL		
I. Gezeichnetes Kapital	6.200	25
II. Kapitalrücklage	59.200	28.175
III. Bilanzgewinn	969	97
	66.369	28.297
B. RÜCKSTELLUNGEN		
1. Steuerrückstellungen	0	793
2. Sonstige Rückstellungen	1.074	408
	1.074	1.201
C. VERBINDLICHKEITEN		
1. Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	6	8.545
2. Erhaltene Anzahlungen auf Bestellungen	178	115
3. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	7.790	5.253
4. Sonstige Verbindlichkeiten	3.661	2.437
	11.635	16.350
PASSIVA	79.078	45.848

Gewinn- und Verlustrechnung

für den Zeitraum 1. Januar bis 31. Dezember 2020

in TEUR	2020	2019
1. Umsatzerlöse	94.812	73.160
a) Bruttoumsatzerlöse	162.584	128.698
b) abzgl. Gutschriften	67.772	55.538
2. Sonstige betriebliche Erträge	1.705	1.061
davon aus der Währungsumrechnung TEUR 368 (Vj. TEUR 215)		
	96.517	74.221
3. Materialaufwand		
Aufwendungen für bezogene Waren	57.298	43.267
4. Personalaufwand		
a) Löhne und Gehälter	6.487	5.703
b) Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung, davon für Altersversorgung TEUR 7 (Vj. TEUR 7)	1.013	974
5. Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	2.434	2.501
6. Sonstige betriebliche Aufwendungen	25.838	17.506
davon aus der Währungsumrechnung TEUR 529 (Vj. TEUR 255)		
	93.070	69.951
7. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	18	21
8. Abschreibungen auf Wertpapiere des Umlaufvermögens	9	0
9. Zinsen und ähnliche Aufwendungen	1.460	1.521
davon aus der Abzinsung von Rückstellungen TEUR 0,2 (Vj. TEUR 0,3)		
10. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	1.124	1.370
11. Ergebnis nach Steuern	872	1.400
12. Jahresüberschuss	872	1.400
13. Gewinn-/Verlustvortrag aus dem Vorjahr	97	-1.303
14. Bilanzgewinn	969	97

Kapitalflussrechnung

für den Zeitraum 1. Januar bis 31. Dezember 2020

in TEUR	2020	2019
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit		
Periodenergebnis	872	1.400
Abschreibungen / Zuschreibungen auf Gegenstände des Anlagevermögens	2.434	2.501
Zunahme / Abnahme der Rückstellungen	666	76
Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen / Erträge	32	-6
Zunahme / Abnahme der Vorräte, der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Aktiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	-5.313	-3.214
Zunahme / Abnahme der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva, die nicht Investitions- oder Finanzierungstätigkeiten zuzuordnen sind	3.557	-1.020
Gewinn / Verlust aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens	0	-2
Zinsaufwendungen / Zinserträge	1.442	1.500
Aufwendungen / Erträge von außergewöhnlicher Größenordnung oder außergewöhnlicher Bedeutung	2.215	0
Ertragsteueraufwand /-ertrag	1.124	1.370
Ertragsteuerzahlungen	-1.787	-762
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	5.241	1.843
Cashflow aus Investitionstätigkeit		
Auszahlungen für Investitionen in das immaterielle Anlagevermögen	-596	-742
Einzahlungen aus Abgängen von Gegenständen des Sachanlagevermögens	0	2
Auszahlungen für Investitionen in das Sachanlagevermögen	-107	-57
Erhaltene Zinsen	18	21
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-685	-776
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit		
Einzahlungen aus Eigenkapitalzuführungen von anderen Gesellschaftern	37.200	0
Einzahlungen im Zusammenhang mit Erträgen von außergewöhnlicher Größenordnung oder außergewöhnlichen Bedeutung	618	0
Auszahlungen im Zusammenhang mit Aufwendungen von außergewöhnlicher Größenordnung oder außergewöhnlichen Bedeutung	-2.833	0
Gezahlte Zinsen	-1.407	-1.500
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	33.578	-1.500
Finanzmittelfonds am Ende der Periode		
Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelfonds	38.134	-433
Wechselkurs- und bewertungsbedingte Änderungen des Finanzmittelfonds	-32	6
Finanzmittelfonds am Anfang der Periode	-6.273	-5.846
Finanzmittelfonds am Ende der Periode	31.829	-6.273
Zusammensetzung des Finanzmittelfonds		
Liquide Mittel	21.835	2.272
Wertpapiere	10.000	0
Kurzfristig fällige Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	-6	-8.545
Finanzmittelfonds am Ende der Periode	31.829	-6.273

Die im Finanzmittelfonds ausgewiesenen Wertpapiere haben eine Laufzeit von 3 Monaten und unterliegen einer Verfügungsbeschränkung bis zum 26. Februar 2021.

Entwicklung des Anlagevermögens

für den Zeitraum 1. Januar bis 31. Dezember 2020

in TEUR	Anschaffungskosten				31.12.2020
	01.01.2020	Zugänge	Umbuchungen	Abgänge	
Immaterielle Vermögensgegenstände					
Entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	5.143	95	13	0	5.251
Geschäfts- oder Firmenwert	21.227	0	0	0	21.227
Geleistete Anzahlungen	56	501	-13	0	544
Summe immaterielle Vermögensgegenstände	26.426	596	0	0	27.022
Technische Anlagen und Maschinen					
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	741	108	0	56	793
Summe Sachanlagen	741	108	0	56	793
Summe Anlagevermögen	27.167	704	0	56	27.815

in TEUR	Abschreibungen				Buchwerte	
	01.01.2020	Zugänge	Abgänge	31.12.2020	01.01.2020	31.12.2020
Immaterielle Vermögensgegenstände						
Entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	3.056	920	0	3.976	2.087	1.275
Geschäfts- oder Firmenwert	5.663	1.415	0	7.078	15.564	14.149
Geleistete Anzahlungen	0	0	0	0	56	544
Summe immaterielle Vermögensgegenstände	8.719	2.335	0	11.054	17.707	15.968
Technische Anlagen und Maschinen						
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	465	99	56	508	276	285
Summe Sachanlagen	465	99	56	508	276	285
Summe Anlagevermögen	9.184	2.434	56	11.562	17.983	16.253

Eigenkapitalveränderungsrechnung

zum 31. Dezember 2020

in TEUR	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklage (§ 272 (2) Nr.4 HGB)	Bilanzgewinn /-verlust	Summe Eigenkapital
Stand 31.12.2019	25	28.175	97	28.297
Kapitalerhöhung aus Gesellschaftsmitteln	4.975	-4.975	0	0
Ausgabe von Aktien	1.200	36.000	0	37.200
Jahresüberschuss/-fehlbetrag	0	0	872	872
Stand 31.12.2020	6.200	59.200	969	66.369

Anhang

für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2020 bis 31. Dezember 2020

A. Allgemeine Angaben

Die fashionette AG („Gesellschaft“) ist eine in Deutschland gegründete Kapitalgesellschaft mit Sitz in Düsseldorf, Deutschland. Die Gesellschaft ist unter der Firma fashionette AG im Handelsregister des Amtsgerichtes Düsseldorf unter der Nummer HRB 91139 eingetragen. Die Gesellschaft wurde mit Umwandlungsbeschluss vom 22. September 2020 und Handelsregistereintragung vom 01. Oktober 2020 von einer GmbH in eine Aktiengesellschaft umgewandelt.

