

# CDR-Kodex Maßnahmenbericht

## Zalando SE



## CDR-Kodex und Berichte 2022

**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



## CDR bei Zalando als Teil unserer Vision, eine Mode-Plattform mit netto-positiver Auswirkung auf Mensch und Erde zu sein.



Quelle: Zalando SE

Zalando ist eine der führenden Online-Plattformen für Mode und Lifestyle in Europa. Im Jahr 2008 in Berlin gegründet, bietet Zalando heute mehr als 49 Millionen aktiven Kund\*innen in 25 Ländern Produkte aus den Bereichen Bekleidung, Schuhe, Accessoires und Kosmetik. Das Sortiment umfasst weltbekannte, internationale Marken ebenso wie lokale Labels. Unseren Kund\*innen bietet die Zalando-Plattform eine Destination für Inspiration, Innovation und Interaktion. Als Europas modischstes Tech-Unternehmen suchen wir laufend nach neuen digitalen Lösungen für jeden Teil des Einkaufserlebnisses – für unsere Kund\*innen,

Partner\*innen und alle anderen Akteure, die Zalando mit uns gestalten wollen.

Unsere Vision ist, der Starting Point for Fashion – die erste Anlaufstelle für Mode – und eine nachhaltige Plattform mit einer netto-positiven Auswirkung auf Mensch und Erde zu sein. Für uns ist es selbstverständlich, dass Unternehmensverantwortung nicht nur analog gedacht wird, sondern sich auch ins Digitale erstreckt: Corporate Digital Responsibility (CDR) ist Teil unserer Zalando-DNA. Wir sind stolz darauf, eines der ersten Unternehmen zu sein, die den CDR-Kodex des Bundesministeriums für Umwelt und Verbraucherschutz (BMVJ) unterzeichnet haben und auch in unserem Verhaltenskodex für Geschäftspartner das Thema Digitale Unternehmensverantwortung ansprechen. Dabei betrachten wir CDR nicht als abgeschlossenes Projekt, sondern als Thema, das sich immer weiter entwickelt und bei dem wir uns auf einer Lernreise befinden. Dieser Bericht zeigt einige Beispiele dafür auf, wie wir CDR bei Zalando aktuell umsetzen. Wir hoffen, damit anderen Unternehmen Inspiration zu bieten und wollen gleichzeitig weiter lernen, wie wir uns verbessern können.



## Mit Machine Learning zu weniger Retouren

Kostenloser Versand und Rücksendung sind seit dem ersten Tag fester Bestandteil unseres Geschäftsmodells sowie des Serviceversprechens, das wir unseren fast 49 Millionen Kund\*innen geben. Unser Ziel ist es, die Umkleide zu unseren Kund\*innen nach Hause zu bringen.

Auch wenn Retouren Teil unseres Geschäftsmodells sind, versuchen wir die Retouren zu reduzieren, die sich vermeiden lassen – etwa weil ein bestelltes Kleidungsstück die falsche Größe hat oder anders aussieht als im Shop dargestellt. Bei Zalando arbeitet ein funktionsübergreifendes Team aus Software-Ingenieur\*innen, Datenwissenschaftler\*innen, Business

Developer\*innen und Fitting Models daran, die Größenberatung kontinuierlich zu verbessern.

Für die Größenberatung setzen wir auf moderne Technologien wie etwa maschinelles Lernen. So können wir einerseits besser vorhersagen, ob ein Artikel eher groß oder klein ausfällt, und andererseits personalisierte Größenempfehlungen auf Basis von vorherigen Einkäufen und Retouren geben. Bei Artikeln, für die wir eine Größenberatung anbieten, konnten wir die größenbedingte Retourenquote seit Anfang 2020 kontinuierlich von -6,8 % auf fast -10 % im Jahr 2021 senken.



[🔗 Weitere Informationen zur Maßnahme](https://corporate.zalando.com/de/newsroom/de/stories/fit-fuer-die-zukunft)

<https://corporate.zalando.com/de/newsroom/de/stories/fit-fuer-die-zukunft>



# 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 

---

Wir nehmen jährlich eine Befragung zum Bewusstsein für die ethischen Risiken des maschinellen Lernens (ML) und den Umgang mit ihnen vor. Auf der Grundlage dieser Befragung bieten wir eine Reihe von Schulungen und Sensibilisierungsmaßnahmen an:

- Regelmäßige Schulungen zum Thema unbewusste Vorurteile/Verzerrungen im Allgemeinen und unbewusste Verzerrungen beim maschinellen Lernen im Besonderen
- Lesegruppe zum Thema Verantwortungsbewusstes ML für angewandte Wissenschaftler\*innen und Entwickler\*innen, bei denen Fachartikel und -bücher gelesen und diskutiert werden
- Präsentationen in unserem ML Roundtable Format mit geschäftsspezifischen Überlegungen und Diskussionen über die Risiken von ML

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

### Maßnahme

*Wir analysieren bei dem Einsatz von algorithmischen Systemen mögliche Bias, dokumentieren die Ergebnisse intern transparent und gut zugänglich und bewerten sie auf die Akzeptierbarkeit hin.*

umgesetzt 

---

Unsere Plattform für maschinelles Lernen (ML) beinhaltet ein Tool für die Rechenschaftspflicht und Transparenz von ML-Modellen namens "model cards", das kennzeichnet, wann und wie Verzerrungen ("Biases") zu melden sind.

Dieses ist in unseren CD4ML-Prozess (Continuous-Delivery-Prozess) integriert, wodurch die Model Cards den Produktteams helfen, regelkonforme Entscheidungen zu treffen, ob ML-Modelle ausgerollt werden können.

Darüber hinaus unterstützt ein zentrales Team (Algorithmic Privacy & Fairness) durch Beratung und gemeinsame Projekte unsere Produktteams bei der Analyse, Milderung und Dokumentation potenzieller Verzerrungen ("Biases") während des gesamten Produktentwicklungszyklus.

Zusätzlich pilotieren wir derzeit eine Erweiterung unseres bestehenden Datenschutz-Governance-Prozesses, um auch dort algorithmische Verzerrungen ("Biases") abzudecken.

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

### Maßnahme

*Wir sorgen dafür, dass die von uns eingesetzten algorithmische Systeme und die darin verwendeten Parameter keinen unfairen Status quo reproduzieren.*

umgesetzt 

---

Unsere Teams für Internal Audit und Algorithmic Privacy & Fairness bewerten potenzielle Verzerrungen („Biases“) in unseren Systemen und priorisieren diese auf Grundlage des potenziellen Schadens und der Sensibilität der Daten.

Dazu gehört die Analyse der Herkunft von Verzerrungen („Biases“) sowie potenzieller erforderlicher Korrekturen, um Verzerrungen („Biases“) entgegenzuwirken und den unfairen Status quo zu ändern.

Dadurch haben wir beispielsweise dafür gesorgt, dass eines unserer ML-Modelle bei verschiedenen Körperformen, inklusive derer, für die wir weniger Daten haben und die gesellschaftlich stigmatisiert sind, gleich gut funktioniert.

Was die Eingabeparameter betrifft, so haben neueste Untersuchungen gezeigt, dass der Ansatz "Fairness durch Unkenntnis" keine Fairness garantiert. Wenn zum Beispiel keine Altersdaten verwendet werden, ist nicht sichergestellt, dass das System nicht trotzdem aufgrund des Alters diskriminiert. Um Verzerrungen („Biases“) zu messen und zu korrigieren, muss daher dieser Parameter erhoben werden.

Zusätzlich haben wir ein Machine Learning Fairness Roundtable Meeting Format, das den Austausch und die Diskussion über Fairnessfragen fördert, aber auch ein Forum für den interdisziplinären Austausch mit externen Expert\*innen bietet.

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

### Maßnahme

*Wir gestalten die von uns eingesetzten algorithmischen Systeme so, dass dafür verantwortliche Menschen die Kontrolle behalten und erforderlichenfalls eingreifen können.*

umgesetzt 

---

Unsere Machine Learning Operations (MLOps)-Prozesse sowie unsere allgemeinen Software Service Operations-Prozesse gewährleisten ein kontinuierliches Monitoring und frühzeitiges Eingreifen durch die Teams, die die Modelle des maschinellen Lernens entwickeln und umsetzen.

MLOps: eine Reihe von Verfahren zur zuverlässigen und effizienten Bereitstellung und Wartung von Modellen für maschinelles Lernen

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

### Maßnahme

*Wir haben ein Algorithmic Privacy & Fairness Team aufgebaut*

umgesetzt 

---

Um unsere Kund\*innenversprechen in den Bereichen Vertrauen, Vielfalt und Inklusion auch in Bezug auf unsere Machine Learning (ML) Systeme zu erfüllen, haben wir ein zentrales Team (Algorithmic Privacy & Fairness), das Machine Learning Teams dabei unterstützt, Fairness in ML und Algorithmen umzusetzen, indem es potenzielle Verzerrungen („Biases“) in unseren Systemen identifiziert, misst und korrigiert.

Hierfür bietet das zentrale Team Schulungen, Beratung, Unterstützung in Projekten und Assessments an.

Darüber hinaus identifizieren diese Kolleg\*innen den gemeinsamen Bedarf in diesem Bereich innerhalb der Organisation und entwickeln Tools, Dienstleistungen und Prozesse, um diesem Bedarf gerecht zu werden. Wo es hilfreich erscheint, führt das Team auch wissenschaftliche Forschung durch. Außerdem beteiligen sich diese Kolleg\*innen an branchenweiten Diskussionen und Standardisierungsbemühungen.

