

# CDR-Kodex Maßnahmenbericht

## Otto (GmbH & Co KG)

**otto group**

# CDR-Kodex und Berichte 2023

**Corporate Digital Responsibility (CDR)** bezeichnet freiwillige unternehmerische Aktivitäten, die insbesondere im Sinne der Verbraucherinnen und Verbraucher über das gesetzlich vorgeschriebene hinausgehen und die digitale Welt aktiv zum Vorteil der Gesellschaft mitgestalten. CDR kann einen wesentlichen Beitrag dazu leisten, die digitale Transformation fair und zum Vorteil aller zu gestalten. Sie fördert damit eine nachhaltige Entwicklung.

Die **CDR-Initiative des BMUV** ist eine Lern- und Austauschplattform für engagierte Unternehmen. Sie hat das Ziel, unternehmerische Verantwortungsübernahme im digitalen Wandel über alle Branchen hinweg zur Selbstverständlichkeit werden zu lassen. Mit dem **CDR-Kodex** bekennen sich die Mitglieder der CDR-Initiative zu handlungsleitenden Prinzipien und verpflichten sich dazu, die in den verschiedenen CDR-Handlungsfeldern ausgewiesenen Ziele zu verfolgen, eine kontinuierliche Verbesserung der Wirksamkeit der Maßnahmen anzustreben und über entsprechende Maßnahmen jährlich zu berichten.

In ihren **Berichten** zeigen die Mitgliedsunternehmen der CDR-Initiative anhand konkreter Maßnahmen auf, wie sie ihre Verantwortung im digitalen Raum übernehmen. Im Fokus stehen Maßnahmen, die über gesetzliche Vorgaben hinausgehen bzw. diese besonders verbraucherfreundlich umsetzen. Damit sollen andere Unternehmen – auch über den Mitgliederkreis hinaus – Anregungen zur stetigen Weiterentwicklung und zum verstärkten Austausch erhalten. Auch interessierte Verbraucherinnen und Verbraucher erhalten Einblicke in CDR-Vorhaben in unterschiedlichen Geschäftsfeldern.

Für den Inhalt der Berichte sind ausschließlich die berichtenden Unternehmen verantwortlich.

In den Berichten muss mindestens eine Maßnahme pro Ziel aufgeführt werden; Auslassungen sind nur begründet möglich. Die im Kodex enthaltenen Ziele sind nicht unabhängig voneinander; Maßnahmen können daher gleichzeitig auf mehrere Ziele einzahlen und an mehreren Stellen aufgeführt werden.

Die CDR-Berichte erschienen erstmals am 5. Juli 2022 und werden fortan jährlich veröffentlicht.

– *Die CDR-Initiative*

# otto group

# Wir gestalten eine verantwortungsvolle Digitalisierung für Mensch, Umwelt und Gesellschaft

Die Otto Group ist eine weltweit agierende Handels- und Dienstleistungsgruppe mit rund 45.000 Mitarbeitenden und einem Umsatz von 16,2 Milliarden Euro. Mit 30 wesentlichen Unternehmensgruppen sind wir in mehr als 30 Ländern Europas, Nord- und Südamerikas und Asiens präsent. Die Otto Group gehört mit einem Onlineumsatz von 12,1 Milliarden Euro zu den weltweit größten Onlinehändlern.

Verantwortung für Mensch, Umwelt und Gesellschaft zu übernehmen gehört seit nunmehr dreißig Jahren zum Selbstverständnis der Otto Group und ist eng mit dem Unternehmenserfolg verknüpft. Wir sehen es als unsere Pflicht und Chance zugleich, als internationales Familienunternehmen auf das steigende Bewusstsein für Nachhaltigkeit in der Gesellschaft zu reagieren und einen aktiven Beitrag zu wichtigen Themen wie Klimawandel, Umweltschutz, Menschenrechten aber auch zur Digitalisierung zu leisten. Unsere im Jahr 2020 verabschiedete Corporate Responsibility Strategie ist fest in unserer Shareholder Vision "Responsible commerce that inspires" verankert und bildet die Grundlage unseres unternehmerischen Handelns. Innerhalb sieben definierter Themenfelder werden jährlich ambitionierte Ziele festgelegt und umfassend in das Management und die Prozesse der Otto Group integriert.

Digital Responsibility ist eines dieser für uns wichtigen Themen: Die Digitalisierung schafft neue Möglichkeiten der Teilhabe, des Mitgestaltens und der Transparenz, gleichzeitig bringt der fortschreitende Wandel auch

Herausforderungen mit sich. Entsprechend wollen wir die Digitalisierung als Arbeitgeber und Marktteilnehmer im Sinne unserer Werte aktiv mitgestalten und ihre Chancen für die Gesellschaft realisieren. Es liegt vor allem an uns, wie wir die Veränderungen des Zusammenspiels zwischen Menschen und Technologien durch entsprechende Maßnahmen begleiten. Hierfür entwickeln wir Lösungsansätze – von Transformationsprojekten bis hin zu konkreten Initiativen – sowohl für unsere Unternehmensgruppe als auch für die Gesellschaft. Auf diesem Wege wollen wir den übergreifenden Diskurs vorantreiben und unserem Anspruch als zukunftsorientiertes Unternehmen in einer digitalen Welt gerecht werden.

Ausgewählte Aktivitäten rund um das Thema Digital Responsibility sind in diesem Maßnahmenbericht zu finden. Im diesjährigen Bericht schildern wir beispielhaft unser Engagement aus dem Geschäftsjahr 2022/23 mit dem Fokus auf Maßnahmen aus dem DACH-Raum. Dabei beschreiben wir zum einen Projekte, die im Anschluss an den vergangenen Bericht (2021/22) weiterentwickelt wurden, zum anderen sind neue Maßnahmen entstanden oder weitestgehend realisiert worden. Wir fokussieren uns in der Berichterstattung dabei auf die von der CDR-Initiative definierten Handlungsfelder "Umgang mit Daten", "Bildung", "Klima- und Ressourcenschutz", "Inklusion" und "Mitarbeitendeneinbindung".



Quelle: Otto Group (2022)

# Datenminimalismus & Umweltschutz: Mitarbeitende räumen digital auf beim Datenputz

Der Ausbau der digitalen Infrastruktur erleichtert vieles in unserer Organisation. Gleichzeitig wächst die Menge der Daten mit jeder versendeten E-Mail, jedem informierenden Newsletter und jeder abgespeicherten Datei. Diese Informations- bzw. Datenflut hat einen nicht zu unterschätzenden Einfluss auf unseren ökologischen Fußabdruck. Eine normale E-Mail ohne Anhang verursacht bereits 10 Gramm CO<sub>2</sub> – 15 verschickte Mails entsprechen damit einem gefahrenen Kilometer mit dem PKW.