Die fashionette AG ist eine Aktiengesellschaft nach dem deutschen Aktiengesetz. Die fashionette-Stammaktien sind seit dem 29. Oktober 2020 an der Wertpapierbörse in Frankfurt am Main (Segment Scale/Freiverkehr) notiert.

Der vorliegende Jahresabschluss wurde gemäß §§ 242 ff. und §§ 264 ff. HGB sowie nach den einschlägigen Vorschriften des Aktiengesetzes unter Anwendung der Going-Concern-Prämisse aufgestellt. Es gelten die Vorschriften für große Kapitalgesellschaften gem. § 267 Abs. 3 S. 2 HGB i. V. m. § 264 d HGB. Die Gliederung der Bilanz und der Gewinn- und Verlustrechnung entspricht den §§ 266, 275 HGB sowie §§ 150 ff. AktG. Umsatzerlöse werden in der Gewinn- und Verlustrechnung als Bruttoumsatzerlöse abzgl. Gutschriften dargestellt. Geschäftsjahr ist das Kalenderjahr.

Die Gewinn- und Verlustrechnung wurde wie im Vorjahr nach dem Gesamtkostenverfahren gem. § 275 Abs. 2 HGB aufgestellt.

Im Interesse einer besseren Klarheit und Übersichtlichkeit werden die nach den gesetzlichen Vorschriften bei den Posten der Bilanz und Gewinn- und Verlustrechnung anzubringenden Vermerke ebenso wie die Vermerke, die wahlweise in der Bilanz bzw. Gewinn- und Verlustrechnung oder im Anhang anzubringen sind, weitestgehend im Anhang aufgeführt.

Der Jahresabschluss wurde grundsätzlich nach den gleichen Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätzen wie im Vorjahr aufgestellt. Im Geschäftsjahr 2020 weist die Gesellschaft das Eigenkapital und die Gewinn- und Verlustrechnung entsprechend den aktienrechtlichen Ergänzungen zum Handelsgesetzbuch aus. Das Geschäftsjahr 2019 wurde ebenfalls entsprechend angepasst.

B. Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Für die Aufstellung des Jahresabschlusses waren im Wesentlichen unverändert die nachfolgenden Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden maßgebend.

Entgeltlich erworbene **immaterielle Vermögensgegenstände** des Anlagevermögens werden zu Anschaffungskosten aktiviert und ihrer voraussichtlichen Nutzungsdauer entsprechend planmäßig linear abgeschrieben.

Entgeltlich erworbene **Geschäfts- oder Firmenwerte** werden als Unterschiedsbetrag, um den der Wert der einzelnen Vermögensgegenstände

abzüglich der Schulden im Zeitpunkt der Unternehmensübernahme die Gegenleistung übersteigt, angesetzt und entsprechend ihre zeitlich begrenzte Nutzbarkeit planmäßig abgeschrieben.

Das **Sachanlagevermögen** ist zu Anschaffungskosten angesetzt und wird, soweit abnutzbar, um planmäßige Abschreibungen vermindert.

Die Vermögensgegenstände des Sachanlagevermögens werden nach Maßgabe der voraussichtlichen Nutzungsdauer auf Grundlage der wirtschaftlichen Nutzungsdauer abgeschrieben. Die Anlagegüter werden linear abgeschrieben. Geringwertige Anlagegüter zwischen EUR 250,00 - EUR 1.000,00 werden auf einem Konto gesammelt und über die Laufzeit von 5 Jahren linear abgeschrieben. Wirtschaftsgüter bis EUR 250,00 werden sofort abgeschrieben. Die Abschreibungen auf die Zugänge des Sachanlagevermögens werden im Übrigen zeitanteilig vorgenommen.

Die **Vorräte** werden mit den Anschaffungskosten bzw. zum Nennwert unter Beachtung des Niederstwertprinzips, angesetzt. Handelswaren mit verminderter Marktgängigkeit werden auf den niedrigeren beizulegenden Wert abgeschrieben.

Alle erkennbaren Risiken im **Vorratsvermögen**, die sich aus überdurchschnittlicher Lagerdauer, geminderter Verwertbarkeit und niedrigeren Wiederbeschaffungskosten ergeben, sind durch angemessene Abwertungen berücksichtigt.

Abgesehen von handelsüblichen Eigentumsvorbehalten und teilweisen Abtretungen des Warenbestandes zur Besicherung von Verbind-

lichkeiten gegenüber Kreditinstituten in Höhe von TEUR 6 (Vorjahr: TEUR 8.487) sind die Vorräte frei von Rechten Dritter.

Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände werden zum Nennwert angesetzt. Allen risikobehafteten Posten sind durch die Bildung angemessener Einzelwertberichtigungen Rechnung getragen; das allgemeine Kreditrisiko ist durch pauschale Abschläge berücksichtigt.

Die Gewinnrealisierung wird durch eine angemessene Abwertung der Forderungen in Höhe der zu erwartenden Retouren angepasst. Die Bildung erfolgt nach der Bruttomethode. Hiernach wird neben dem Gewinnanteil der Retoure auch der Materialaufwand der zu erwartenden Retouren berücksichtigt.

Die **sonstigen Wertpapiere** des Umlaufvermögens werden zu Anschaffungskosten oder gegebenenfalls nach § 253 Abs. 4 HGB zu niedrigeren Werten, die sich aus dem Kurs- / Nennwert am Stichtag ergeben, angesetzt.

Der **Kassenbestand** und die **Guthaben bei Kreditinstituten** werden mit dem Nennbetrag angesetzt.

Der aktive **Rechnungsabgrenzungsposten** beinhaltet Ausgaben vor dem Abschlussstichtag, soweit sie Aufwand für eine bestimmte Zeit danach darstellen. Es sind keine Positionen im Sinne § 250 Abs. 3 HGB enthalten.