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

### Maßnahme

*Wir arbeiten an Branchenstandards*

umgesetzt 

Wir sind der Meinung, dass Standards von entscheidender Bedeutung sein werden, um z. B. die Rechtssicherheit in der KI-Regulierung der EU zu erhöhen und sicherzustellen, dass ethische Belange des maschinellen Lernens (ML) angemessen berücksichtigt werden. Daher arbeiten wir aktiv innerhalb ETAMI (Ethical and Trustworthy Artificial and Machine Intelligence) mit, um Lösungen zu entwickeln, die nicht nur für Zalando hilfreich sind, sondern auch für andere Unternehmen, die künstliche und maschinelle Intelligenz nutzen. Wir engagieren uns außerdem im Prozess der DIN-Normung für verantwortungsvolle ML-Entwicklung.



the  
etami  
consortium

etami Logo, etami



 **Weitere Informationen zur Maßnahme**

<https://www.etami.eu/etami.eu.html>

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

### Maßnahme

*Wir forschen gemeinsam mit anderen zu Datenschutz und algorithmischer Fairness*

umgesetzt 

---

Wir arbeiten derzeit mit Forscher\*innen der Harvard Business School, der Universität Lund, der Universität Ulm und der Viadrina Universität zusammen, um die negativen Auswirkungen von Verzerrungen („Biases“) beim maschinellen Lernen (ML) abzuschätzen, Vertrauen zu messen und Aussagekraft von Fairness-Metriken zu messen.

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

### Maßnahme

*Wir informieren unsere Kundinnen und Kunden, wenn wir Kundendaten nutzen, um Profile über sie zu erstellen.*

umgesetzt 

---

In unseren Datenschutzhinweisen werden Kund\*innen darüber informiert, was Profildaten sind und welche Datenpunkte bei Zalando verwendet werden. Zusätzlich können Kund\*innen sie in den Kontoeinstellungen überprüfen (oder ändern): dazu zählen Daten, die wir benötigen, um die angeforderten Leistungen anzubieten (z.B. persönliche Daten und Adressen) und zusätzliche Daten (z.B. Lieblingsmarken oder Artikel, die für Größenempfehlungen berücksichtigt werden).

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

### Maßnahme

*Wir gestalten unsere Systeme so, dass sie nicht darauf ausgerichtet sind, aus den Persönlichkeitsprofilen ermittelte Schwächen oder Abhängigkeiten der Nutzerinnen und Nutzer auszunutzen oder Nutzerinnen und Benutzer sowie deren Verhalten zu manipulieren (z.B. durch Addictive Designs oder Dark Patterns).*

umgesetzt 

---

Unsere Strategie ist auf Kund\*innenvertrauen ausgerichtet. Wir glauben, dass wir durch Kund\*innenvertrauen langfristige Kund\*innenbeziehungen aufbauen können. Aus diesem Grund ist Kund\*innenvertrauen ein wesentlicher Bestandteil unserer Kund\*innenversprechen. Diese Sichtweise setzen wir in anderen Bereichen fort. zB im Privacy Bereich. Zentraler Bestandteil der 2025 Privacy Strategie ist es, Privacy Lösungen zu entwickeln, bei denen die Kund\*innen verstehen, welche Daten wofür genutzt werden, aber vor allem auch, wie der Kunde selbst davon profitiert wenn er Daten, zB zur Personalisierung teilt. Mit anderen Worten ist es das Ziel, Daten zum Vorteil und Mehrwert des Kund\*innen zu nutzen dabei Kund\*innenvertrauen in die Datennutzung zu schaffen und darüber eine nachhaltige Kund\*innenbeziehung aufzubauen.

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

### Maßnahme

*Wir ergreifen Maßnahmen, um zu verhindern, dass durch den Einsatz algorithmischer Systeme bestimmte Gruppen von Menschen mit einer gewissen Systematik und ohne legitimen, rationalen Grund von unseren Leistungen ausgeschlossen oder mit sonstigen negativen Folgen konfrontiert werden.*

umgesetzt 

---

Zalando arbeitet darauf hin, bestimmte Kund\*innen-Versprechen zu erfüllen. Diese wurden definiert, um allen Kolleg\*innen auf dem Weg zu unserem Ziel, der Starting Point for Fashion – erste Anlaufstelle für Mode – zu werden, Orientierung zu geben. Bezogen auf unser Kund\*innen-Versprechen, ein Umfeld des Vertrauens und der Inklusivität zu schaffen, haben wir mehrere Maßnahmen ergriffen, um den Ausschluss von Personengruppen zu verhindern. Diese finden Sie unter dem Handlungsziel "Verzerrungen von Datenanalysen ("Bias") aktiv entgegenwirken".

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

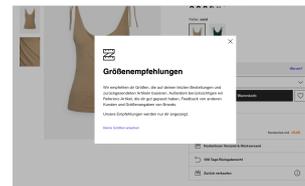
### Maßnahme

*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 

In Fällen, in denen sich Kund\*innen möglicherweise fragen, wie wir zu unseren Empfehlungen kommen, erklären wir integriert in den Kaufprozess, welche Daten wir verwendet haben.

Ein Beispiel: Wenn wir Größenempfehlungen geben, fragen sich Kund\*innen möglicherweise, weshalb wir glauben, dass ihnen eine bestimmte Größe besser passen könnte als die von ihnen gewählte. Hier können sie auf ein kleines Info-Symbol klicken, wo ihnen erklärt wird, dass wir Daten aus ihren Rücksendungen bzw. Daten zu dieser Marken von anderen Kund\*innen nutzen.



Info-Box Größenempfehlung, Zalando SE

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

### Maßnahme

*Wir betten Datenschutzkoordinator\*innen in Entwickler\*innen Teams ein*

umgesetzt 

---

Um Datenschutz sicherzustellen haben wir ein System eingerichtet, das zentrale und dezentrale Ressourcen im gesamten Unternehmen kombiniert und nutzt. Dazu gehören zentrale Expert\*innen für Datenschutzrecht und Datenschutz-Governance, die direkt mit dem Business zusammenarbeiten, aber auch eingebettete Datenschutzkoordinator\*innen in den jeweiligen Geschäftseinheiten, die als Multiplikatoren fungieren. Diese eingebetteten Datenschutzkoordinator\*innen sind geschulte Entwickler\*innen und daher direkt in die Entwickler\*innenteams integriert. Ein weiteres Element ist eine sehr enge Zusammenarbeit mit den Sicherheitsteams und deren eingebetteten Expert\*innen, die sich insbesondere auf technische und organisatorische Maßnahmen und deren Ausrollen im gesamten Unternehmen konzentrieren. Insgesamt betrachtet Zalando den Datenschutz als ein ganzheitliches Konzept, das über die gesamte Organisation hinweg gesteuert werden muss.

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

### Maßnahme

*Wir übersetzen Datenschutzregeln in Data Privacy Principles*

umgesetzt 

---

Bei den Data Privacy Principles handelt es sich um eine Reihe interner Schlüsselprinzipien, die abstrakte rechtliche Bestimmungen zum Datenschutz sowie unsere eigenen Ziele und eigene Philosophie in leicht verständliche Konzepte übersetzen. Sie sind ein Leitfaden für alle Kolleg\*innen, die bei ihrer täglichen Arbeit mit Daten umgehen. Sie bieten Orientierungshilfen für wichtige Fragen bei der Gestaltung von Produkten und Prozessen und sind ein wirksames Instrument, um "Privacy by Design" im gesamten Unternehmen umzusetzen. Sie werden von der Geschäftsleitung in Auftrag gegeben, in unserem sozialen Intranet "zLife" veröffentlicht und sind ein zentraler Bestandteil unserer Schulungen. Sie stehen in direktem Zusammenhang mit unseren Kund\*innen-Versprechen. Diese wurden definiert, um alle Zalando-Kolleg\*innen auf dem Weg zu unserem Ziel, der Starting Point for Fashion – erste Anlaufstelle für Mode – zu werden, Orientierung zu geben.

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

## Maßnahme

*Privacy Strategie: Kund\*innen erklären, wie sie vom Teilen ihrer Daten profitieren*

umgesetzt 

---

Anfang des Jahres hat Zalando seine Privacy Strategie 2025 (und darüber hinaus) vorgestellt. Diese Strategie bildet die Grundlage für ein (kontinuierliches) Programm, unter dessen Dach neue Datenschutzprojekte und -initiativen initiiert und ausgeführt werden. Die Strategie basiert auf spezifischen Datenschutzanliegen und Wertvorstellungen der Kund\*innen. Sie wurde auf der Grundlage des Kund\*innenfeedbacks von mehreren tausend Zalando-Kund\*innen entwickelt. Im Kern zielt die Strategie darauf ab, den Datenschutz fokussiert auf die Kund\*innen zu lösen und dementsprechend den Datenschutz als Mehrwert für die Kund\*innen zu verstehen und umzusetzen (anstatt den Datenschutz maßgeblich als Compliance-Aufgabe zu verstehen, die darauf abzielt die gesetzlichen Anforderungen zu erfüllen und dabei Gefahr läuft die Bedürfnisse der Kund\*innen zu ignorieren). Letztlich zielt die Strategie darauf ab, ein vertrauensvolles Umfeld für Kund\*innen zu schaffen, in dem sie sich als Menschen und mit ihren Daten sicher fühlen.