Als Unternehmensgruppe mit mehreren zehntausend Mitarbeitenden haben wir die Möglichkeit, eine Vielzahl von Personen für ihren digitalen Fußabdruck im Arbeitskontext und darüber hinaus zu sensibilisieren. Im Rahmen einer zweiwöchigen Aktion motivieren wir seit 2022 unsere Kolleg\*innen dazu, gemeinsam digital aufzuräumen: Dabei geht es sowohl darum, über die Umweltwirkung digitaler Anwendungen zu informieren, als auch dazu zu motivieren, selbst aktiv zu werden und z.B. alte E-Mails und Dateien endgültig zu löschen. Wir

wollen dem exponentiellen Datenwachstum entgegenwirken und nicht zuletzt auch einen Beitrag zur mentalen Gesundheit durch einen bewussteren Umgang mit der Datenflut leisten.

Während der Aktionswochen finden unter anderem Mitmach-Calls zum gemeinsamen Aufräumen statt, zudem werden den Teilnehmenden verschiedene Checklisten und Video-Tutorials bereitgestellt. Geplant und durchgeführt wird die Aktion von einem ca. 20-köpfigen Projektteam mit Kolleg\*innen aus unterschiedlichen Konzerngesellschaften. Im Jahr 2022 konnten wir insgesamt über 750 Teilnehmer\*innen in unserem Kick-Off-Termin der Aktionswochen begrüßen und gemeinsam 6,5 Terabyte an Daten löschen.

Im Jahr 2023 findet der digitale Datenputz vom 11. bis zum 22. September im Schulterschluss mit anderen Mitgliedern der CDR-Initiative sowie weiteren Unternehmen und Organisationen in Deutschland statt.

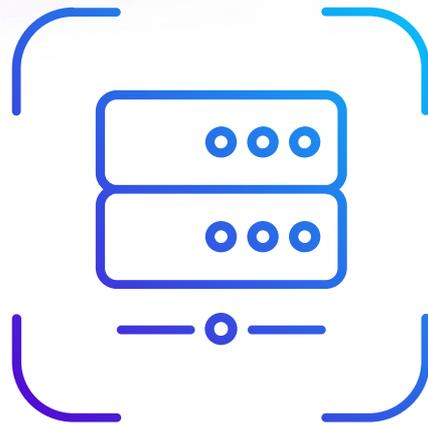
## Wie ist oder wird Corporate Digital Responsibility im Unternehmen verankert?

Die Gesellschaftervision “Responsible commerce that inspires” bildet den Kern all unseres Handelns. Die Corporate Responsibility-Strategie (CR-Strategie) der Otto Group mit ihren sieben Themenfeldern baut darauf mit visionären, langfristigen Zielen auf. Die Themenfelder dienen als Handlungsrahmen und die Ziele werden durch kurzfristige Ziele mit klar definierten Zeithorizonten konkretisiert. Die Mitarbeitenden der Konzerngesellschaften werden aktiv in die Umsetzung und Weiterentwicklung der Ziele einbezogen.

Digital Responsibility ist eines der sieben Themenfelder und gibt einen dynamischen Gestaltungsraum für die Otto Group vor: Die Konzerngesellschaften übersetzen innerhalb dieses Rahmens die Digital Responsibility Ziele individuell für den Handlungsraum ihres Geschäftsmodells und ihrer Organisation in Initiativen und Maßnahmen. Der Kodex der CDR-Initiative sowie die Maßnahmenberichte der anderen Mitgliedsunternehmen bieten dabei Orientierung und Inspiration für die konkrete Ausgestaltung einer verantwortungsvollen Digitalisierung entlang der CDR-Handlungsfelder. Die geplanten Aktivitäten der Konzerngesellschaften zur Zielerreichung werden von einem zentralen Gremium – dem Corporate Responsibility-Board – mit Blick auf Ambitionsniveau und Wirksamkeit diskutiert und verabschiedet. An dieses

Gremium wird auch rückblickend die tatsächliche Zielerreichung berichtet.

Digital Responsibility ist auch auf personeller Ebene verankert: Eine zentrale Ansprechperson aus dem Corporate Responsibility-Bereich der Otto Group Holding kümmert sich im Fokus um die Weiterentwicklung, die Otto Group-weite Koordination sowie für die interne und externe Vernetzung zu dem Thema. In den Konzerngesellschaften findet sich jeweils eine Ansprechperson, die sich mit den entsprechenden Fachbereichen (z. B. IT) vernetzt und die Umsetzung der Ziele bzw. Maßnahmen aktiv vorantreibt. Gruppenweit kommen die Kolleg\*innen in Austauschrunden (z. B. “Expert Circles”) oder im Rahmen konkreter Projekte zusammen. Die ausgeprägte Dynamik in dem Themenfeld Digital Responsibility macht es möglich nach einem “Test-and-Learn“-Ansatz zu agieren und dabei mutig Neues zu probieren aber auch Maßnahmen, die nicht die gewünschte Resonanz oder Wirkung hervorrufen, wieder zu beenden. Was das konkret bedeutet? Hier setzt der jährliche Maßnahmenbericht als Mitglied der CDR-Initiative an, welcher zum einen Transparenz über die Vielzahl unserer Maßnahmen im Kontext von Digital Responsibility schafft und zum anderen jährliche Fortschritte sichtbar macht.



# Handlungsfeld 01

## Umgang mit Daten

Daten sind die Grundlage aller digitalen Prozesse. Ohne Zugang zu ihnen und ihre Verarbeitung ist die Nutzung der Chancen der Digitalisierung nicht möglich. Der ethische Umgang mit ihnen und die verbraucherfreundliche Umsetzung gesetzlicher Anforderungen sind in einer digitalen Gesellschaft von wesentlicher Bedeutung – sowohl für die Nutzung von Chancen als auch für die Vermeidung von Risiken. Dafür verfolgen wir insbesondere die von der CDR-Initiative identifizierten, folgenden Ziele.

**Ziel: Verzerrungen von Datenanalysen („Bias“) aktiv entgegenwirken**

**Ziel: Profilanalysen („Profiling“) verantwortlich, transparent und fair gestalten**

**Ziel: Verbrauchersouveränität und Autonomie sicherstellen**

**Ziel: Verantwortliche Technikgestaltung im Umgang mit Daten fördern**

**Ziel: Verantwortlichen Umgang mit Daten im Unternehmen sicherstellen**

**Ziel: Verantwortung im Umgang mit Daten über das eigene Unternehmen hinaus übernehmen**

**Ziel: Daten- und Cybersicherheit konsequent weiterentwickeln**

## Ziel: Verzerrungen von Datenanalysen („Bias“) aktiv entgegenwirken

### Maßnahme

*Wir sensibilisieren unsere Beschäftigten (inkl. der Leitungsebene) dafür, sich die ethischen Risiken eines möglichen Bias bewusst zu machen, damit sie solche so weit wie möglich vermeiden oder ihnen entgegensteuern können.*

umgesetzt 

---

KI lernt aus Daten von uns allen – also sind wir auch für das Ausfallen der Entscheidungen mitverantwortlich. Wenn in der Entscheidung einer technischen Anwendung ein Bias erkannt wird, kann dies demnach durch Daten aus realen Alltagssituationen bedingt sein. Wird sich beispielsweise im Einstellungs-Prozess unbewusst aufgrund von Diversitätsmerkmalen gegen Bewerber\*innen entschieden und wird eine KI mit diesen Daten trainiert, so wird sie dieses Muster fortsetzen und gewisse Kandidat\*innen systematisch benachteiligen.