Die **Steuerrückstellungen** und die **sonstigen Rückstellungen** berücksichtigen alle erkennbaren Risiken, drohende Verluste sowie ungewissen Verbindlichkeiten auf Grundlage einer vernünftigen kaufmännischen Beurteilung. Sie

werden mit dem notwendigen Erfüllungsbetrag bewertet, d. h. künftige Preis- und Kostensteigerungen werden berücksichtigt. Rückstellungsbeträge mit einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr werden grundsätzlich mit dem ihrer Restlaufzeit entsprechenden durchschnittlichen Marktzinssatz abgezinst.

Die **Verbindlichkeiten** bzw. **erhaltenen Anzahlungen** sind grundsätzlich mit dem Erfüllungsbetrag bzw. Nennwert angesetzt.

Der passive **Rechnungsabgrenzungsposten** beinhaltet Einnahmen vor dem Abschlussstichtag, soweit sie Erlöse für eine bestimmte Zeit danach darstellen.

Auf **fremde Währung lautende Vermögensgegenstände und Verbindlichkeiten** werden grundsätzlich am Abschlussstichtag mit dem Devisenkassamittelkurs umgerechnet. Bei einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr wurden dabei das Realisationsprinzip (§252 Abs. 1 Nr. 4 HB) und das Anschaffungskostenprinzip (§ 253 Abs. 1 Satz 1 HGB) beachtet.

Die in der Gewinn- und Verlustrechnung ausgewiesenen Davon-Vermerke bzgl. der Erträge und Aufwendungen aus Währungsumrechnung enthalten im Wesentlichen realisierte Währungskursdifferenzen.

C. Angaben zur Bilanz

Anlagevermögen

Die Entwicklung der einzelnen Posten des Anlagevermögens ist unter Angabe der Abschreibungen des Geschäftsjahres im Anlagenspiegel als Anlage des Anhangs dargestellt.

Der derivative Geschäfts- oder Firmenwert

wird über einen Zeitraum von 15 Jahren abgeschrieben, da davon ausgegangen wird, dass die übernommenen Kundenbeziehungen, die Marktstellung und das Know-how sich über diesen Zeitraum auswirken werden.

Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände

Alle Forderungen und sonstigen Vermögensgegenstände haben wie im Vorjahr eine Restlaufzeit von bis zu einem Jahr. Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen beinhalten wie im Vorjahr keine Forderungen gegen die Gesellschafter. Die Forderungen gegen Factoringunternehmen aus bereits verkauften, jedoch noch nicht bezahlten Kundenforderungen, werden unter den Forderungen aus Lieferungen und Leistungen ausgewiesen. Die sonstigen Vermögensgegenstände beinhalten im Wesentlichen Forderungen gegen Kreditoren aus Gutschriften, Werbekostenzuschüssen, Bonus-Vereinbarungen in Höhe von TEUR 469 (Vorjahr: TEUR 294) sowie Umsatzsteuer- und Vorsteuerforderungen in Höhe von TEUR 113 (Vorjahr: TEUR 61).

Sonstige Wertpapiere

Bei den sonstigen Wertpapieren in Höhe von TEUR 10.000 handelt es sich um eine kurzfristige risikofreie Geldanlage mit einer Laufzeit von 3 Monaten zur Reduktion von Verwahrtgelten.

Eigenkapital

Das gezeichnete Kapital der Gesellschaft beträgt zum 31. Dezember 2020 EUR 6.200.000,00 (Vorjahr: EUR 25.000,00). Das Grundkapital ist in 6.200.000,00 nennbetragslose Stückaktien mit einem Nominalwert von EUR 1,00 je Aktie eingeteilt. Die Gesellschaft hält keine eigenen Aktien.

Im Rahmen des Formwechsels wurden mit Beschluss vom 22. September 2020 aus der ausgewiesenen Kapitalrücklage EUR 4.975.000,00 in Stammkapital umgewandelt. Die Kapitalerhöhung erfolgte durch Neubildung von Geschäftsanteilen zu je EUR 1,00.

In einer außerordentlichen Hauptversammlung der Gesellschaft am 16. Oktober 2020 wurde eine Kapitalerhöhung gegen Bareinlage durch die Ausgabe von 1.200.000 neuen Aktien mit einem Nominalwert von EUR 1,00 je Aktie im Rahmen des geplanten und durchgeführten Börsengangs / IPO (Initial Public Offering) beschlossen.

Die Kapitalrücklagen betragen zum 31. Dezember 2020 TEUR 59.200 (Vorjahr: TEUR 28.175) und haben sich im Geschäftsjahr 2020 wie folgt entwickelt:

Mit Beschluss vom 22. September 2020 wurden EUR 4.975.000,00 in Stammkapital umgewandelt.

Im Oktober 2020 wurden im Rahmen des Börsengangs 1.200.000 neue Aktien zu einem Ausgabepreis von EUR 31,00 ausgegeben. Der dem Nennwert von EUR 1,00 je Anteil übersteigende Betrag von insgesamt TEUR 36.000 wurde in den Kapitalrücklagen erfasst.

Genehmigtes Kapital 2020

Der Vorstand ist ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats bis zum 15. Oktober 2025 das Grundkapital der Gesellschaft ein- oder mehrmalig um bis zu insgesamt EUR 3.100.000,00 durch Ausgabe von bis zu 3.100.000 neuen, auf den Inhaber lautenden Stammaktien ohne Nennbetrag (Stückaktien) gegen Bar- und/

oder Sacheinlagen zu erhöhen und unter Zustimmung des Aufsichtsrats und bestimmten Voraussetzungen unter Einhaltung bestimmter Grenzen das Bezugsrecht der Aktionäre auszuschließen. Dieses Genehmigte Kapital ist im Handelsregister als Genehmigtes Kapital 2020 eingetragen.

Bedingtes Kapital 2020/I

Das Grundkapital der Gesellschaft wurde um bis zu EUR 310.000,00 durch Ausgabe von bis zu 310.000 neuen, auf den Inhaber lautenden Stammaktien ohne Nennbetrag (Stückaktien) bedingt erhöht.

Das Bedingte Kapital 2020/I dient zur Ausführung von Optionsrechten aus dem „Aktionsoptionsprogramm 2020“ für Mitglieder des Vorstandes und Arbeitnehmer der Gesellschaft. Die Laufzeit endet am 15. Oktober 2024. Dieses Bedingte Kapital ist im Handelsregister als Bedingtes Kapital 2020/I eingetragen.

Bedingtes Kapital 2020/II

Das Grundkapital der Gesellschaft wurde um bis zu EUR 2.190.000,00 durch Ausgabe von bis zu 2.190.000 neuen, auf den Inhaber lautenden Stammaktien ohne Nennbetrag (Stückaktien) bedingt erhöht.