## 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 

Unsere Datenschutzerklärung enthält verschiedene Informationsebenen. Diese Struktur war uns wichtig, damit Kund\*innen die wichtigsten Informationen schnell auf der ersten Ebene finden, aber auch weitere Details, wenn sie tiefer eintauchen wollen.

Unsere Datenschutzerklärung muss verschiedene Funktionen erfüllen: Sie muss umfassende Informationen über die Datenverarbeitung liefern, sie muss rechtlich einwandfrei sein, aber vor allem muss sie Kund\*innen helfen. Deshalb war es wichtig für uns, sie leicht verständlich zu formulieren. Wir sind der Meinung, dass uns dies durch eine Erklärung, wie der Datenschutzhinweis zu lesen ist, ein Dropdown-Menü, um das richtige Kapitel zu finden, eine Zusammenfassung in fünf Punkten, einfachere Sprache und eine herunterladbare PDF-Version, gelungen ist.



 **Weitere Informationen zur Maßnahme**

<https://www.zalando.de/zalando-datenschutz/>

## Ziel: Verbrauchersouveränität und Autonomie sicherstellen

### Maßnahme

*Wir erläutern das Prinzip des Profilings, auch außerhalb der gesetzlich vorgeschriebenen Fälle, auf Nachfrage unseren Kundinnen und Kunden mit Beispielen und / oder weiteren Hilfsmitteln, die ein höchstes Maß an Verständlichkeit anstreben.*

umgesetzt 

---

Unsere Datenschutzerklärung enthält verschiedene Informationsebenen. Diese Struktur war uns wichtig, damit Kund\*innen die wichtigsten Informationen schnell auf der ersten Ebene finden, aber auch weitere Details, wenn sie tiefer eintauchen wollen.

Unsere Datenschutzerklärung muss verschiedene Funktionen erfüllen: Sie muss umfassende Informationen über die Datenverarbeitung liefern, sie muss rechtlich einwandfrei sein, aber vor allem muss sie Kund\*innen helfen. Deshalb war es wichtig für uns, sie leicht verständlich zu formulieren. Wir sind der Meinung, dass uns dies durch eine Erklärung, wie der Datenschutzhinweis zu lesen ist, ein Dropdown-Menü, um das richtige Kapitel zu finden, eine Zusammenfassung in fünf Punkten, einfachere Sprache und eine herunterladbare PDF-Version, gelungen ist.



 **Weitere Informationen zur Maßnahme**

<https://www.zalando.de/zalando-datenschutz>

## Ziel: Verbrauchersouveränität und Autonomie sicherstellen

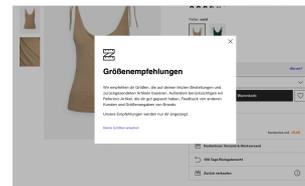
### Maßnahme

*Wir erklären auf leicht verständliche Weise (z.B. mithilfe von Zusammenfassungen, Grafiken und Bildsymbolen) ergänzend, welche Daten wir sammeln, wie unsere Datenschutzpolitik aussieht und wozu wir die Daten unserer Kundinnen und Kunden verwenden.*

umgesetzt 

In Fällen, in denen sich Kund\*innen möglicherweise fragen, wie wir zu unseren Empfehlungen kommen, erklären wir integriert in den Kaufprozess, welche Daten wir verwendet haben.

Ein Beispiel: Wenn wir Größenempfehlungen geben, fragen sich Kund\*innen möglicherweise, weshalb wir glauben, dass ihnen eine bestimmte Größe besser passen könnte als die von ihnen gewählte. Hier können sie auf ein kleines Info-Symbol klicken, wo ihnen erklärt wird, dass wir Daten aus ihren Rücksendungen bzw. Daten zu dieser Marke von anderen Kund\*innen nutzen.



Info-Box zu Größenempfehlungen, Zalando SE

# Ziel: Verbrauchersouveränität und Autonomie sicherstellen

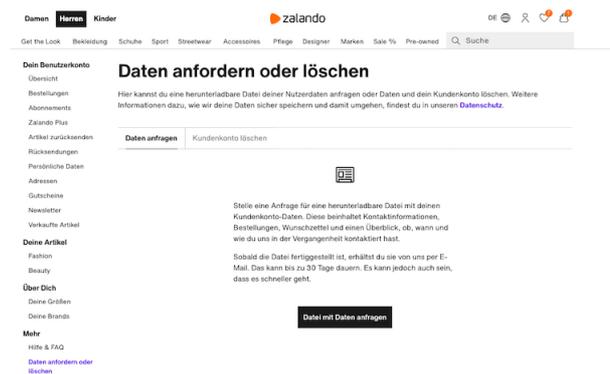
## Maßnahme

*Wir streben an, unseren Kundinnen und Kunden technische Möglichkeiten zur Verfügung zu stellen, mit denen die Kundinnen und Kunden sehen und beeinflussen können, wie ihre Daten genutzt werden dürfen.*

umgesetzt 

Uns ist wichtig, nicht nur unserer gesetzlichen Verpflichtung nachzukommen, Datenanfragen von Kund\*innen zu beantworten, sondern darüber hinaus auch einen effizienten und einfach zu bedienenden Prozess einzurichten. Dazu haben wir ein Datenschutzportal eingerichtet, über das Kund\*innen ihre Daten einfach über ihr Zalando-Konto anfragen oder löschen können.

Zusätzlich können Kund\*innen in den Kontoeinstellungen verschiedene Informationen wie persönliche Daten, Adressen oder bevorzugte Marken und Artikel, die für Größenempfehlungen berücksichtigt werden sollen, einsehen und ändern oder ihre Präferenzen für z.B. Newsletter ändern.



Datenschutzportal, Zalando SE

## Ziel: Verantwortliche Technikgestaltung im Umgang mit Daten fördern

### Maßnahme

*Wir streben an, ein Schutzniveau zu gewährleisten, das dem aktuellen Stand der Technik entspricht und den von der Verarbeitung ausgehenden Risiken und der Art der zu schützenden personenbezogenen Daten angemessen ist.*

umgesetzt 

Wir haben viele Maßnahmen ergriffen, um ein Schutzniveau auf dem aktuellen Stand der Technik für die Daten zu gewährleisten, die unsere Kund\*innen uns zur Verfügung stellen. Diese können Sie unter dem Handlungsziel "Verbrauchersouveränität und Autonomie sicherstellen" nachlesen.

Darüber hinaus haben wir zum Beispiel zusammen mit dem Fraunhofer Institut AISEC ein Open-Source-Tool entwickelt, das dem neuesten Stand der Technik entspricht und mit dem sich Datenschutzschwachstellen von Machine-Learning-Modellen testen lassen. Das Tool wurde auf Github veröffentlicht, einem Verwaltungssystem für Versionen von Open-Source-Software.



 **Weitere Informationen zur Maßnahme**

<https://github.com/privML/privacy-evaluator>

## Ziel: Verantwortliche Technikgestaltung im Umgang mit Daten fördern

### Maßnahme

*Wir legen bereits bei der Ausgestaltung der technischen Lösungen/Anwendungen das Prinzip „Privacy by Design“ zugrunde.*

umgesetzt 

---

Zalando arbeitet darauf hin, bestimmte Kund\*innenversprechen zu erfüllen, die definiert wurden, um alle Kolleg\*innen auf dem Weg zu unserem Ziel, der Starting Point for Fashion – erste Anlaufstelle für Mode – zu werden, Orientierung zu bieten. Im Hinblick auf unser Kund\*innen-Versprechen, ein Umfeld des Vertrauens und der Inklusion zu schaffen, folgen wir unter anderem dem Prinzip, Daten nicht in einer Weise zu nutzen, die Kund\*innen nicht erwarten würden

Unsere Data Privacy Principles bestimmen, wie wir mit Daten arbeiten und helfen allen Zalando-Kolleg\*innen, die digitale Produkte entwickeln oder mit personenbezogenen Daten arbeiten, sicherzustellen, dass Datenschutz während des gesamten Designprozesses berücksichtigt wird.

## Ziel: Verantwortliche Technikgestaltung im Umgang mit Daten fördern

### Maßnahme

*Wir verarbeiten nach Möglichkeit Kundendaten innerhalb unseres Unternehmens in anonymisierter Form.*

umgesetzt 

---

Zalando benötigt nicht-anonymisierte Daten, zum Beispiel damit das bestellte Paket an die richtige Adresse geliefert wird. Zugleich entwickelt und implementiert Zalando Lösungen, um die Verarbeitung von Klardaten soweit wie möglich einzuschränken. Dazu gehört unter anderem unser Pseudonymisierungsservice, der als zentrale angebotene technische Lösung allen datenverarbeitenden Stellen im Unternehmen die Möglichkeit gibt, Pseudonymisierung auf einfache Weise in ihre Prozesse zu integrieren und so Daten mit Kund\*innenbezug zu verarbeiten, ohne dabei den konkreten Kund\*innen identifizieren zu können. Darüber hinaus stehen auch Lösungen zur Verfügung um Daten zu anonymisieren, wo einen Kund\*innenbezug nicht notwendig ist.