Im Rahmen eines gemeinsamen Pilot-Projekts von bonprix, der Otto Group Holding und OTTO ist ein neuer Lernpfad für die konzernweit genutzte digitale Lernplattform Masterplan mit interaktiven Elementen konzipiert und umgesetzt worden, der unbewusster Voreingenommenheit bei Mitarbeitenden vorbeugen soll. Der Lernpfad beinhaltet Übungen, Hörspuren, Video-Statements und -interviews sowie vor allem zahlreiche praktische Tipps für individuelle Lösungsstrategien zur Reduzierung der Unconscious Biases. Der Pfad wurde bislang von etwa 1000 Mitarbeitenden abgeschlossen.

## Ziel: Profilanalysen („Profiling“) verantwortlich, transparent und fair gestalten

### Maßnahme

*Wir verwenden keine Daten oder Analysen, die im konkreten Kontext der Geschäftsbeziehung den Erwartungen typischer Kundinnen und Kunden widersprechen würden, weil sie z.B. Rückschlüsse auf deren sexuelle Orientierung oder psychische Gesundheit ermöglichen würden.*

umgesetzt 

---

Innerhalb der Otto Group besteht die Vorgabe, dass zum Zweck der Durchführung von Analysen grundsätzlich keine besonderen Kategorien personenbezogener Daten (z. B. Bank-, Login- oder Adressdaten) verarbeitet werden dürfen.

## Ziel: Verbrauchersouveränität und Autonomie sicherstellen

### Maßnahme

*Wir stellen unseren Kundinnen und Kunden neben den vollständigen Vertragsbedingungen auch eine Zusammenfassung der wesentlichen Informationen zur Datenverarbeitung zur Verfügung.*

umgesetzt 

---

Am Anfang der Datenschutzerklärung auf otto.de sind wichtige Informationen für Verbraucher\*innen kurz zusammengefasst. Die detaillierteren Informationen sind in einem übersichtlichen Inhaltsverzeichnis verlinkt und jedes relevante Oberkapitel hat eine Kurzzusammenfassung der Inhalte. Kund\*innen haben außerdem die Möglichkeit, ihre Rechte auf Löschung, auf Auskunft sowie auf Datenportabilität direkt im Kundenkonto geltend zu machen. Auch die in diesem Zusammenhang den Kund\*innen zur Verfügung zu stellenden Dokumente (z. B. Auskunftsschreiben) werden im Kundenkonto zum Download bereitgehalten.



 **Weitere Informationen zur Maßnahme**

<https://www.otto.de/shoppages/service/datenschutz>

# Ziel: Verantwortliche Technikgestaltung im Umgang mit Daten fördern

## Maßnahme

*Förderung eines verantwortungsvollen Einsatzes von Künstlicher Intelligenz mit der AI Foundation*

umgesetzt 

---

Maschinelles Lernen und Künstliche Intelligenz sind keine Zukunftsthemen, sondern konkrete Werkzeuge, die aus Verhalten, Bildern und Texten Informationen gewinnen und zur Steuerung bereitstellen. OTTO hat innerhalb ihrer Organisation die AI Foundation gegründet, welche den Einsatz von Künstlicher Intelligenz im Unternehmen erhöht und fördert. Dies geschieht, indem vielversprechende Einsatzgebiete identifiziert werden und entsprechende, effizient und verantwortungsvoll entwickelte KI-Produkte bereitgestellt werden. Beispielsweise ermittelt das Produkt "Twins" automatisiert vergleichbare Artikel auf Basis von Bild- und Textdaten sowie Nutzerverhaltensdaten zur Optimierung von Logistik- und Dispositions-/Einkaufsprozessen. Dadurch kann u.a. das Wissen von bekannten Produkten auf neue Produkte übertragen werden. Auf diesem Wege sollen größtmögliche Synergien bei methodischer und technischer Exzellenz erzielt werden.

## Ziel: Verantwortliche Technikgestaltung im Umgang mit Daten fördern

### Maßnahme

*Etablierung von Systemen zur Anonymisierung von Daten*

umgesetzt 

---

Die Gesellschaften der Otto Group haben in der Vergangenheit weitreichende Systeme zum Zweck der Pseudonymisierung und Anonymisierung von Daten aufgebaut. Dabei wurden Schutzmaßnahmen etabliert, die darauf abzielen, diese Daten zu anonymisieren: Personenbezogene Daten werden durch unabhängige Dritte ("Trusted-Third-Parties") verschlüsselt, Datenverarbeitungen werden an einen Datentreuhänder ausgelagert und Daten werden vor der Durchführung von Analysen in synthetische Daten umgewandelt.

## Ziel: Verantwortliche Technikgestaltung im Umgang mit Daten fördern

### Maßnahme

*Nichtdiskriminierung, Vielfalt und Fairness als fest verankerte Ziele in der OSP AI Guideline*

umgesetzt 

---

Die Konzerngesellschaft OSP hat in ihren Leitlinien zum verantwortungsvollen Umgang mit Künstlicher Intelligenz das Ziel “Nichtdiskriminierung, Vielfalt und Fairness” fest verankert. Diskriminierende Verzerrungen lassen sich auch mit KI-basierten Entscheidungssystemen nicht ausnahmslos vermeiden, weil das Beheben einer Form der Unfairness gleichzeitig andere Formen der Unfairness zutage fördern kann. Bei der KI-Entwicklung und -Programmierung werden die Leitlinien berücksichtigt und die Ergebnisse dahingehend stets kritisch überprüft. Dabei gilt das Prinzip der Umkehrbarkeit: Die Ergebnisse der KI sind grundsätzlich reversibel, sodass bei entsprechender Beweisführung Entscheidungen durch menschliches Eingreifen rückgängig gemacht werden können.