Die bedingte Kapitalerhöhung dient der Gewährung von Aktien an die Inhaber oder Gläubiger von Options- oder Wandelschuldverschreibungen sowie Genussrechten mit Options- oder Wandlungsrecht, die gemäß der von der Hauptversammlung am 16. Oktober 2020 beschlossenen Ermächtigung bis zum 15. Oktober 2025 von der Gesellschaft, von ihr abhängigen oder von im Mehrheitsbesitz der Gesellschaft stehenden Unternehmen ausge-

geben werden. Die neuen Aktien nehmen vom Beginn des Geschäftsjahres an, in dem sie durch Ausübung von Wandlungs- bzw. Optionsrechten oder durch Erfüllung von Wandlungs- bzw. Optionspflichten oder durch Ausübung von Andienungsrechten entstehen, am Gewinn teil. Die bedingte Kapitalerhöhung wird nur insoweit durchgeführt, wie von Options- oder Wandlungsrechten aus den Schuldverschreibungen Gebrauch gemacht wird oder Wandlungspflichten aus solchen Schuldverschreibungen erfüllt werden, soweit nicht eigene Aktien oder neue Aktien aus dem Genehmigten Kapital zur Erfüllung eingesetzt werden.

Von der Ermächtigung zur Ausgabe von Schuldverschreibungen wurde bisher kein Gebrauch gemacht. Dieses Bedingte Kapital ist im Handelsregister als Bedingtes Kapital 2020/II eingetragen.

Sonstige Rückstellungen

Die sonstigen Rückstellungen in Höhe von TEUR 1.074 (Vorjahr: TEUR 408) beinhalten im Wesentlichen Rückstellungen für Personalaufwendungen TEUR 471 (Vorjahr: TEUR 317), Rückstellungen für Abschluss und Prüfung TEUR 164 (Vorjahr: TEUR 70) und Rückstellungen für ausstehende Rechnungen TEUR 398 (Vorjahr: TEUR 0).

Verbindlichkeiten

Die Restlaufzeiten der Verbindlichkeiten sind im Verbindlichkeiten-Spiegel im Einzelnen dargestellt:

Art der Verbindlichkeit (in TEUR)	31.12.2020 Restlaufzeit				31.12.2019 Restlaufzeit			
	Betrag	bis 1 Jahr	über 1 Jahr	über 5 Jahre	Betrag	bis 1 Jahr	über 1 Jahr	über 5 Jahre
gegenüber Kreditinstituten	6	6	0	0	8.545	8.545	0	0
aus erhaltenen Anzahlungen auf Bestellungen	179	179	0	0	115	115	0	0
aus Lieferungen und Leistungen	7.790	7.790	0	0	5.253	5.253	0	0
Sonstige Verbindlichkeiten	3.661	3.661	0	0	2.437	2.437	0	0
- davon aus Steuern	3.470	3.470	0	0	2.306	2.306	0	0
- davon im Rahmen der sozialen Sicherheit	5	5	0	0	6	6	0	0
Summe	11.635	11.635	0	0	16.350	16.350	0	0

Außerbilanzielle Geschäfte

Zur Beschaffung liquider Mittel zur Finanzierung der operativen Geschäftstätigkeit hat die fashionette AG mit der Arvato Payment Solutions GmbH, Verl (vormals BFS finance GmbH) sowie der Ratepay GmbH Verträge über den Ankauf von Endverbraucherforderungen abgeschlossen. Die fashionette AG bietet den beiden Factoringunternehmen in dem Zusammenhang täglich Rechnungs- bzw. Ratenkaufforderungen an, wobei diese das Delkredererisiko tragen. Zum Bilanzstichtag waren Forderungen in Höhe von TEUR 828 (Vorjahr: TEUR 3.564) verkauft.

Sonstige finanzielle Verpflichtungen

Die sonstigen finanziellen Verpflichtungen bestehen aus langfristigen Mietverpflichtungen mit fremden Dritten. In den folgenden Geschäftsjahren beträgt die finanzielle Verpflichtung TEUR 2.905, davon TEUR 523 im Jahr 2021. Neben den dargelegten sonstigen finanziellen Verpflichtungen sowie den zuvor beschriebenen außerbilanziellen Geschäften existieren keine weiteren nicht in der Bilanz enthaltenen Geschäfte.

Haftungsverhältnisse

Zum Abschlussstichtag bestehen keine Haftungsverhältnisse.

D. Angaben zur Gewinn- und Verlustrechnung

Umsatzerlöse

In den Bruttoumsatzerlösen sind neben den Umsatzerlösen aus Bestellungen auch Umsatzerlöse aus Mahngebühren und Sonstiges in Höhe von TEUR 571 (Vorjahr: TEUR 564) enthalten, welche im Vorjahr 2019 unter den sonstigen betrieblichen Erträgen ausgewiesen wurden. Die Gutschriften enthalten Retouren

und Rabatte. Zum 31. Dezember 2020 wurden die Retouren um eine Rückstellung für Retouren im Folgejahr in Höhe von TEUR 3.304 erhöht. Im Vorjahr 2019 betrug die Rückstellung für Retouren TEUR 3.705 und minderte abweichend zum Ausweis im Jahr 2020 die Bruttoumsatzerlöse.

Die Umsatzerlöse verteilen sich zu 85,0 % (Vorjahr: 88,6 %) auf die DACH-Regionen Deutschland, Österreich und die Schweiz, zu 8,2 % (Vorjahr: 6,3 %) auf die übrigen EU-Länder (ohne Vereinigtes Königreich) und zu 6,8 % (Vorjahr: 5,1 %) auf das Vereinigte Königreich.

Sonstige betriebliche Erträge

In den sonstigen betrieblichen Erträgen sind Ertragspositionen von außergewöhnlicher Größenordnung in Höhe von TEUR 618 aus einer Weiterbelastung von IPO Aufwendungen enthalten. Erträge aus abgeschriebenen Forderungen sind in Höhe von TEUR 245 (Vorjahr: TEUR 4) sowie Erträge aus der Herabsetzung von Einzelwertberichtigungen in Höhe von TEUR 164 (Vorjahr: TEUR 0) enthalten. Periodenfremde Erträge sind wie im Vorjahr nicht enthalten.

Personalaufwendungen

Im Durchschnitt waren im Geschäftsjahr 2020 148 Mitarbeiter (Vorjahr: 136) beschäftigt. Sämtliche Mitarbeiter sind wie im Vorjahr Angestellte. Die Personalaufwendungen betragen insgesamt TEUR 7.500 (Vorjahr: TEUR 6.677), davon entfallen auf soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung TEUR 1.013 (Vorjahr: TEUR 974).