## Ziel: Verantwortliche Technikgestaltung im Umgang mit Daten fördern

### Maßnahme

*Für den Fall, dass personenbezogene Daten pseudonymisiert verarbeitet werden, tragen wir mit technischen und organisatorischen Maßnahmen dafür Sorge, dass diese ausschließlich von Berechtigten in legitimen Fällen zur Person zurückverfolgt werden können.*

umgesetzt 

---

Der von Zalando eingesetzte Pseudonymisierungsservice wird zentral verwaltet und kontrolliert. Sofern pseudonymisierte Daten für berechtigte Zwecke aufgelöst werden müssen, ist hierfür ein Freigabeprozess eingerichtet, um die Notwendigkeit zu verifizieren.

## Ziel: Verantwortliche Technikgestaltung im Umgang mit Daten fördern

### Maßnahme

*Wir haben ein Privacy Governance Team*

umgesetzt 

---

Wir haben ein Privacy Governance Team eingeführt, das sich anders als die Privacy Jurist\*innen insbesondere um Prozesse, Trainings usw. kümmert. Dieses Team arbeitet anhand von jährlichen Zielen und Targets, die jedes Jahr neu definiert werden, um unser Privacy Programm sukzessive weiter zu entwickeln.

Eine der Kernaufgaben des Teams ist es, die Schnittstelle zu den Entwickler\*innen-Teams immer weiter zu verbessern, sodass Privacy Anforderung möglichst effektiv in das Unternehmen hineingegeben werden und dadurch Privacy schon während des Designs eines Produktes berücksichtigt wird.

# Ziel: Verantwortlichen Umgang mit Daten im Unternehmen sicherstellen

## Maßnahme

*Wir definieren ethische Standards und machen sie zum Bestandteil unserer internen Verhaltenskodizes.*

umgesetzt 

---

Wir haben Data Privacy Principles eingeführt. Dabei handelt es sich um eine Reihe interner Schlüsselprinzipien, die abstrakte rechtliche Bestimmungen zum Datenschutz sowie unsere eigenen Ziele und eigene Philosophie in leicht verständliche Konzepte übersetzen. Sie sind ein Leitfaden für alle Kolleg\*innen, die bei ihrer täglichen Arbeit mit Daten umgehen. Sie bieten Orientierungshilfen für wichtige Fragen bei der Gestaltung von Produkten und Prozessen und sind ein wirksames Instrument, um "Privacy by Design" im gesamten Unternehmen umzusetzen. Sie werden von der Geschäftsleitung in Auftrag gegeben, in unserem sozialen Intranet "zLife" veröffentlicht und sind ein zentraler Bestandteil unserer Schulungen. Sie stehen in direktem Zusammenhang mit unseren Kund\*innen-Versprechen. Diese wurden definiert, um alle Zalando-Kolleg\*innen auf dem Weg zu unserem Ziel, der Starting Point for Fashion – erste Anlaufstelle für Mode – zu werden, Orientierung zu geben.

Darüber hinaus haben wir ein spezielles Team (Algorithmic Privacy & Fairness), das die Machine Learning (ML) Teams bei Zalando dabei unterstützt, sich um Fairness bei ML und Algorithmen zu kümmern, und mit anderen Unternehmen und Organisationen an branchenweiten Standards arbeitet.

## Ziel: Verantwortlichen Umgang mit Daten im Unternehmen sicherstellen

### Maßnahme

*Wir sind gegenüber den Problemen, die aus der Abgrenzung von Bereichen bzw. Abteilungen gegeneinander entstehen, höchst aufmerksam und streben an, Formen des „Silodenkens“ zu überwinden.*

umgesetzt 

---

Um Datenschutz sicherzustellen und Silodenken zu verhindern, haben wir ein System eingerichtet, das zentrale und dezentrale Ressourcen im gesamten Unternehmen kombiniert und nutzt. Dazu gehören zentrale Expert\*innen für Datenschutzrecht und Datenschutz-Governance, die direkt mit dem Business zusammenarbeiten, aber auch eingebettete Datenschutzkoordinator\*innen in den jeweiligen Geschäftseinheiten, die als Multiplikatoren fungieren. Diese eingebetteten Datenschutzkoordinator\*innen sind geschulte Teammitglieder von Entwickler\*innenteams. Ein weiteres Element ist eine sehr enge Zusammenarbeit mit den Sicherheitsteams und deren eingebetteten Expert\*innen, die sich insbesondere auf technische und organisatorische Maßnahmen und deren Ausrollen im gesamten Unternehmen konzentrieren. Insgesamt betrachtet Zalando den Datenschutz als ein ganzheitliches Konzept, das über die gesamte Organisation hinweg gesteuert werden muss.

## Ziel: Verantwortlichen Umgang mit Daten im Unternehmen sicherstellen

### Maßnahme

*Wir stellen sicher, dass persönliche Daten nur von Personen verwendet werden, die über entsprechende Berechtigungen verfügen.*

umgesetzt 

---

Zalando hat eine unternehmensweite Datenzugriffskontrolle, die von den Informationssicherheitsteams überwacht wird. Aufzeichnungen über Verarbeitungstätigkeiten werden genutzt, um Zugriffskonzepte zu überprüfen und bei Bedarf anzupassen. Wenn Teams oder einzelne Kolleg\*innen auf Daten zugreifen wollen, die ihre Berechtigungen überschreiten, müssen sie einen Prozess zu durchlaufen, der sicherstellt, dass die Daten tatsächlich benötigt werden und die Verarbeitung im Einklang mit den Datenschutzgesetzen und unseren eigenen Datenschutzprinzipien (Data Privacy Principles) steht.

## Ziel: Verantwortlichen Umgang mit Daten im Unternehmen sicherstellen

### Maßnahme

*Wir überprüfen regelmäßig, ob komplexe Modelle, die signifikante Auswirkungen auf unsere Kundinnen und Kunden haben können, korrekt funktionieren.*

umgesetzt 

---

Wir haben einen Datenschutz-Folgenabschätzung Prozess eingeführt, der bestehende und neue Risikoprozesse identifiziert und mit einem Mechanismus zur Risikobewertung arbeitet, um die erforderlichen Überprüfungen zu priorisieren, und die regelmäßige Überwachung und Überprüfung erleichtert. Zusätzlich haben wir interne und externe Auditoren, die regelmäßig verschiedene Bereiche und Anwendungsfälle genauer beleuchten.

## Ziel: Verantwortlichen Umgang mit Daten im Unternehmen sicherstellen

### Maßnahme

*Wir unterstützen Mitarbeitende dabei technische oder ethische Herausforderungen festzustellen*

umgesetzt 

Im Jahr 2022 hat Zalando Schulungen zu unbewussten Vorurteilen für alle Kolleg\*innen verpflichtend gemacht.

Darüber hinaus bieten wir Schulungen zum Thema "Verantwortungsvolles maschinelles Lernen (ML)" für alle Berufsgruppen an, die das Bewusstsein schärfen und die folgende Aspekte behandelt: Schadensquellen und Quellen von Verzerrungen ("Bias") im ML-Lebenszyklus, Fairness, Vertrauen und ML-spezifische Datenschutzrisiken. Hinzu kommen Schulungen zum Thema "Menschenzentriertes Design für personalisierte Erlebnisse", die Grundsätze zu Transparenz, Kontrolle und Kund\*innennutzen beinhalten, die bei unserem Produktdesign angewendet werden.



Zalando SE

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

### Maßnahme

*Wir arbeiten an Branchenstandards*

umgesetzt 

Wir sind der Meinung, dass Standards von entscheidender Bedeutung sein werden, um z. B. die Rechtssicherheit in der KI-Regulierung der EU zu erhöhen und sicherzustellen, dass ethische Belange des maschinellen Lernens (ML) angemessen berücksichtigt werden. Daher arbeiten wir aktiv innerhalb ETAMI (Ethical and Trustworthy Artificial and Machine Intelligence) mit, um Lösungen zu entwickeln, die nicht nur für Zalando hilfreich sind, sondern auch für andere Unternehmen, die künstliche und maschinelle Intelligenz nutzen. Wir engagieren uns außerdem im Prozess der DIN-Normung für verantwortungsvolle ML-Entwicklung.



etami Logo, etami



 **Weitere Informationen zur Maßnahme**

<https://www.etami.eu>

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

## Maßnahme

*Wir ermöglichen Partnern Erkenntnisse aus Daten zu nutzen*

umgesetzt 

---

Aus unserer Sicht beinhaltet der verantwortungsvolle Umgang mit Daten nicht nur den Schutz vor einem unrechtmäßigen Gebrauch, sondern auch, dass wir Daten für unsere Partner nutzbar machen. Wir haben Partner-Versprechen für den internen Gebrauch definiert, um unseren Teams auf dem Weg zu unserem Ziel, der bevorzugte E-Commerce-Partner der Branche für Mode, Kosmetik, Sport und Lifestyle zu sein, Orientierung zu geben. Die sind eine klare Formulierung dessen, was wir unseren Partnern bieten wollen, sowie das Wie und Warum. Zum Beispiel wollen wir unseren Partnern umfassende und umsetzbare Erkenntnisse, Werkzeuge und Beratungslösungen anbieten. Dabei stützen wir uns auf unsere Expertise sowie auf die Erkenntnisse, die wir aus den von uns verarbeiteten Daten gewinnen. Unser Ziel ist es dabei, unsere Partner in die Lage zu versetzen, ihr Geschäft auf Zalando erfolgreich zu steuern und dabei jederzeit den Datenschutz der einzelnen Kund\*innendaten sowie das Wettbewerbsrecht zu wahren. Dies erreichen wir durch die Aggregation von Daten.