 **Weitere Informationen zur Maßnahme**

<https://www.osp.de/ueber-uns/ki-leitlinien>

## Ziel: Verantwortlichen Umgang mit Daten im Unternehmen sicherstellen

### Maßnahme

*Mithilfe von KI-Modellen gegen aufhetzende und diskriminierende Produkte*

umgesetzt 

---

Als Plattform hat unsere Konzerngesellschaft OTTO neben den eigenen Produkten auch zahlreiche Produkte, die von Partnern angeboten werden. Deshalb hat OTTO nicht in jedem Fall Einfluss auf die Auslobung von Produkten auf otto.de. Dennoch ist es wichtig, dass nicht nur Gesetze, sondern auch die OTTO-Richtlinien eingehalten werden. Auf otto.de ist diskriminierender, sexistischer oder auch politischer Content z.B. in Produkten oder Produktbeschreibungen (z. B. auf T-Shirts aufgedruckt) unerwünscht und wird durch mehrere KI-Modelle täglich überprüft. Vor drei Jahren wurde bei OTTO das Projekt „Automatische Content Compliance“ Prüfung (ACC) gestartet, welches heute in der Lage ist, mit einer automatisierten Wort- und Bildprüfung Produkte zu identifizieren, die entweder gegen Gesetze oder die OTTO-Richtlinien verstoßen. Das Prüfarfakt für Wortprüfungen umfasst aktuell 1.000 Prüfinhalte, denen ein definiertes Regelwerk hinterlegt ist. Prüfungen können sortimentsbezogen angewendet werden und somit spezifisch zum Einsatz kommen.

## Ziel: Verantwortung im Umgang mit Daten über das eigene Unternehmen hinaus übernehmen

### Maßnahme

*Erfahrungsaustausche zum verantwortungsvollen Umgang mit Daten*

umgesetzt 

---

Die Otto Group unterstützt andere Marktteilnehmer\*innen, mit denen sie zusammenarbeitet, bei der Entwicklung relevanter Tools, durch die Daten verarbeitet werden. In diesem Zusammenhang werden unter anderem zum Schutz der Verbraucher\*innen insbesondere die Erfahrungen in Bezug auf die bestmögliche Ausgestaltung von Datenverarbeitungen eingebracht und aktiv an Diskussionen zu diesen Ausgestaltungen (u.a. auch mit Aufsichtsbehörden) teilgenommen.

## Ziel: Daten- und Cybersicherheit konsequent weiterentwickeln

### Maßnahme

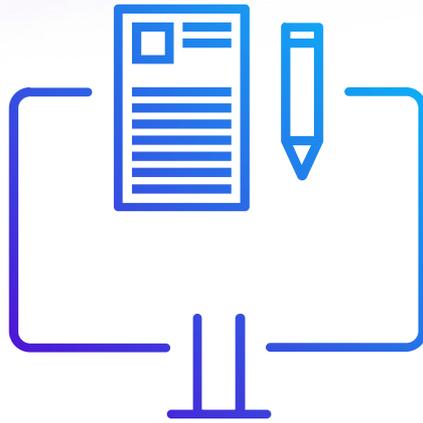
*Erkennung von IT-Security-Risiken bzw. Angriffen auf otto.de und seine Infrastruktur*

umgesetzt 

---

Die Konzerngesellschaft OTTO hat das sogenannte Fraud Detection & Prevention entwickelt, womit Bestellbetrug auf Basis typischer Verhaltensmuster der Nutzer\*innen erkannt wird. Mithilfe des maschinellen Lernens lassen sich aus Daten komplexe Muster ableiten: Das Produkt nutzt hierfür künstliche Neuronale Netze zum Deep Learning auf einer Infrastruktur, die auf aktuellen Daten basiert. Durch diese Technologien der Künstlichen Intelligenz können kritische Bestellungen kurzfristig abgefangen werden.





# Handlungsfeld 02

## Bildung

Die zunehmende Digitalisierung der Wirtschaft bringt weitreichende Veränderungen sowohl für viele Kundinnen und Kunden als auch für einen großen Teil der Beschäftigten von Unternehmen mit sich. Gezielte, auf den Bedarf verschiedener Zielgruppen abgestimmte Bildungsangebote können dazu beitragen, Menschen auf diese Veränderungen vorzubereiten. Dafür verfolgen wir insbesondere die von der CDR-Initiative identifizierten, folgenden Ziele.

**Ziel: Über Chancen und Risiken aufklären und zu eigenständigem Handeln befähigen**

**Ziel: Über ethische Fragen der Digitalisierung aufklären**

## Ziel: Über Chancen und Risiken aufklären und zu eigenständigem Handeln befähigen

### Maßnahme

*Etablierung eines neuen Lernpfades für gewerbliche Mitarbeitende auf der Lernplattform Masterplan*

umgesetzt 

---

Als Arbeitgeber sieht sich die Otto Group insbesondere in der Verantwortung, die digitale Arbeitswelt im Sinne der Mitarbeitenden zu gestalten. Eine neue Lernkultur ist dabei ein zentraler Aspekt des Kulturwandels, den die Otto Group seit Jahren intensiv vorantreibt. Eines der wichtigsten Werkzeuge ist die digitale Lernplattform Masterplan, die wir im Zuge der konzernweiten Weiterbildungsinitiative TechUcation ausgerollt und mit der im Jahr 2022 einen besonderen Meilenstein erreicht wurde: Etwa 10.000 gewerbliche Kolleg\*innen schlossen erfolgreich den eigens für Logistiker\*innen entwickelten Grundkurs zum Thema Digitalisierung ab. In rund 75 Videolektionen teilten über 55 Expert\*innen aus den Konzerngesellschaften ihr Wissen und stellten so einen Bezug zur Arbeitswelt in der Logistik her. Mit den umfassenden Lerninhalten werden Mitarbeitende befähigt und ermutigt, den digitalen Wandel im gewerblichen Bereich aktiv mitzugestalten.

## Ziel: Über Chancen und Risiken aufklären und zu eigenständigem Handeln befähigen

### Maßnahme

*Im Rahmen des Weiterbildungsprogramms uLEAD Führungskräften die Potenziale von Künstlicher Intelligenz nahebringen*

umgesetzt 

---

Das jährliche Weiterbildungsprogramm für Führungskräfte (uLEAD) bei OTTO und der Otto Group Holding intensiviert die Auseinandersetzung mit den strategischen Unternehmenszielen und den Erfordernissen der Transformation. Das Angebot wird laufend angepasst, um ein gemeinsames Verständnis relevanter aktueller Themen im Führungsteam zu fördern. Eines von drei Schwerpunktthemen im Geschäftsjahr 2022/2023 war das Verstehen von Künstlicher Intelligenz (KI). Führungskräfte sind wichtige Schlüsselfiguren, damit die Möglichkeiten von KI in den Teams kommuniziert und die Rahmenbedingungen dafür geschaffen werden, dass diese nachhaltig ausgeschöpft werden. Das Team der AI Foundation von OTTO hat in diesem Rahmen ein Wissenspaket zusammengestellt, um die Potenziale von KI zu kommunizieren. Bestandteil dieses Angebots waren unter anderem Impuls-Vorträge von Expert\*innen und Keynote-Sessions interner und externer Speaker\*innen.