Sonstige betriebliche Aufwendungen

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen

enthalten hauptsächlich Raumkosten TEUR 560 (Vorjahr: TEUR 457), Werbekosten TEUR 9.136 (Vorjahr: TEUR 7.648), Kosten der Warenabgabe TEUR 6.774 (TEUR 4.585), Kosten des Zahlungsverkehrs TEUR 3.006 (Vorjahr: TEUR 2.441), Forderungsverluste TEUR 726 (Vorjahr: TEUR 226), IT-Kosten TEUR 547 (Vorjahr: TEUR 531) sowie Aufwendungen aus Währungsumrechnung TEUR 529 (Vorjahr: TEUR 255). Aufwendungen von außergewöhnlicher Größenordnung sind im Rahmen des Börsengangs entstanden und betragen TEUR 2.834. Periodenfremde Aufwendungen sind wie im Vorjahr nicht enthalten.

Finanzergebnis

Die sonstigen Zinsen und ähnlichen Erträge in Höhe von TEUR 18 (Vorjahr: TEUR 21) resultieren aus kundenbezogenen Verzugszinsen. Die Zinsen und ähnlichen Aufwendungen in Höhe von TEUR 1.460 (Vorjahr: TEUR 1.521) betreffen in Höhe von TEUR 1.283 (Vorjahr: TEUR 1.267) Zinsen für Factoring und in Höhe von TEUR 176 (Vorjahr: TEUR 252) Zinsen für die Inanspruchnahme von Kontokorrentkrediten.

Ertragsteueraufwand

Der Ertragsteueraufwand entfällt in voller Höhe auf das Ergebnis vor Steuern.

E. Sonstige Pflichtangaben

Honorar für den Abschlussprüfer

Das vom Abschlussprüfer für das Geschäftsjahr berechnete Honorar für Abschlussprüfung beträgt TEUR 62. Darüber hinaus entfallen TEUR 302 auf andere Bestätigungsleistungen (Leistungen im Rahmen des IPO) und TEUR 4 auf sonstige Leistungen.

Vorstand

Die während des Geschäftsjahres 2020 agierenden Vorstände waren Daniel Raab (Chief Executive Officer) und Thomas Buhl (Chief Operating Officer / Chief Technology Officer). Insgesamt erhielten die Mitglieder des Vorstands von fashionette im Geschäftsjahr 2020 Gehaltszahlungen in Höhe von TEUR 1.017. Die Geschäftsführerbezüge im Jahr 2019 betragen insgesamt TEUR 661. Auf die Verpflichtung zur individualisierten Offenlegung der Bezüge der Vorstände wird unter Hinweis auf § 286 Abs. 5 HGB verzichtet.

Aufsichtsrat

Die Vergütung der Mitglieder des Aufsichtsrats wird durch die Satzung der fashionette AG geregelt.

Die Mitglieder des Aufsichtsrats erhalten eine feste Grundvergütung für jedes Geschäftsjahr des Unternehmens in Höhe von TEUR 25. Der Vorsitzende des Aufsichtsrats erhält eine feste Grundvergütung von TEUR 40, der stellvertretende Vorsitzende von TEUR 30.

Die Vergütung ist nach Ablauf der Hauptversammlung, die den Jahresabschluss über das Geschäftsjahr, für das die Vergütung gezahlt wird, fällig. Aufsichtsratsmitglieder, die nur für einen Teil des Geschäftsjahres im Amt sind, erhalten eine entsprechende anteilmäßige Vergütung.

Neben den festen Bezügen erstattet die fashionette AG den Mitgliedern des Aufsichtsrats ihre im Rahmen der Ausübung ihrer Pflichten entstandenen angemessenen Auslagen sowie die auf ihre Vergütung und Auslagen entfallene Umsatzsteuer.

Ferner werden die Mitglieder des Aufsichtsrats in die D & O-Haftpflichtversicherung für Vorstandsmitglieder einbezogen, die eine Absicherung gegen finanzielle Schäden bietet. Die Prämien für diese Versicherungspolice werden vom Unternehmen gezahlt.

Gemäß der Satzung (§ 11 Abs. 1) setzt sich der Aufsichtsrat aus fünf Mitgliedern zusammen. Er unterliegt keiner Mitbestimmung durch Arbeitnehmer. Alle Mitglieder des Aufsichtsrats

werden von der Hauptversammlung als Anteilseigner Vertreter gewählt.

Weitere Einzelheiten zu den Aufsichtsratsmitgliedern werden im Folgenden aufgeführt.

Im Geschäftsjahr 2020 hat der Aufsichtsrat keine Ausschüsse gebildet.

Während des Geschäftsjahres setzte sich der Aufsichtsrat aus den folgenden Mitgliedern zusammen:

Name	Funktion
Dr. Oliver Serg, Geschäftsführer Genui GmbH	Vorsitzender des Aufsichtsrats
Stefan Schütze, Mitglied der Geschäftsleitung FinLab AG	Stellvertr. Vorsitzender des Aufsichtsrats
Karoline Huber, Exec. VP Marketing SWAROWSKI	Mitglied des Aufsichtsrats
Christian van der Bosch, Investment Professional Genui GmbH	Mitglied des Aufsichtsrats
Rolf Sigmund, Berater	Mitglied des Aufsichtsrats

Dr. Oliver Serg und Christian van der Bosch verzichten auf den Anspruch einer jährlichen Aufsichtsratsvergütung, solange die Genui GmbH Aktionär der fashionette AG ist.

Die Aufsichtsratsmitglieder der fashionette AG sind darüber hinaus in Aufsichtsräten sowie Kontrollgremien der folgenden Gesellschaften vertreten:

Dr. Oliver Serg:

Genui GmbH (Geschäftsführer)
Genui GP II GmbH (Geschäftsführer)
Genui GP GmbH (Geschäftsführer)
Genui Zweite Beteiligungsgesellschaft mbH (Geschäftsführer)
Genui Vierte Beteiligungsgesellschaft mbH (Geschäftsführer)
Genui Sechste Beteiligungsgesellschaft mbH (Mitglied des Beirats)
Genui Siebte Beteiligungsgesellschaft mbH (Geschäftsführer)
Genui Achte Beteiligungsgesellschaft mbH (Geschäftsführer)
Genui Sechzehnte Beteiligungsgesellschaft mbH (Geschäftsführer)
Genui 21. Beteiligungsgesellschaft mbH (Geschäftsführer)
Genui 22. Beteiligungsgesellschaft mbH (Geschäftsführer)

Genui 23. Beteiligungsgesellschaft mbH (Mitglied des Beirats)
Genui 25. Beteiligungsgesellschaft mbH (Geschäftsführer)
Genui 26. Beteiligungsgesellschaft mbH (Geschäftsführer)
Genui 27. Beteiligungsgesellschaft mbH (Geschäftsführer)
Mindcurv Holding GmbH (Mitglied des Beirats)
Physio Group GmbH (Vorsitzender des Beirats)
Chrilian AG (Mitglied des Aufsichtsrats)

Stefan Schütze:

Patriarch Multimanager GmbH (Geschäftsführer)
Coreo AG (Mitglied des Aufsichtsrats)
Kapilendo AG (Mitglied des Aufsichtsrats)
Cyan AG (Mitglied des Aufsichtsrats)
Heliad Management GmbH (Geschäftsführer)
TubeSolar AG (Mitglied des Aufsichtsrats).