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

### Maßnahme

*Unsere Data Privacy Principles haben eine externe Dimension*

umgesetzt 

---

Bei den Data Privacy Principles handelt es sich um eine Reihe interner Schlüsselprinzipien, die abstrakte rechtliche Bestimmungen zum Datenschutz sowie unsere eigenen Ziele und eigene Philosophie in leicht verständliche Konzepte übersetzen. Sie sind ein Leitfaden für alle Kolleg\*innen, die bei ihrer täglichen Arbeit mit Daten umgehen. Sie bieten Orientierungshilfen für wichtige Fragen bei der Gestaltung von Produkten und Prozessen und sind ein wirksames Instrument, um "Privacy by Design" im gesamten Unternehmen umzusetzen. Sie werden von der Geschäftsleitung in Auftrag gegeben, in unserem sozialen Intranet "zLife" veröffentlicht und sind ein zentraler Bestandteil unserer Schulungen. Sie stehen in direktem Zusammenhang mit unseren Kund\*innen-Versprechen. Diese wurden definiert, um alle Zalando-Kolleg\*innen auf dem Weg zu unserem Ziel, der Starting Point for Fashion – erste Anlaufstelle für Mode – zu werden, Orientierung zu geben.

Die Data Privacy Principles umfassen auch eine externe Dimension. Damit sensibilisieren wir alle dafür, den Wert und die Sensibilität von Daten zu berücksichtigen, wenn externe Partner beteiligt sind.

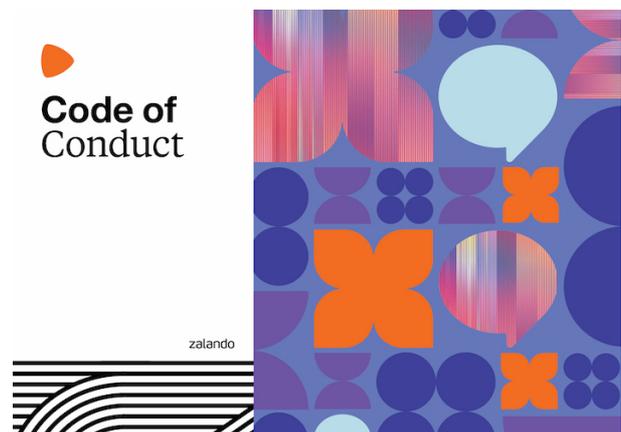
## Ziel: Verantwortung im Umgang mit Daten über das eigene Unternehmen hinaus übernehmen

### Maßnahme

*Code of Conduct*

umgesetzt 

Wir glauben auch, dass Integrität, Respekt und Transparenz die Grundlage für eine gesunde Unternehmenskultur sind. Aus diesem Grund haben wir kürzlich unseren Verhaltenskodex überarbeitet, der die Standards und Erwartungen an jeden Geschäftspartner von Zalando enthält. Darin erläutern wir, dass wir nach den Prinzipien des Corporate Digital Responsibility Codex (CDR) streben. Wir laden alle unsere Geschäftspartner ein und ermutigen sie, ihre eigene digitale Verantwortung in Übereinstimmung mit dem CDR-Kodex anzuerkennen.



Code of Conduct, Zalando SE



 **Weitere Informationen zur Maßnahme**

[https://corporate.zalando.com/sites/default/files/media-download/Zalando-SE\\_Code-of-conduct\\_2021.pdf](https://corporate.zalando.com/sites/default/files/media-download/Zalando-SE_Code-of-conduct_2021.pdf)

## Ziel: Daten- und Cybersicherheit konsequent weiterentwickeln

### Maßnahme

*Security Operations Center*

umgesetzt 

---

Unser Sicherheitsmanagement spiegelt den Bedarf an defensiven und offensiven Maßnahmen wider, welche von speziellen Teams durchgeführt werden. Unser Security Operations Center (SOC) stellt den defensiven Teil unserer Abteilung Security Operations dar. Die Aufgabe des SOC besteht darin, IT-Sicherheitsereignisse mittels Security Monitoring, Security Incident Management, Security Analytics & Forensics und Threat Intelligence zu identifizieren, klassifizieren, verifizieren, untersuchen und zu bearbeiten.

## Ziel: Daten- und Cybersicherheit konsequent weiterentwickeln

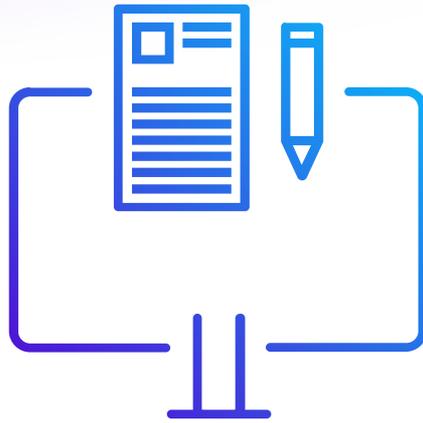
### Maßnahme

*Offensive Security Team*

umgesetzt 

---

Unser Sicherheitsmanagement spiegelt den Bedarf an defensiven und offensiven Maßnahmen wider, welche von speziellen Teams durchgeführt werden. Im Gegensatz zum Security Operations Center, das für defensive Maßnahmen zuständig ist, übernimmt das Offensive Security Team, das auch als Red Team bezeichnet wird, den offensiven Teil der Security Operations Organisation. Die Aufgabe des offensiven Sicherheitsteams besteht darin, Schwachstellen zu identifizieren, zu klassifizieren und zu verifizieren, indem es Schwachstellen-Scans, Penetrationstests, Bedrohungssuche/-Identifizierung und Fehlerprämien sog. "Bug Bounties" einsetzt.



# 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

*Tech für Nicht-Techies*

umgesetzt 

Wir organisieren Trainings für unsere Tech-Expert\*innen an, denken jedoch, dass auch andere Kolleg\*innen bei Zalando die Möglichkeit haben sollten, mehr über wichtige Themen wie ML (Machine Learning) zu lernen. Aus diesem Grund haben wir die Schulung „Basic Machine Learning“ (Grundlagen des maschinellen Lernens) angeboten. In dieser Schulung wurden grundlegende Konzepte und Begriffe vermittelt, wie: Was ist ein Algorithmus? Was ist ML? Wie wird ML in verschiedenen Branchen eingesetzt? Über 580 Mitarbeitende haben daran teilgenommen. Die Schulung wurde zu Beginn der Pandemie pausiert und unser Schulungsangebot wird aktuell überarbeitet.

Ähnliche Weiterbildungen für Anfänger\*innen wurden oder werden auch zu anderen Themen angeboten, z.B. zu SQL, R oder Python. Im vergangenen Jahr haben über 180 Kolleg\*innen an diesen Weiterbildungen teilgenommen.

SQL: Sprache für die Kommunikation von Datenbanken

R: Programmiersprache für statistische Berechnungen und Grafiken

Python: eine weit verbreitete Programmiersprache mit vielen Anwendungsfeldern



 **Weitere Informationen zur Maßnahme**

<https://corporate.zalando.com/de/newsroom/de/news-stories/lebenslanges-lernen-bei-zalando>

## Ziel: Über ethische Fragen der Digitalisierung aufklären

### Maßnahme

*Wir bieten "Bias in Machine Learning" Weiterbildung an*

umgesetzt 

Wir bieten Schulungen zum Thema "Verantwortungsvolles Machine Learning (ML)" an. Die Schulungen schärfen das Bewusstsein und behandeln Ursprünge von Verzerrungen ("Biases") im Lebenszyklus des ML, Fairness, Vertrauen und ML-spezifische Datenschutzrisiken. Mit diesen Schulungen arbeiten wir auf mehr Fairness hin und legen einen besonderen Fokus auf problematische Verzerrungen ("Biases") in der ML-Entwicklung und im Umgang mit Daten.



Zalando Kolleg\*innen bei Weiterbildung, Quelle: Zalando SE

## Ziel: Über ethische Fragen der Digitalisierung aufklären

### Maßnahme

*Wir arbeiten an einer Social Media Policy*

in Planung 

---

Um Kolleg\*innen für ethische Verantwortlichkeiten, Herausforderungen, Risiken und Lösungen bei der Nutzung Sozialer Medien im Hinblick auf Zalando als ihren Arbeitgeber zu sensibilisieren, entwickeln wir derzeit eine Social Media Policy. Die Policy soll Richtlinien für eine verantwortungsvolle Kommunikation bieten und die damit verbundenen Risiken mindern.

## Ziel: Über ethische Fragen der Digitalisierung aufklären

### Maßnahme

Ethikkodex

umgesetzt 

Der Zalando Ethikkodex beschreibt die Standards, an die wir uns als Unternehmen halten. Er bietet Richtlinien, die es unseren Mitarbeitenden ermöglichen, in verschiedenen Situationen nach hohen ethischen Standards zu handeln, sowohl im Unternehmensalltag als auch im Umgang mit neuen Technologien. Damit stellen wir sicher, dass Mitarbeitende ihre persönliche Verantwortung bewusst ist, um zu garantieren, dass die hohen Datenschutzstandards von Zalando eingehalten werden. Dazu haben wir verpflichtende Compliance-Schulungen für alle Mitarbeitenden eingeführt, um das Thema zu vertiefen.