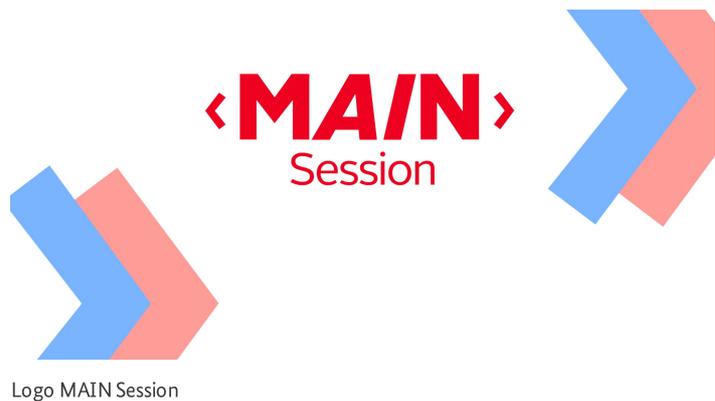
## Ziel: Über ethische Fragen der Digitalisierung aufklären

### Maßnahme

*Einblicke in ethische Fragestellungen der Tech-Welt auf der MAIN-Session 2.0*

umgesetzt 

Bereits zum zweiten Mal hat OTTO die MAIN-Session organisiert, in der Expert\*innen aus Unternehmen, Behörden und Initiativen zusammenkommen, um sich zu vernetzen und über aktuelle Fragestellungen zum Thema Künstliche Intelligenz (KI) auszutauschen. Gegenstand der vielfältigen Vorträge und Workshops war unter anderem das Thema ethische KI. Hier wurde den Teilnehmer\*innen die Möglichkeit geboten, ihr Wissen zu erweitern und in den übergreifenden Diskurs zu gehen



## Ziel: Über ethische Fragen der Digitalisierung aufklären

### Maßnahme

*Mitarbeitende über einen internen Newsletter die ethischen Aspekte der Digitalisierung näherbringen*

umgesetzt 

---

Im vergangenen Jahr hat die Otto Group Holding einen internen Newsletter entwickelt, welcher in regelmäßigen Abständen an interessierte Mitarbeitende in der Otto Group versendet wird, die sich mit dem Thema Digital Responsibility beschäftigen. Neben aktuellen Entwicklungen auf gesellschaftlicher und politischer Ebene werden hier auch immer wieder ethische Aspekte in den Blick genommen. Vergangene Themen waren beispielsweise die Grenzen der Nutzung von Künstlicher Intelligenz (KI) oder die Gemeinwohlorientierung von Algorithmen.



# Handlungsfeld 03

## Klima- und Ressourcenschutz

Die Digitalisierung bringt erhebliche Chancen, aber auch einige Risiken im Hinblick auf unsere Natur und Umwelt mit sich. Sie ist wesentlicher Treiber für Klima- und Ressourcenschutz, kann gleichzeitig aber auch mit potenziell negativen Umweltauswirkungen verbunden sein. Um sicherzustellen, dass die Digitalisierung insgesamt deutlich positive Effekte für den Klima- und Ressourcenschutz entwickelt, verfolgen wir insbesondere die von der CDR-Initiative identifizierten, folgenden Ziele.

**Ziel: Digitale Lösungen zum Schutz unserer Umwelt stärken**

**Ziel: Informations- und Kommunikationstechnologien umwelt- und ressourcenschonend ausgestalten und nutzen**

## Ziel: Digitale Lösungen zum Schutz unserer Umwelt stärken

### Maßnahme

*Mit 3D und Avatarfotografie Modedesign und -anprobe ressourcenschonend gestalten*

umgesetzt 

---

Dass auch die Produktentwicklung durch die Digitalisierung erleichtert werden kann, zeigt die Konzerngesellschaft sheego. Sie hat im vergangenen Jahr im Rahmen eines Pilot-Projekts damit begonnen, sowohl den Designprozess von Produkten als auch die Anprobe von Modeartikeln digital zu gestalten. Da im Produktentwicklungsprozess auf diese Weise keine Vorabmuster der Artikel benötigt werden, können die Treibhausgasemissionen des andernfalls notwendigen Versands vermieden werden. Um die Produktmengen bereits im Voraus richtig zu kalkulieren, werden Kund\*innen gebeten, entwickelte Designs im Rahmen einer Umfrage zu bewerten. So werden nur die Designs in Auftrag gegeben, die auch wirklich beliebt sind. Darüber hinaus werden die Artikel anstelle von echten Models auf Avataren abgebildet, was nicht nur Zeit, sondern durch die Vermeidung von Reisen zu Fotoshootings auch CO2 einspart. In der ersten Kollektion wurden 40 Artikel designt und ausschließlich über das Bild am Avatar im Shop gezeigt – und für diese wurde entsprechend der Transport der Muster von Istanbul nach Frankfurt eingespart.

## Ziel: Digitale Lösungen zum Schutz unserer Umwelt stärken

### Maßnahme

*Einführung der Live Shopping Software „MOVEX | Live Shopping“*

umgesetzt 

Die Konzerngesellschaft Otto Group Solution Provider (OSP) hat Ende 2021 entschieden, sich dem Potenzial von Live Shopping-Formaten zu widmen. Erste Erhebungen des Marktforschungsinstituts Coresight Research zeigen, dass im Vergleich zum klassischen Online-Shopping rund 40 % weniger Retouren verschickt werden – somit stellt Live Shopping durch die direkte Produktberatung im Livestream auch mit Blick auf die Reduktion von Emissionen und die Schonung von Ressourcen eine höchst relevante Option für die Schaffung nahtloser Einkaufserlebnisse dar. In weniger als einem Jahr entwickelte das internationale OSP-Projektteam eine cloudbasierte Anwendung, die sich in kürzester Zeit in zahlreiche Shopsysteme integrieren lässt. Prinzipiell gibt es zwei Möglichkeiten, Kund\*innen durch Live Shopping zu begeistern: die Streaming-Funktionen der diversen Social Media- und Video-Plattformen sowie die Integration einer Software wie MOVEX | Live Shopping in den eigenen Webshop. Für die Zukunft stehen neben der vereinfachten Verwaltung von Clips, einem Creator-Bereich auch weitere KI- und Automatisierungstools sowie ein Chatbot auf der Feature-Roadmap.