Christian van der Bosch:

Cotopaxi Beteiligungs-GmbH (Geschäftsführer)
Liimex GmbH i.L. (Liquidator)
Schendel & Pawlaczyk Holding GmbH (Mitglied des Beirats)

Rolf Sigmund:

Rauch Möbelwerke Gesellschaft mit beschränkter Haftung (Mitglied des Beirats)

Ergebnisverwendungsvorschlag

Der Bilanzgewinn wird auf neue Rechnung vorgetragen.

Bekanntmachung gemäß § 20 Abs. 6 Satz 2 AktG

Im Geschäftsjahr 2020 sind uns folgende Meldungen gemäß § 20 Abs. 6 Satz 2 AktG zugegangen:

Die GENUI I GmbH & Co. KG mit Sitz in Hamburg, eingetragen im Handelsregister des Amtsgerichts Hamburg unter der Registernummer HRA 117986 („GENUI I GmbH & Co. KG“),

hat uns gemäß § 20 Abs. 5 und 4 AktG mitgeteilt, dass ihr nicht mehr unmittelbar eine Mehrheitsbeteiligung (Anteils- und Stimmenmehrheit) im Sinne des § 16 Abs. 1 AktG an unserer Gesellschaft gehört.

Die Genui GP GmbH mit Sitz in Hamburg, eingetragen im Handelsregister des Amtsgerichts Hamburg unter der Registernummer HRB 133228 („Genui GP GmbH“), hat uns gemäß § 20 Abs. 5 und 4 AktG in Verbindung mit § 16 Abs. 4 AktG mitgeteilt, dass ihr nicht mehr mittelbar eine Mehrheitsbeteiligung (Anteils- und Stimmenmehrheit) an unserer Gesellschaft

gehört, da ihr die nunmehr verringerte Beteiligung der Genui Fund GmbH & Co. KG an unserer Gesellschaft weiterhin gemäß § 16 Abs. 4 AktG zuzurechnen ist.

Die Genui GmbH mit Sitz in Hamburg, eingetragen im Handelsregister des Amtsgerichts Hamburg unter der Registernummer HRB 131130, hat uns gemäß § 20 Abs. 5 und 4 AktG in Verbindung mit § 16 Abs. 4 AktG mitgeteilt, dass ihr nicht mehr mittelbar eine Mehrheitsbeteiligung (Anteils- und Stimmenmehrheit) an unserer Gesellschaft gehört, da ihr die nunmehr verringerte Beteiligung der Genui Fund GmbH & Co. KG an unserer Gesellschaft weiterhin gemäß § 16 Abs. 4 AktG über die Genui GP GmbH zuzurechnen ist.

F. Nachtragsbericht

Vorgänge von besonderer Bedeutung, die nach dem Schluss des Geschäftsjahres eingetreten sind und Bedeutung für die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage haben, lagen nicht vor.

Düsseldorf, 30. März 2021



Daniel Raab
Vorstandsvorsitzender



Thomas Buhl
COO/CTO



**WEITERE
INFORMATIONEN**

04

Weitere Informationen

Versicherung der gesetzlichen Vertreter	70
Bestätigungsvermerk	71
Finanzkalender	76
Impressum	77

Versicherung der gesetzlichen **VERTRETER**

Wir versichern nach bestem Wissen, dass gemäß den anzuwendenden Rechnungslegungsgrundsätzen der Jahresabschluss 2020 der fashionette AG, ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft vermittelt und im Lagebericht der Geschäftsverlauf einschließlich des Geschäftsergebnisses und die Lage der Gesellschaft so dargestellt sind, dass ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild vermittelt wird sowie die wesentlichen Chancen und Risiken der voraussichtlichen Entwicklung des Unternehmens beschrieben sind.

Düsseldorf, 30. März 2021



Daniel Raab
Vorstandsvorsitzender



Thomas Buhl
COO/CTO

BESTÄTIGUNGSVERMERK

Bestätigungsvermerk des unabhängigen Abschlussprüfers

An die fashionette AG (vormals: Fashionette GmbH)

Prüfungsurteile

Wir haben den Jahresabschluss der fashionette AG (vormals: Fashionette GmbH), Düsseldorf, – bestehend aus der Bilanz zum 31. Dezember 2020 und der Gewinn- und Verlustrechnung für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2020 bis zum 31. Dezember 2020, der Kapitalflussrechnung für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2020 bis zum 31. Dezember 2020, dem Eigenkapitalspiegel für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2020 bis zum 31. Dezember 2020 sowie dem Anhang, einschließlich der Darstellung der Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden – geprüft. Darüber hinaus haben wir den Lagebericht der fashionette AG (vormals: Fashionette GmbH) für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2020 bis zum 31. Dezember 2020 geprüft.

Nach unserer Beurteilung aufgrund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse

- entspricht der beigefügte Jahresabschluss in allen wesentlichen Belangen den deutschen, für Kapitalgesellschaften geltenden handelsrechtlichen Vorschriften und vermittelt unter Beachtung der deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens- und Finanzlage der Gesellschaft zum 31. Dezember 2020 sowie ihrer Ertragslage für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2020 bis zum 31. Dezember 2020 und
- vermittelt der beigefügte Lagebericht insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage der Gesellschaft. In allen wesentlichen Belangen steht dieser Lagebericht in Einklang mit dem Jahresabschluss, entspricht den deutschen gesetzlichen Vorschriften und stellt die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend dar.

Gemäß § 322 Abs. 3 Satz 1 HGB erklären wir, dass unsere Prüfung zu keinen Einwendungen gegen die Ordnungsmäßigkeit des Jahresabschlusses und des Lageberichts geführt hat.