Zalando Ethikkodex, Quelle: Zalando SE



 **Weitere Informationen zur Maßnahme**

<https://corporate.zalando.com/en/about-us/zalando-code-ethics>

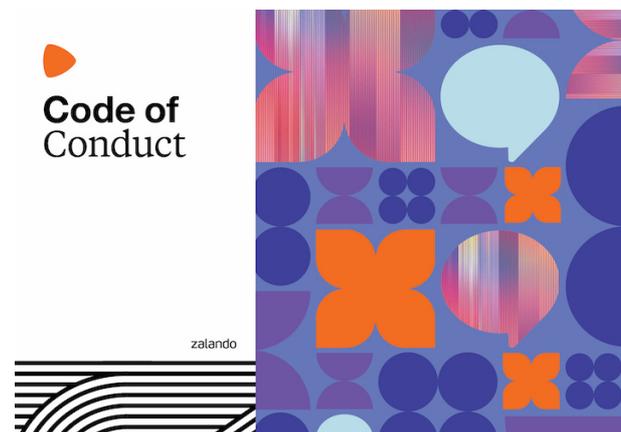
## Ziel: Über ethische Fragen der Digitalisierung aufklären

### Maßnahme

#### *Code of Conduct*

umgesetzt 

Wir glauben auch, dass Integrität, Respekt und Transparenz die Grundlage für eine gesunde Unternehmenskultur sind. Aus diesem Grund haben wir kürzlich unseren Verhaltenskodex überarbeitet, der die Standards und Erwartungen an jeden Geschäftspartner von Zalando enthält. Darin erläutern wir, dass wir nach den Prinzipien des Corporate Digital Responsibility Codex (CDR) streben. Wir laden alle unsere Geschäftspartner ein und ermutigen sie, ihre eigene digitale Verantwortung in Übereinstimmung mit dem CDR-Kodex anzuerkennen.



Zalando Code of Conduct, Quelle: Zalando SE



#### Weitere Informationen zur Maßnahme

[https://corporate.zalando.com/sites/default/files/media-download/Zalando-SE\\_Code-of-conduct\\_2021.pdf](https://corporate.zalando.com/sites/default/files/media-download/Zalando-SE_Code-of-conduct_2021.pdf)

## Ziel: Über ethische Fragen der Digitalisierung aufklären

### Maßnahme

*Data Privacy Principles*

umgesetzt 

---

Zalando hat eine Reihe von (kurzen und prägnanten) Datenschutzgrundsätzen namens "Data Privacy Principles" eingeführt, die vom Vorstand gesponsert wurden und für alle Mitarbeitenden bei Zalando gelten. Diese Grundsätze helfen bei der täglichen Entscheidungsfindung in allen Aspekten, die mit persönlichen Daten zu tun haben, und unterstützen Mitarbeitende datenschutzfreundliche und -verbessernde Entscheidungen zu treffen und Lösungen zu entwickeln. Diese Prinzipien sind mit den Kund\*innenversprechen von Zalando verknüpft und fungieren somit als "Leitstern" für alle Kolleg\*innen. Die Prinzipien werden ihnen durch Befähigungsmaterial, durch Schulungen oder durch die Einbeziehung der Prinzipien in die Produktdesignprozesse vermittelt.



## 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**

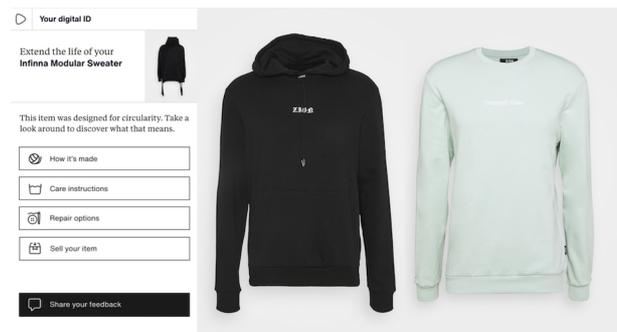
## Ziel: Digitale Lösungen zum Schutz unserer Umwelt stärken

### Maßnahme

*Wir testen einen Digitalen Produktpass mit der redeZIGN Kollektion*

umgesetzt 

Zalando hat 2020 die erste „redeZIGN for circularity“-Kollektion des hauseigenen Labels ZIGN eingeführt. Jedes Kollektionsteil enthält im Etikett einen digitalen Produktpass in Form eines QR-Codes. Dieser führt zu einer Produktseite, auf der Kund\*innen mehr über die Herkunft des Artikels erfahren und weitere Informationen zur Weiterverwendung nach dem Kauf erhalten können – beispielsweise die verwendeten Materialien oder Angaben zur Produktionsstätte. Auf der Produktseite online finden Kund\*innen zudem ausführliche Pflegeanleitungen in Form von Videos und erfahren, wie sie die Lebensdauer eines Modeartikels verlängern können, beispielsweise durch den Weiterverkauf über Zalandos Kategorie „Pre-owned“.



redeZIGN, Quelle: Zalando SE



 **Weitere Informationen zur Maßnahme**

<https://corporate.zalando.com/en/newsroom/news-stories/zalando-scales-redezign-circularity-collection>

## Ziel: Digitale Lösungen zum Schutz unserer Umwelt stärken

### Maßnahme

*Nachhaltigkeitsdaten: Wir arbeiten mit dem Higg BRM für die Selbstbewertung der Markenpartner*

umgesetzt 

Wir haben auf Grundlage von Nachhaltigkeitsanforderungen standardisierte Prozesse für die Aufnahme und Beendigung der Zusammenarbeit mit Marken eingeführt. Die Selbstbewertung unserer 5,800 Markenpartnern basiert primär auf dem Higg Brand & Retail Module (BRM) der Sustainable Apparel Coalition (SAC), das Sozialstandards, Arbeitsbedingungen und Umweltschutz abdeckt. Wir verstehen jedoch, dass unsere Markenpartner sich auf einem Weg des Lernens befinden. Deshalb arbeiten wir gemeinsam mit anderen SAC-Mitgliedern, der SAC, Higg, Einzelhandelsunternehmen und Marken zusammen, um eine leichter zugängliche Version des BRM zu entwickeln, die 2022 veröffentlicht werden soll.

**Standardized  
framework**  
for human rights assessments



**First retailer**  
to use Higg BRM for mandatory  
brand assessments

Quelle: Zalando SE



 **Weitere Informationen zur Maßnahme**

<https://apparelcoalition.org/higg-brand-tool/>

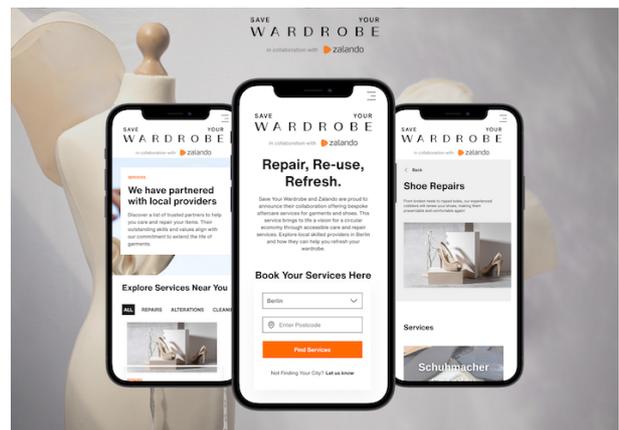
## Ziel: Digitale Lösungen zum Schutz unserer Umwelt stärken

### Maßnahme

*Wir führen ein Pilotprojekt zur digitalen Anbindung von Reperaturdiensten durch*

umgesetzt 

Im Herbst 2021 haben wir unseren Care & Repair Service in Berlin gestartet, ein Pilotprojekt, bei dem unsere Kund\*innen die hochwertigen Pflege- und Reparaturservices regionaler Betriebe testen können. Das Projekt wurde in Zusammenarbeit mit dem Londoner Start-up Save Your Wardrobe gestartet und ist ein Novum in der Modebranche. Es ermöglicht den Kund\*innen, Pflege- und Reparaturdienstleistungen digital zu buchen. Die Kleidung wird dann direkt zu Hause abgeholt und bei den regionalen Betrieben abgegeben. Bei der Abholung und Zustellung arbeiten wir mit dem deutschen Startup Fairsenden zusammen. Fairsenden stellt die Lieferungen in Berlin emissionsfrei zu und bringt zur Abholung eine wiederverwendbare Verpackung sowie ein vorgedrucktes Versandetikett mit.



Save Your Wardrobe, Quelle: Zalando SE



 **Weitere Informationen zur Maßnahme**

<https://zalandocareandrepair.saveyourwardrobe.com/>

## Ziel: Digitale Lösungen zum Schutz unserer Umwelt stärken

### Maßnahme

*Wir unterstützen Smarte Aufforstung*

umgesetzt 

Im Rahmen der Zusammenarbeit mit der Land Life Company haben wir mit der Wiederaufforstung von 350 Hektar (das sind etwa 500 Fußballfelder) degradierter Waldflächen in Spanien begonnen und die Pflanzung von mehr als 300.000 Bäumen finanziert. Unser Projektpartner will die Natur nachahmen, indem er einheimische Bäume pflanzt, die die lokalen Ökosysteme unterstützen und die Artenvielfalt verbessern. Land Life Company setzt sich für smarte Aufforstung ein – von spezialisierten Pflanzmaschinen bis hin zur Überwachung mit Apps und Drohnen, damit jedes Projekt im Vergleich eine größere Effektivität und Klimaresilienz erreicht als zuvor.