 **Weitere Informationen zur Maßnahme**

<https://www.osp.de/produkte/movex-omnichannel-software>

## Ziel: Digitale Lösungen zum Schutz unserer Umwelt stärken

### Maßnahme

*Mit dem Projekt Cheops schon vor Verkaufsstart Einkaufsmengen anpassen und Überschüssen vorbeugen*

umgesetzt 

---

Im Projekt Cheops der Otto Group Holding unterstützt Künstliche Intelligenz die Kolleg\*innen aus dem Einkauf dabei, auf Basis historischer Produkt- und Kundendaten die Nachfrage nach neuen Artikeln zu prognostizieren, sodass Einkaufsmengen angepasst und Überschüsse reduziert werden können. Durch einen KI-Algorithmus können auf diese Weise bereits 3-9 Monate vor Verkaufsstart Fehlentscheidungen minimiert werden, was wiederum Ressourcen spart.

## Ziel: Digitale Lösungen zum Schutz unserer Umwelt stärken

### Maßnahme

*Hermes Fulfilment und bonprix digitalisieren den Packprozess für Kundensendungen mit DigiPac*

umgesetzt 

Die Otto Group nutzt die Digitalisierung, um die nachgelagerte Lieferkette auf dem Weg zu den Kund\*innen nachhaltiger zu gestalten. Mit DigiPac digitalisiert Hermes Fulfilment gemeinsam mit bonprix den Packprozess für Kundensendungen, indem Papierdokumente wie Rechnungen oder Lieferscheine den Sendungen nicht länger beigelegt werden. Der Verzicht auf Papierbelege bedeutet einerseits eine Ressourcenschonung und stellt andererseits eine Beschleunigung des Versandprozesses dar.



Digipac bei Hermes



 **Weitere Informationen zur Maßnahme**

<https://www.hermes-fulfilment.de/news/digipac-geht-live-bei-hf>

## Ziel: Informations- und Kommunikationstechnologien umwelt- und ressourcenschonend ausgestalten und nutzen

### Maßnahme

*Umweltbewusste Softwareentwicklung durch Sustainable Programming*

umgesetzt 

---

Die Konzerngesellschaft Otto Group Solution Provider (OSP) setzt sich innerhalb der „Sustainable Programming Initiative“ mit der Analyse von Umweltauswirkungen von IT-Systemen auseinander. Hierbei entwickelt sie gezielt Maßnahmen, um den Nachhaltigkeitsgedanken als zentralen Faktor aller Aktivitäten bei OSP zu etablieren. Im „Curriculum Sustainable Programming“ werden Entwickler\*innen praxisnah Kenntnisse zu nachhaltiger Software-Entwicklung vermittelt. Hierüber erfolgt eine gezielte Ausbildung von Multiplikator\*innen für Nachhaltigkeit im Kerngeschäft von OSP. Darüber hinaus verfolgt die Initiative das Ziel, künftig eine Messplattform für IT-Produkte bereitzustellen.

## Ziel: Informations- und Kommunikationstechnologien umwelt- und ressourcenschonend ausgestalten und nutzen

### Maßnahme

*Implementierung der Carbon Footprint App*

umgesetzt 

---

Seit 2020 werden im Rahmen des Projektes „Carbon Footprint“ regelmäßig die CO<sub>2</sub>e-Emissionen des gruppenweiten IT-Bereichs inklusive der Herstellung des IT-Equipments ermittelt, reduziert und durch hochwertige Kompensation ausgeglichen. Über eine Footprint-App können mehrere tausend Mitarbeitende von OTTO und der Otto Group Holding seit Oktober 2022 ihre arbeitsbezogenen, persönlich verursachten CO<sub>2</sub>e-Emissionen einsehen. In Zukunft sollen weitere Datenquellen in die Anwendung integriert und diese auf weitere Konzerngesellschaften ausgerollt werden.



 **Weitere Informationen zur Maßnahme**

<https://www.ottogroup.com/de/stories/story/story-footprint-app.php>

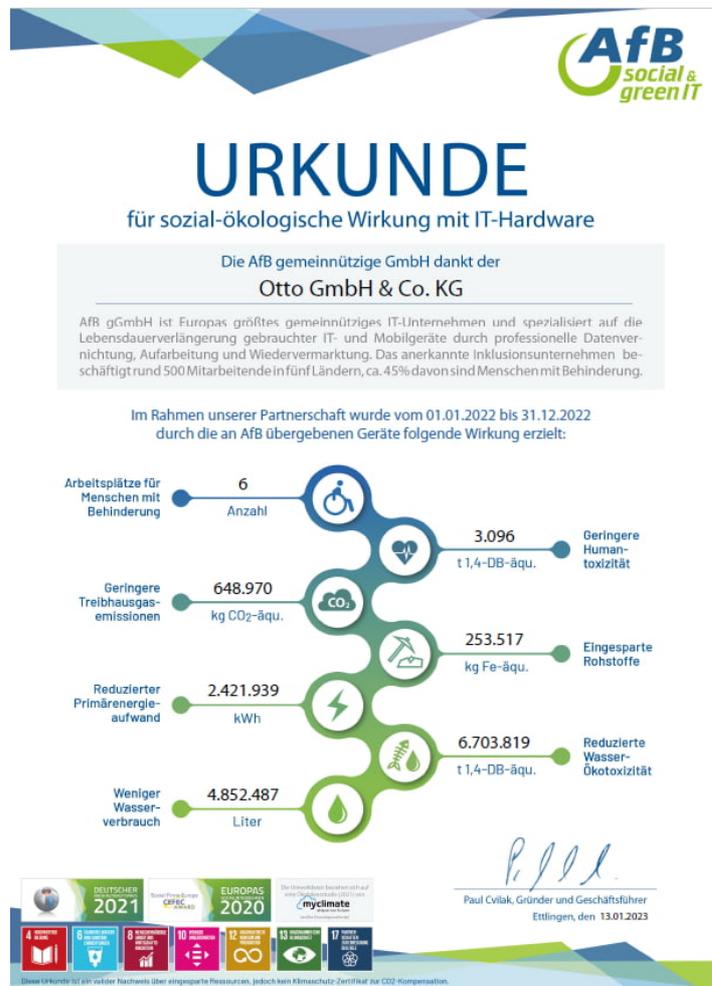
# Ziel: Informations- und Kommunikationstechnologien umwelt- und ressourcenschonend ausgestalten und nutzen

## Maßnahme

*Unterstützung der Wiederverwertung von unseren IT- und Mobilgeräten*

umgesetzt 

Im Rahmen einer Partnerschaft mit dem gemeinnützigen IT-Unternehmen AFB (Arbeit für Menschen mit Behinderung) leistet die Otto Group einen positiven Beitrag zum Umweltschutz und fördert gleichzeitig eine inklusivere Gesellschaft. Das Unternehmen sammelt gebrauchte Geräte von Firmen und Institutionen, löscht die Daten darauf und bereitet sie anschließend auf und vermarktet sie wieder. Geräte, die nicht mehr repariert werden können, werden zerlegt und fachgerecht recycelt. Insgesamt wurden im vergangenen Jahr 6.007 IT- und Mobilgeräte mit einem Gesamtgewicht von 23,8 Tonnen bearbeitet, von denen 75% der Geräte nach der Wiederaufbereitung vermarktet werden konnten. So konnten nicht nur ökologische KPIs wie die Einsparung von 648.970 kg CO<sub>2</sub>-Äquivalenten erzielt werden, sondern auch sechs Arbeitsplätze für Menschen mit Behinderung geschaffen werden.