Grundlage für die Prüfungsurteile

Wir haben unsere Prüfung des Jahresabschlusses und des Lageberichts in Übereinstimmung mit § 317 HGB unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung durchgeführt. Unsere Verantwortung nach diesen Vorschriften und Grundsätzen ist im Abschnitt „Verantwortung des Abschlussprüfers für die Prüfung des Jahresabschlusses und des Lageberichts“ unseres Bestätigungsvermerks weitergehend beschrieben. Wir sind von dem Unternehmen unabhängig in Übereinstimmung mit den deutschen handelsrechtlichen und berufsrechtlichen Vorschriften und haben unsere sonstigen deutschen Berufspflichten in Übereinstimmung mit diesen Anforderungen erfüllt. Wir sind der Auffassung, dass die von uns erlangten Prüfungsnachweise ausreichend und geeignet sind, um als Grundlage für unsere Prüfungsurteile zum Jahresabschluss und zum Lagebericht zu dienen.

Sonstige Informationen

Die gesetzlichen Vertreter sind für die sonstigen Informationen verantwortlich. Die sonstigen Informationen umfassen die freiwillige Versicherung der gesetzlichen Vertreter. Des Weiteren umfassen die sonstigen Informationen folgende, für den Geschäftsbericht vorgesehene Bestandteile, von denen wir eine Fassung bis zur Erteilung dieses Bestätigungsvermerks erlangt haben: den Bericht des Aufsichtsrats nach § 171 Abs. 2 und 3 oder 4 AktG, Informationen zum Unternehmen und Aktie (Brief des Vorstands, Strategische Positionierung und Ziele, Fashionette am Kapitalmarkt, Nachhaltigkeit bei Fashionette).

Unsere Prüfungsurteile zum Jahresabschluss und Lagebericht erstrecken sich nicht auf die sonstigen Informationen, und dementsprechend geben wir weder ein Prüfungsurteil noch irgendeine andere Form von Prüfungsschlussfolgerung hierzu ab.

Im Zusammenhang mit unserer Prüfung haben wir die Verantwortung, die sonstigen Informationen zu lesen und dabei zu würdigen, ob die sonstigen Informationen

- wesentliche Unstimmigkeiten zum Jahresabschluss, Lagebericht oder unseren bei der Prüfung erlangten Kenntnissen aufweisen oder
- anderweitig wesentlich falsch dargestellt erscheinen.

Verantwortung der gesetzlichen Vertreter und des Aufsichtsrats für den Jahresabschluss und den Lagebericht

Die gesetzlichen Vertreter sind verantwortlich für die Aufstellung des Jahresabschlusses, der den deutschen, für Kapitalgesellschaften geltenden handelsrechtlichen Vorschriften in allen wesentlichen

Belangen entspricht, und dafür, dass der Jahresabschluss unter Beachtung der deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft vermittelt. Ferner sind die gesetzlichen Vertreter verantwortlich für die internen Kontrollen, die sie in Übereinstimmung mit den deutschen Grundsätzen ordnungsmäßiger Buchführung als notwendig bestimmt haben, um die Aufstellung eines Jahresabschlusses zu ermöglichen, der frei von wesentlichen - beabsichtigten oder unbeabsichtigten - falschen Darstellungen ist.

Bei der Aufstellung des Jahresabschlusses sind die gesetzlichen Vertreter dafür verantwortlich, die Fähigkeit der Gesellschaft zur Fortführung der Unternehmenstätigkeit zu beurteilen. Des Weiteren haben sie die Verantwortung, Sachverhalte in Zusammenhang mit der Fortführung der Unternehmenstätigkeit, sofern einschlägig, anzugeben. Darüber hinaus sind sie dafür verantwortlich, auf der Grundlage des Rechnungslegungsgrundsatzes der Fortführung der Unternehmenstätigkeit zu bilanzieren, sofern dem nicht tatsächliche oder rechtliche Gegebenheiten entgegenstehen.

Außerdem sind die gesetzlichen Vertreter verantwortlich für die Aufstellung des Lageberichts, der insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage der Gesellschaft vermittelt sowie in allen wesentlichen Belangen mit dem Jahresabschluss in Einklang steht, den deutschen gesetzlichen Vorschriften entspricht und die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend darstellt. Ferner sind die gesetzlichen Vertreter verantwortlich für die Vorkehrungen und Maßnahmen (Systeme), die sie als notwendig erachtet haben, um die Aufstellung eines Lageberichts in Übereinstimmung mit den anzuwendenden deutschen gesetzlichen Vorschriften zu ermöglichen und um ausreichende geeignete Nachweise für die Aussagen im Lagebericht erbringen zu können.

Der Aufsichtsrat ist verantwortlich für die Überwachung des Rechnungslegungsprozesses der Gesellschaft zur Aufstellung des Jahresabschlusses und des Lageberichts.

Verantwortung des Abschlussprüfers für die Prüfung des Jahresabschlusses und des Lageberichts

Unsere Zielsetzung ist, hinreichende Sicherheit darüber zu erlangen, ob der Jahresabschluss als Ganzes frei von wesentlichen - beabsichtigten oder unbeabsichtigten - falschen Darstellungen ist, und ob der Lagebericht insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage der Gesellschaft vermittelt sowie in allen wesentlichen Belangen mit dem Jahresabschluss sowie mit den bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnissen in Einklang steht, den deutschen gesetzlichen Vorschriften entspricht und die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend darstellt, sowie einen Bestätigungsvermerk zu erteilen, der unsere Prüfungsurteile zum Jahresabschluss und zum Lagebericht beinhaltet.

Hinreichende Sicherheit ist ein hohes Maß an Sicherheit, aber keine Garantie dafür, dass eine in

Übereinstimmung mit § 317 HGB unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung durchgeführte Prüfung eine wesentliche falsche Darstellung stets aufdeckt. Falsche Darstellungen können aus Verstößen oder Unrichtigkeiten resultieren und werden als wesentlich angesehen, wenn vernünftigerweise erwartet werden könnte, dass sie einzeln oder insgesamt die auf der Grundlage dieses Jahresabschlusses und Lageberichts getroffenen wirtschaftlichen Entscheidungen von Adressaten beeinflussen.