Landlife Aufforstung, Quelle: Zalando SE



 **Weitere Informationen zur Maßnahme**

<https://landlifecompany.com>

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

### Maßnahme

*Erneuerbaren Energien für die Cloud*

umgesetzt 

---

Wir sehen den Modebereich unseres Unternehmens als den Teil, in dem wir mit dem größten Effekt an nachhaltigen Lösungen arbeiten können. Wenn es um die Auswirkungen von Technologie auf die Nachhaltigkeitsbilanz unseres Unternehmens geht, macht der von unseren Cloud-Anbietern verbrauchte Strom den größten Anteil aus, auch wenn dies nur einen kleinen Teil unseres gesamten Stromverbrauchs ausmacht. Unser Haupt-Cloud-Anbieter, Amazon Web Services Inc., konzentriert sich auf Effizienz und kontinuierliche Innovation auf dem Weg zu ihrem Nachhaltigkeitsziel ihre Betriebsabläufe bis 2025 zu 100% mit erneuerbaren Energien zu versorgen.



 **Weitere Informationen zur Maßnahme**

<https://nachhaltigkeit.aboutamazon.de/nachhaltigkeit-in-der-cloud?energyType=true>

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

### Maßnahme

*Wir sammeln Nachhaltigkeitsinformationen beim Einkauf von IT-Hardware*

umgesetzt 

---

Wir sehen die Modeseite unseres Unternehmens als den Bereich, in dem mit dem größten Impact an nachhaltigen Lösungen arbeiten können. Allerdings bitten unsere IT-Hardware Lieferanten, ebenfalls Fragen zur Nachhaltigkeit zu beantworten, wie z. B.: "Beinhaltet Ihre Nachhaltigkeitserklärung eine Verpflichtung zum sicheren und umweltfreundlichen Recycling oder zur Entsorgung von Abfällen?" oder "Welche Art von nachhaltigen Verpackungs-/Versandmaterialien verwenden Sie? (Die Fragen können je nach Produkt und/oder Dienstleistung variieren).



# 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

*Wir haben eine spezialisierte Arbeitsgruppe für digitale Barrierefreiheit*

in Planung 

---

Um unser Engagement für digitale Barrierefreiheit fortzusetzen und zu verstärken, haben wir innerhalb unseres Digital Experience Teams eine Arbeitsgruppe gegründet, die sich diesem Thema annimmt. Sie widmet sich der Verbesserung der Barrierefreiheit unserer Website und unserer Apps und arbeitet an dem Ziel den WCAG 2.1 AA Standard zu erreichen. (WCAG ist ein internationaler Standard für die Barrierefreiheit von Websites.) Wir betrachten digitale Barrierefreiheit als einen fortlaufenden Prozess und eine Lernreise.



 **Weitere Informationen zur Maßnahme**

<https://www.w3.org/TR/WCAG22/>

## Ziel: Zugangshürden zu Produkten und Dienstleistungen entgegenwirken

### Maßnahme

*Wir wollen kontinuierlich über digitaler Barrierefreiheit lernen*

in Planung 

---

Wir sammeln und entwickeln aktuell Best-Practice-Beispiele, Schulungen und automatisierte Testtechnologien für die Barrierefreiheit digitaler User Experiences. Ziel ist es, Zalando-Teams zu schulen und in die Lage zu versetzen, Kund\*innenerlebnisse zu schaffen, die von Anfang an (“by Design”) ein höheres Level an Barrierefreiheit aufweisen.

## Ziel: Zugangshürden zu Produkten und Dienstleistungen entgegenwirken

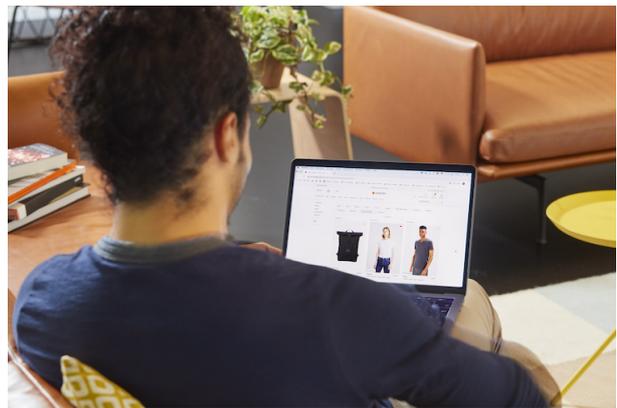
### Maßnahme

*Wir haben ein Inklusions-Audit durchgeführt*

umgesetzt 

---

Wir haben ein Inklusions-Audit durchgeführt, um herauszufinden, wie wir unsere Plattform besser auf die Inklusion unterrepräsentierter Gruppen ausrichten können. Wir sind der Meinung, dass ein solches Audit ein gutes Instrument ist, um eine Bestandsaufnahme zu machen und Projekte zu priorisieren, um Fortschritte auf dem Weg zu einer inklusiveren Plattform zu machen.



Quelle: Zalando SE

## Ziel: Lösungen zur Unterstützung der Teilhabe fördern

### Maßnahme

*Wir nutzen die Vorteile des Plattformmodells für Modest Fashion*

umgesetzt 

Eine der Stärken unseres Plattform-Geschäftsmodells ist, dass wir Kund\*innen und Marken miteinander verbinden können. Wir nutzen dies, um Gruppen zu helfen, für die es sonst schwieriger ist, das zu finden, was sie suchen, oder die nur sehr begrenzte Einkaufsmöglichkeiten haben.

Wir haben mehrere Marken (z. B. Modanisa, Trendyol, Missguided) hinzugefügt, die sich an Kund\*innen richten, die sich aufgrund ihres Glaubens oder ihres Stils für sog. "Modest Fashion" entscheiden. Wir freuen uns, dass wir vom London Evening Standard Paper als eine der besten Einkaufsmöglichkeiten für Modest Fashion genannt wurden.



Modest Fashion, Quelle: Zalando SE



 **Weitere Informationen zur Maßnahme**

[https://www.zalando.de/collections/odsQ\\_94fS9y/](https://www.zalando.de/collections/odsQ_94fS9y/)

## Ziel: Lösungen zur Unterstützung der Teilhabe fördern

### Maßnahme

*Wir zeigen Zusammenstellungen von Produkten, die über die traditionellen Produktkategorien hinausgehen*

umgesetzt 

Auf einer Online-Plattform ist es möglich spezielle Seiten zu erstellen, um Zusammenstellungen von Produkten zu präsentieren, die über die traditionellen Produktkategorien hinausgehen. Wir nutzen diese, um Gruppen zu helfen, für die es bisher schwieriger war, das zu finden, was sie suchen, oder die nur sehr begrenzte Einkaufsmöglichkeiten hatten.

Wir erweitern unser Sortiment kontinuierlich, um so viele unterrepräsentierte Gruppen wie möglich einzubeziehen, und haben erst kürzlich spezielle Seiten für geschlechtsneutrale und für großeninklusive Mode auf Zalando eingerichtet.



Unisex Mode, Quelle: Zalando SE



 **Weitere Informationen zur Maßnahme**

<https://www.zalando.de/unisex-home/>

## Ziel: Lösungen zur Unterstützung der Teilhabe fördern

### Maßnahme

*Wir wollen mehr repräsentativen Content zeigen*

in Planung 

Wir haben eine spezielle Arbeitsgruppe eingerichtet, die unsere ersten unternehmensweiten Richtlinien für repräsentative Inhalte (einschließlich digitaler Inhalte) erarbeitet. Die Richtlinie wird repräsentative(s) und inklusive(s) Casting, Styling, Redaktion, Sprache und Kampagnenmanagement abdecken und wird von unseren Content Creation- und Marketing-Teams vorangetrieben. Die Arbeit fokussiert sich auf das Recherchieren und die Einführung von bewährten Praktiken innerhalb von Zalando und deckt alle Bereiche der Inhaltserstellung ab, von der Fotografie über die Retusche bis hin zur Sprachverwendung.



Quelle: Zalando SE

## Ziel: Lösungen zur Unterstützung der Teilhabe fördern

### Maßnahme

*Wir wollen die Geschlechtsidentität unserer Mitarbeitenden besser achten*

in Planung 

---

Durch digitale Tools können wir Informationen über die bevorzugte Geschlechtsidentität anzeigen, die über das hinausgehen, was im Ausweis steht. Wir planen, auf all unseren verschiedenen Kanäle und Plattformen (z. B. unser Intranet) die Möglichkeit zu bieten, das bevorzugte Geschlecht, den bevorzugten Namen und die bevorzugten Pronomen anzuzeigen.

In einem ersten Schritt haben wir es den Mitarbeitenden ermöglicht, sich freiwillig mit einem anderen Geschlecht und einem anderen Namen zu identifizieren, als in ihren Ausweisdokumenten angegeben ist. Zusätzlich haben wir die Möglichkeit geschaffen, dass die Mitarbeitenden ihre Pronomen angeben können. Mit diesen Maßnahmen unterstützt Zalando die Inklusion von nicht-binären und Transgender-Mitarbeitenden, insbesondere in den Fällen, in denen das Rechtssystem im Land ihrer Nationalität eine Änderung ihrer Ausweidokumente nicht zulässt.