CSR-Urkunde 2022





# Handlungsfeld 04

## Inklusion

Die zunehmende Digitalisierung vieler Lebens- und Arbeitsbereiche bringt erhebliche Chancen für die Gesellschaft sowie jede Einzelne und jeden Einzelnen mit sich. Damit diese realisiert werden können, ist sicherzustellen, dass keine sozialen Gruppen von der Digitalisierung oder durch die Digitalisierung systematisch von der Teilhabe am gesellschaftlichen oder wirtschaftlichen Leben ausgeschlossen werden. Dafür verfolgen wir insbesondere die von der CDR-Initiative identifizierten, folgenden Ziele.

**Ziel: Zugangshürden zu Produkten und Dienstleistungen entgegenwirken**

**Ziel: Lösungen zur Unterstützung der Teilhabe fördern**

## Ziel: Zugangshürden zu Produkten und Dienstleistungen entgegenwirken

### Maßnahme

*Gründung einer konzernübergreifenden Initiative zur Umsetzung von Barrierefreiheit in unseren Shoppingwelten*

in Planung 

---

Im vergangenen Jahr wurde durch die Tech Strategy eine konzernübergreifende Initiative gegründet, die sich zum Ziel gesetzt hat, bis Juli 2025 alle Shoppingwelten (Web + App) barrierefrei zu gestalten. Teil der gegründeten Task Force sind Mitarbeitende der Konzerngesellschaften OTTO, Manufactum, Witt/heine, empiriecom und BAUR, die gemeinsam ein Handbuch zur Umsetzung der Anforderungen ausarbeiten, um alle Konzerngesellschaften und Kolleg\*innen zu sensibilisieren und dazu befähigen, Barrierefreiheit umzusetzen. Grundlage dieser inhaltlichen Anforderungen bildet das Barrierefreiheitsstärkungsgesetz.

## Ziel: Lösungen zur Unterstützung der Teilhabe fördern

### Maßnahme

*Förderung von Migrant\*innen in Tech-Jobs mit der ReDI School of Digital Integration*

umgesetzt 

---

Im Schulterschluss mit der Hamburger Behörde für Wirtschaft und Innovation und der Holistic Foundation sowie inzwischen auch Microsoft unterstützt die Otto Group seit Januar 2022 den Aufbau der ReDI School of Digital Integration in Hamburg, die zukünftige IT-Talente mit Flucht- oder Migrationserfahrung in ihrer Ausbildung fördert. Für den Erfolg des Konzepts ist neben finanzieller Zuwendung und Sachspenden die Unterstützung durch Freiwillige mit IT-Kompetenzen entscheidend. In den beiden Semestern im Jahr 2022 haben bereits 122 Studierende, davon 55 Prozent Frauen, aus 25 Nationen Kurse in den Bereichen Web Development, User-centred Design und Data Analytics sowie Cybersecurity absolviert.



 **Weitere Informationen zur Maßnahme**

<https://www.ottogroup.com/de/medien/newsroom/meldungen/ReDI-School-of-Digital-Integration-startet-in-Hamburg.php>



# Handlungsfeld 05

## Mitarbeitenden-Einbindung

Die Digitalisierung verändert die Art, wie wir arbeiten. Es ist das gemeinsame Interesse von Arbeitgebern und Beschäftigten, die Belange der Mitarbeitenden im digitalen Wandel zu berücksichtigen. Dies betrifft nicht nur die Qualifikation in der konkreten beruflichen Tätigkeit, sondern darüber hinaus auch die Förderung der Mitarbeitenden in ihrer persönlichen Entwicklung. Dafür verfolgen wir insbesondere die von der CDR-Initiative identifizierten, folgenden Ziele.

**Ziel: Mitarbeitende in der digitalen Transformation an der Gestaltung und Entscheidungsfindung beteiligen**

**Ziel: Mitarbeitende auf Veränderungen vorbereiten und im Wandel unterstützen**

## Ziel: Mitarbeitende in der digitalen Transformation an der Gestaltung und Entscheidungsfindung beteiligen

### Maßnahme

*Mit Inc(AI) Teams Starthilfe für Künstliche Intelligenz bieten*

umgesetzt 

---

Künstliche Intelligenz (KI) verstehen und selbst zu gestalten ist nicht nur ein Thema für IT Professionals. Es ist wichtig, dass – unabhängig von Hierarchie – Mitarbeitende ein Verständnis davon entwickeln, welche Rolle KI in ihrem Arbeitsalltag spielt und wie diese aktiv in der Lösung von Fachproblemen eingesetzt werden kann. Im Rahmen der Initiative Pushing AI bei OTTO unterstützt das Team Inc(AI) aus der Business Intelligence (BI) Teams aus allen Unternehmensbereichen dabei, ihre Ziele insbesondere mit Hilfe von Künstlicher Intelligenz zu erreichen und Use Cases zu skalieren – ganz egal, ob die Teams innerhalb oder außerhalb der BI agieren. Inc(AI) steht zum einen für Increase AI und zum anderen für AI Inkubator – eine geschützte Umgebung, in der sich Künstliche Intelligenz entwickeln kann. Inkubation beschreibt das Vorgehen von Inc(AI) in der Zusammenarbeit mit Gastteams.

## Ziel: Mitarbeitende in der digitalen Transformation an der Gestaltung und Entscheidungsfindung beteiligen

### Maßnahme

*Gestaltung einer zukunftsfähigen Arbeitskultur mit FutureWork*

umgesetzt 

---

In der Otto Group Holding und der Konzerngesellschaft OTTO beschäftigt sich die Initiative FutureWork mit allen Themen rund um die Entwicklung von der traditionellen zur modernen Arbeit. Die Vision: Alle Mitarbeitenden bei der bestmöglichen Erfüllung der individuellen und teamspezifischen Aufgaben zu unterstützen. Dafür beschäftigt sich die Initiative u.a. mit der Fragestellung, welche Systeme und Tools die Arbeit erleichtern und wie den Mitarbeitenden unterschiedliche Arbeitsumgebungen bereitstellen werden können, die sie bestmöglich bei der Erfüllung ihrer individuellen Aufgaben für eine effiziente Zusammenarbeit unterstützen. Zudem definiert die Initiative gemeinsam mit der Belegschaft und den Führungskräften Rahmenbedingungen und Regeln für die Zusammenarbeit, um so eine veränderte Arbeitskultur in der Otto Group zu schaffen. Dabei ist Future Work kein Selbstzweck, sondern stellt in all seinem Tun den Unternehmenserfolg in den Vordergrund.