Während der Prüfung üben wir pflichtgemäßes Ermessen aus und bewahren eine kritische Grundhaltung. Darüber hinaus

- identifizieren und beurteilen wir die Risiken wesentlicher - beabsichtigter oder unbeabsichtigter - falscher Darstellungen im Jahresabschluss und im Lagebericht, planen und führen Prüfungshandlungen als Reaktion auf diese Risiken durch sowie erlangen Prüfungsnachweise, die ausreichend und geeignet sind, um als Grundlage für unsere Prüfungsurteile zu dienen. Das Risiko, dass wesentliche falsche Darstellungen nicht aufgedeckt werden, ist bei Verstößen höher als bei Unrichtigkeiten, da Verstöße betrügerisches Zusammenwirken, Fälschungen, beabsichtigte Unvollständigkeiten, irreführende Darstellungen bzw. das Außerkraftsetzen interner Kontrollen beinhalten können;
- gewinnen wir ein Verständnis von dem für die Prüfung des Jahresabschlusses relevanten internen Kontrollsystem und den für die Prüfung des Lageberichts relevanten Vorkehrungen und Maßnahmen, um Prüfungshandlungen zu planen, die unter den gegebenen Umständen angemessen sind, jedoch nicht mit dem Ziel, ein Prüfungsurteil zur Wirksamkeit dieser Systeme der Gesellschaft abzugeben;
- beurteilen wir die Angemessenheit der von den gesetzlichen Vertretern angewandten Rechnungslegungsmethoden sowie die Vertretbarkeit der von den gesetzlichen Vertretern dargestellten geschätzten Werte und damit zusammenhängenden Angaben;
- ziehen wir Schlussfolgerungen über die Angemessenheit des von den gesetzlichen Vertretern angewandten Rechnungslegungsgrundsatzes der Fortführung der Unternehmenstätigkeit sowie, auf der Grundlage der erlangten Prüfungsnachweise, ob eine wesentliche Unsicherheit im Zusammenhang mit Ereignissen oder Gegebenheiten besteht, die bedeutsame Zweifel an der Fähigkeit der Gesellschaft zur Fortführung der Unternehmenstätigkeit aufwerfen können. Falls wir zu dem Schluss kommen, dass eine wesentliche Unsicherheit besteht, sind wir verpflichtet, im Bestätigungsvermerk auf die dazugehörigen Angaben im Jahresabschluss und im Lagebericht aufmerksam zu machen oder, falls diese Angaben unangemessen sind, unser jeweiliges Prüfungsurteil zu modifizieren. Wir ziehen unsere Schlussfolgerungen auf der Grundlage der bis zum Datum unseres Bestätigungsvermerks erlangten Prüfungsnachweise. Zukünftige Ereignisse oder Gegebenheiten können jedoch dazu führen, dass die Gesellschaft ihre

Unternehmenstätigkeit nicht mehr fortführen kann;

- beurteilen wir die Gesamtdarstellung, den Aufbau und den Inhalt des Jahresabschlusses einschließlich der Angaben sowie ob der Jahresabschluss die zugrunde liegenden Geschäftsvorfälle und Ereignisse so darstellt, dass der Jahresabschluss unter Beachtung der deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft vermittelt;
- beurteilen wir den Einklang des Lageberichts mit dem Jahresabschluss, seine Gesetzesentsprechung und das von ihm vermittelte Bild von der Lage des Unternehmens;
- führen wir Prüfungshandlungen zu den von den gesetzlichen Vertretern dargestellten zukunftsorientierten Angaben im Lagebericht durch. Auf Basis ausreichender geeigneter Prüfungsnachweise vollziehen wir dabei insbesondere die den zukunftsorientierten Angaben von den gesetzlichen Vertretern zugrunde gelegten bedeutsamen Annahmen nach und beurteilen die sachgerechte Ableitung der zukunftsorientierten Angaben aus diesen Annahmen. Ein eigenständiges Prüfungsurteil zu den zukunftsorientierten Angaben sowie zu den zugrunde liegenden Annahmen geben wir nicht ab. Es besteht ein erhebliches unvermeidbares Risiko, dass künftige Ereignisse wesentlich von den zukunftsorientierten Angaben abweichen.

Wir erörtern mit den für die Überwachung Verantwortlichen unter anderem den geplanten Umfang und die Zeitplanung der Prüfung sowie bedeutsame Prüfungsfeststellungen, einschließlich etwaiger Mängel im internen Kontrollsystem, die wir während unserer Prüfung feststellen.

Dortmund, 28. April 2021

Ernst & Young GmbH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Muzzu
Wirtschaftsprüfer

Schmolders
Wirtschaftsprüfer

Finanzkalender

2021

30. April 2021	Jahresabschluss 2020
17. - 19. Mai 2021	Equity Forum - Frühjahrskonferenz
Juni 2021	Zwischenmitteilung 1. Quartal
25. Juni 2021	Ordentliche Hauptversammlung (virtuell)
August 2021	Halbjahresabschluss 2021
November 2021	Zwischenmitteilung 3. Quartal
22. - 24. November 2021	Deutsches Eigenkapitalforum

IMPRESSUM

fashionette AG
Lierenfelder Straße 45
40231 Düsseldorf
Deutschland

corporate.fashionette.com
ir@fashionette.com

KONZEPT, DESIGN UND UMSETZUNG
CROSS ALLIANCE communication GmbH
ammerseearts / Philipp Megerle

BILDNACHWEIS
fashionette Bilderpool

Wichtiger Hinweis

Dieses Dokument enthält zukunftsgerichtete Aussagen. Diese Aussagen spiegeln die aktuellen Ansichten, Erwartungen und Annahmen des Managements der fashionette AG wider und beruhen auf Informationen, die dem Management von fashionette AG aktuell zur Verfügung stehen. Zukunftsgerichtete Aussagen garantieren nicht das Eintreffen zukünftiger Ergebnisse und Entwicklungen und unterliegen bekannten und unbekanntem Risiken und Unsicherheiten. Die tatsächlichen Ergebnisse und Entwicklungen können daher aufgrund verschiedener Faktoren erheblich von den in diesem Dokument wiedergegebenen Erwartungen und Annahmen abweichen. Zu diesen Faktoren gehören insbesondere Veränderungen der allgemeinen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen und des allgemeinen Wettbewerbsumfelds. Darüber hinaus beeinflussen die Entwicklungen auf den Finanzmärkten und Wechselkursänderungen sowie Änderungen nationaler und internationaler Gesetze, insbesondere im Hinblick auf steuerliche Bestimmungen, sowie andere Faktoren die zukünftigen Ergebnisse und Entwicklungen des Unternehmens. fashionette AG übernimmt keine wie auch immer geartete Verantwortung, Haftung oder Gewährleistung für die Richtigkeit der in diesem Dokument zukunftsgerichteten Aussagen oder der ihnen zugrunde liegenden Annahmen. fashionette AG verpflichtet sich zu keiner Aktualisierung der in diesem Dokument enthaltenen Aussagen.

Dieser Geschäftsbericht wurde ebenfalls ins Englische übersetzt. Die vorliegende deutsche Version und die englische Übersetzung stehen im Internet unter www.corporate.fashionette.de zum Download bereit. Bei Abweichungen hat die deutsche Fassung des Geschäftsberichts Vorrang gegenüber der englischen Übersetzung.



fashionette®

GESCHÄFTSBERICHT
2020

BLEIBEN SIE GESUND!