# 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

*Wir binden Mitarbeitende ein*

umgesetzt 

---

Bei Zalando haben wir mehrere hybride und digitale Formate etabliert, um das gesamte Unternehmen bzw. bestimmte Geschäftsbereiche über Transformationsprozesse zu informieren und diese in Diskussionen miteinzubeziehen. Hierzu gehört auch, dass Teilnehmende persönlich oder über ein digitales Q&A-Tool Fragen stellen können. Dies ist auch anonym möglich. Für Mitarbeitende, die nicht an den Terminen teilnehmen können, stellen wir im Anschluss eine Aufzeichnung der Veranstaltung zur Verfügung (ausgenommen hiervon sind Formate zu sensiblen Themen wie beispielsweise mentaler Gesundheit, die nicht aufgezeichnet werden).

Beispiele:

- Das Zalando "All Hands" ist ein Format, in dem Mitglieder des Vorstands über die Ausrichtung des Unternehmens, strategische Ziele und den Weg dorthin sprechen.
- "Ask-Us-Anything" bietet einen Ort, an dem Mitarbeitende mit dem Vorstand zu Themen, die sie beschäftigen diskutieren können. Diese Fragestunde ist offen für alle und deckt ein breites Spektrum an Themen ab, von der Unternehmensausrichtung bis zur Unternehmenskultur.
- Mehr Kontext zu ausgewählten Themen erhalten Mitarbeitende in unserem Deep-Dive-Format "zInsights", z. B. zum Thema Nachhaltigkeit.

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

## Maßnahme

*Wir binden Mitarbeitende bei der Einführung des hybriden Arbeitsmodells ein*

umgesetzt 

---

Wir haben in enger Zusammenarbeit mit unseren Mitarbeitenden und Betriebsräten unser hybrides Arbeitsmodell entwickelt, das beschreibt, wie wir bei Zalando in Zukunft arbeiten möchten. Bereits vor der Einführung des Modells hat eine Abteilung testweise auf hybrides Arbeiten gewechselt, seit April 2022 befinden wir uns in einer Übergangsphase zu unserem hybriden Arbeitsmodell. Das bedeutet, dass wir das verbleibende Jahr 2022 als Lernjahr betrachten: Während dieser Zeit ist die Vor-Ort-Präsenz freiwillig und die Teams prüfen und entscheiden, ab wann und wie sie eine regelmäßige Büropräsenz innerhalb ihres Teams einführen. Zudem stehen wir im kontinuierlichen Austausch mit unserem Mitarbeitenden zum hybriden Arbeitsmodell und sammeln über verschiedene Kanäle wie z.B. über Umfragen Feedback zu den Erfahrungen der Beschäftigten, das zusammen mit den Mitarbeitendenvertretungen ausgewertet wird. Geplant ist, dass unsere Mitarbeitenden, abhängig von der pandemischen Lage, Anfang 2023 im Rahmen unseres hybriden Arbeitsmodells regelmäßig ins Büro zurückkehren. Ziel für 2023 ist es, bis zu 60 Prozent Remote-Arbeit und 40 Prozent (oder mehr) Vor-Ort-Präsenz zu kombinieren.

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

### Maßnahme

*Wir sammeln Feedback zum Feedback*

umgesetzt 

---

Die Leistungsevaluation bei Zalando ist Feedback-basiert und wird durch einen digitalen Prozess unterstützt. Dieser Prozess ist selbst ebenfalls Gegenstand einer kontinuierlichen Evaluation und wird basierend auf Input der Mitarbeitenden regelmäßig angepasst und optimiert.

Die gewählten Mitarbeitendevertreter\*innen (Betriebsräte und ZEP - Zalando Employee Participation) helfen uns, den Input der Kolleg\*innen zu kanalisieren. Der Austausch zum Feedback-Prozess zwischen Arbeitgeber und Mitarbeitenden findet in regelmäßigen Veranstaltungen wie Workshops oder in Umfragen statt.

Für alle daraus resultierenden Ideen, wie man den Prozess der Leistungsevaluation anpassen könnte, ist der Input des Betriebsrats und des ZEP eine wichtige Komponente und Voraussetzung.

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

### Maßnahme

*Wir diskutieren und informieren über Änderungen auf zLife*

umgesetzt 

In unserem sozialen Intranet "zLife" veröffentlichen wir regelmäßig Informationen und nutzen das Tool für offene Diskussionen und Feedback. Es gibt mehrere spezifische Kanäle auf zLife, die sich explizit mit Digital- und Digitalisierungsthemen beschäftigen, z.B. "Digital Experience", "Zalando Technology Foundation", "How We Work" etc.



zLife, Quelle: Zalando SE

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

### Maßnahme

*Wir haben Mitarbeitende im Home Office während Corona unterstützt*

umgesetzt 

Bei Zalando arbeiten wir von jeher team- und standortübergreifend flexibel zusammen, weshalb Remote-Arbeit bereits vor der Pandemie ein bekanntes Konzept für uns war. Dennoch eröffnete die Pandemie eine neue Dimension, die eine Umgewöhnung für viele Kolleg\*innen bedeutete, die es nicht gewohnt waren, komplett aus dem Home Office heraus zu arbeiten, oder die sich Sorgen über die sich entwickelnde Situation machten. Um die Mitarbeitenden hierbei zu unterstützen, haben wir mehrere "All Hands"-Meetings organisiert, um Fragen der Mitarbeitenden zu beantworten und Bedenken zu diskutieren. Außerdem haben wir beispielsweise einen Podcast und eine Video-Interviewreihe namens "At Home with" eingeführt, in denen Mitarbeitenden gezeigt haben, wie sie mit der Situation umgehen. Zusätzlich gab und gibt es Unterstützungsangebote zu Wohlbefinden und Gesundheit u.a. in Zusammenarbeit mit dem Fürstenberg-Institut.



Quelle: Zalando SE



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

Bei Zalando ist nicht nur ein einzelnes Team für CDR zuständig. Vielmehr sind die unterschiedlichen Facetten von CDR in viele verschiedene Teams im gesamten Unternehmen eingebettet. Was CDR bei Zalando verankert, sind die Zalando Werte und Prinzipien, die sich im CDR-Kodex widerspiegeln und in Unternehmens- und Geschäftsbereichsstrategien sowie operativen Plänen umgesetzt werden. Auf diese Weise sind die konkreten CDR-Maßnahmen in unterschiedlichen Berichtspfaden im Unternehmen verankert. Nachhaltigkeitsmaßnahmen werden beispielsweise von der Director Sustainability verantwortet, die selbst wiederum an den Vorstand berichtet. Viele Maßnahmen aus dem Kapitel Umgang mit Daten werden vom Head of Privacy Governance verantwortet, der in dem Berichtspfad der General Counsel und der CFO ist. Wir glauben, dass CDR einer

Organisation nicht von einer Person oder einem Team aufgezwungen werden kann. Vielmehr muss es Teil der Unternehmenskultur sein oder werden. Wichtig ist nicht die einzelne CDR-Maßnahme oder das einzelne Projekt, sondern die Denkweise und die Überlegungen, die dahinter stehen. Leitend ist dabei unsere Unternehmensstrategie (Zalando Group Strategy), die unter anderem bestimmte Kund\*innenversprechen und Partnerversprechen definiert. Alle Unternehmensbereiche arbeiten kontinuierlich darauf hin, diese Versprechen immer weiter und besser mit Leben zu füllen. Dazu dienen weitere leitende Dokumente und Strategien, wie beispielsweise unsere Data Privacy Principles in Bezug auf den Umgang mit Daten, der Ethikkodex in Bezug auf ethische Leitlinien oder der Code of Conduct, der sich an unsere Partner richtet.

# Impressum

## Zalando SE

Zalando ist eine der führenden Online-Plattformen für Mode und Lifestyle in Europa. Im Jahr 2008 in Berlin gegründet, bietet Zalando heute mehr als 48 Millionen aktiven Kund\*innen in 23 Ländern Produkte aus den Bereichen Bekleidung, Schuhe, Accessoires und Kosmetik. Das Sortiment umfasst weltbekannte, internationale Marken ebenso wie lokale Labels. Unseren Kund\*innen bietet die Zalando-Plattform eine Destination für Inspiration, Innovation und Interaktion. Als Europas modischstes Tech-Unternehmen suchen wir laufend nach neuen digitalen Lösungen für jeden Teil des Einkaufserlebnisses – für unsere Kund\*innen, Partner\*innen und alle anderen Akteure, die Zalando mit uns gestalten wollen. Unsere Vision ist, der Starting Point for Fashion – die erste Anlaufstelle für Mode – und eine nachhaltige Plattform mit einer netto-positiven Auswirkung auf Mensch und Erde zu sein.

Sitz der Gesellschaft	<b>Berlin</b>
Postanschrift	<b>Zalando SE Valeska-Gert-Straße 5 10243 Berlin</b>
Handelsregister	<b>Amtsgericht Charlottenburg Berlin, HRB 158855 B</b>
Umsatzsteuer-ID	<b>DE 260543043</b>
Kontakt	<b><a href="tel:030200088400">030 20008-8400</a> <a href="mailto:presse@zalando.de">presse@zalando.de</a></b>
V.i.S.d.P	<b>Robert Gentz</b>

## Kontakt zur CDR-Initiative

**Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz (BMUV)**

Stresemannstraße 128 - 130  
10117 Berlin

 [030 / 18 305-0](tel:030183050)  
 [www.cdr-initiative.de](http://www.cdr-initiative.de)

 [cdr-initiative@bmuv.bund.de](mailto:cdr-initiative@bmuv.bund.de)  
 [0228 / 99 305-3225](tel:0228993053225)

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.**