 **Weitere Informationen zur Maßnahme**

<https://www.otto.de/unternehmen/de/unternehmen/futurework-bei-otto>

## Ziel: Mitarbeitende in der digitalen Transformation an der Gestaltung und Entscheidungsfindung beteiligen

### Maßnahme

*Förderung der beruflichen Chancengleichheit aller Geschlechter mit PLAN F*

umgesetzt 

---

PLAN F ist ein diverses Netzwerk, welches alle Menschen der Otto Group unabhängig vom Geschlecht empfängt und sich als Heimat für Themen rund um Chancengleichheit und Diversität mit Fokus auf Frauen bei OTTO versteht. PLAN F beschäftigt sich beispielsweise mit dem Gender Pay Gap und Frauen in Führung. Im vergangenen Jahr lag der Fokus auf Themen wie Berufseinstieg, Personal Branding & Work-Life-Balance, Vielfalt, Führung und Vernetzung.

## Ziel: Mitarbeitende auf Veränderungen vorbereiten und im Wandel unterstützen

### Maßnahme

*Selbstbestimmtes Lernen für Mitarbeitende mit TechUcation*

umgesetzt 

---

Die Digitalisierung verändert Jobs und es werden neue Fähigkeiten benötigt. Um allen Mitarbeitenden die Möglichkeit zu bieten, sich für die Anforderungen der Zukunft weiterzubilden, ist es wichtig, digitale Bildung losgelöst von Hierarchielevel, Berufsgruppe und Funktion zu ermöglichen. Die Initiative TechUcation gibt den Anstoß zu einer neuen Lernkultur, die ein selbstorganisiertes Lernen und die Entwicklung eigenverantwortlicher Lernkompetenzen fördert. Auf der innovativen Videolernplattform Masterplan werden neben einem Basiskurs zur digitalen Transformation auch zahlreiche weiterführende Lernangebote angeboten. Dieses kann von allen Mitarbeitenden unabhängig von Ort und Zeit genutzt werden und selbstbestimmt nach Interessensgebiet und individuellen Bedürfnissen selektiert werden.



 **Weitere Informationen zur Maßnahme**

<https://www.ottogroup.com/de/stories/story/story-techUcation.php>

## Ziel: Mitarbeitende auf Veränderungen vorbereiten und im Wandel unterstützen

### Maßnahme

*Keynotes, Austauschformate und Skill-Sessions rund um Digitalisierungsthemen und -kompetenzen*

umgesetzt 

---

Innerhalb der Otto Group finden regelmäßig verschiedene Impulsveranstaltungen statt, um Mitarbeitende mit der Zukunft der Digitalisierung vertraut zu machen. Im Rahmen der bonprix Digi Days bietet die Konzerngesellschaft bonprix allen Mitarbeitenden der Otto Group die Teilnahme an zahlreichen Austauschformaten und Keynotes zu diversen Zukunftsthemen der Digitalisierung an. An der zweitägigen (hybriden) Veranstaltung kommen interne und externe Personen zusammen, um sich unter anderem über Themen wie das Metaverse, IT-Sicherheit oder 3D-Anwendungen zu informieren und auszutauschen. Um neue Fähigkeiten zu erlernen, finden an zwei Tagen im Jahr die Remote Learning Days statt, an denen Kolleg\*innen der gesamten Otto Group untereinander ihr Wissen teilen und ihre Kompetenzen stärken können. Im Rahmen vielfältiger englisch- und deutschsprachiger Sessions haben alle Kolleg\*innen die Möglichkeit, ortsunabhängig und gemeinsam voneinander zu lernen. Jede\*r kann vorab ein Thema einreichen und damit zur konzernweiten Vernetzung beitragen – oder einfach zuhören. Angebotene Sessions der vergangenen Learning Days waren unter anderem “Skill Sets von morgen”, “Projektmanagement im Digital Learning” oder “Wie werden wir nachhaltiger im Lernen?”. Im November 2022 organisierte der gruppenweite IT-Bereich der Otto Group erneut die „Technophilia Week“ – eine Woche voller Impulse für alle Tech-Interessierten im Konzern. Hier spielte das Thema Nachhaltigkeit eine große Rolle. So beleuchtete die Session „Klimawandel und Digitalisierung“ den Anteil von Informations- und Kommunikationstechnologien am globalen CO<sub>2</sub>e-Ausstoß sowie die Möglichkeiten einer „Green IT“. Die Veranstaltung „Sustainability @Otto Group IT“ gab einen Überblick über konkrete Umwelt- und Klimaschutzmaßnahmen im Bereich IT.



# Impressum

## Otto (GmbH & Co KG)

### Persönlich haftend

Verwaltungsgesellschaft Otto mbH  
AG Hamburg HR B 13 762

### Vertreten durch

Alexander Birken (Vorstandsvorsitzender), Dr. Marcus Ackermann, Sergio Bucher, Sebastian Klauke, Petra Scharner-Wolff, Kay Schiebur

### Aufsichtsrat

Prof. Dr. Michael Otto (Aufsichtsratsvorsitzender)

Sitz der Gesellschaft	<b>Hamburg</b>
Postanschrift	<b>Werner-Otto-Straße 1-7, 22179 Hamburg</b>
Handelsregister	<b>AG Hamburg HR A 62 024</b>
Umsatzsteuer-ID	<b>DE118475690</b>
Kontakt	<b><a href="tel:+494064616121">+49 (40) 6461-6121</a> <a href="mailto:Sabine.Schmidt@ottogroup.com">Sabine.Schmidt@ottogroup.com</a></b>
V.i.S.d.P	<b>Dr. Sabine Schmidt</b>

## Kontakt zur CDR-Initiative

Geschäftsstelle der CDR-Initiative

Crellestr. 37  
10827 Berlin

 [030 / 2359116-60](tel:030235911660)  
 [www.cdr-initiative.de](http://www.cdr-initiative.de)

 [kontakt@cdr-initiative.de](mailto:kontakt@cdr-initiative.de)  
 [030 / 2359116-69](tel:030235911669)

Die CDR-Initiative des BMUV fördert Unternehmensverantwortung im digitalen Wandel. Die Initiative wurde 2018 als Lern- und Austauschplattform gemeinsam mit Unternehmen gestartet. Ziel der Initiative ist es, digitale Verantwortung zu einer Selbstverständlichkeit für Unternehmen aller Branchen werden zu lassen.

**Für die Inhalte dieses Berichts ist ausschließlich das berichtende Unternehmen verantwortlich.**

