

CDR-Kodex Maßnahmenbericht

Zalando SE



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



CDR bei Zalando



CDR bei Zalando, 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 51 Millionen aktiven Kund*innen in 25 Ländern Produkte aus den Bereichen Bekleidung, Schuhe, Accessoires und Kosmetik. Das Sortiment umfasst weltweit bekannte, internationale Marken ebenso wie lokale Labels. Unseren Kund*innen bietet die Zalando-Plattform einen Ort für Inspiration, Innovation, Interaktion und Shopping. Als Europas modischstes Tech-Unternehmen suchen wir fortwährend nach neuen digitalen Lösungen für jeden

Teil des Einkaufserlebnisses – für unsere Kund*innen, Partner und alle anderen Akteure, die Zalando mit uns gestalten wollen. Unsere Vision ist, der Starting Point for Fashion – also die erste Anlaufstelle für Mode – in Europa zu sein.

Für uns ist es selbstverständlich, dass Unternehmensverantwortung nicht nur in physischen Aspekten betrachtet wird, sondern auch im Digitalen: 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 (BMUV) unterzeichnet haben, und hiermit unseren zweiten CDR-Bericht veröffentlichen. Das Thema der Digitalen Unternehmensverantwortung haben wir auch in unseren Verhaltenskodex für Geschäftspartner aufgenommen. Wir betrachten CDR nicht als abgeschlossenes Projekt, sondern als Thema, das sich weiterentwickelt und auf dem wir uns auf einer Lernreise befinden. Dieser Bericht zeigt einige Beispiele auf, wie wir bei Zalando derzeit CDR umsetzen. Wir hoffen, anderen Unternehmen Inspiration bieten und uns ständig weiter verbessern zu können.

Kräfte bündeln, um den Missbrauch von Login-Daten zu bekämpfen

Eines der häufigsten Probleme, mit denen unsere Kund*innen beim Online-Shopping konfrontiert sind, sind sogenannte "Credential-Stuffing-Angriffe": Viele Nutzer*innen verwenden dieselben Zugangsdaten (E-Mail-Adresse und Passwort) auf verschiedenen Plattformen. Wenn eine von diesen gehackt wird, verwenden Kriminelle die Daten, um sich Zugang zu Kundenaccounts zu verschaffen für betrügerische Aktivitäten.

Die Initiative "No More Leaks" ist eine öffentlich-private Partnerschaft zwischen der niederländischen Polizei und Unternehmen mit dem Ziel, derartige Vorfälle zu verhindern. Zalando ist der Initiative im Mai 2023 beigetreten.

Als Ergebnis werden Kund*innen, die versuchen, bei Zalando mit gehackten Zugangsdaten auf ihr Konto zuzugreifen oder ein neues Konto zu erstellen, gewarnt und aufgefordert, ihr Passwort zu ändern



 **Weitere Informationen zur Maßnahme**

<https://corporate.zalando.com/de/technologie/datensicherheit-bei-zalando>

Wie ist oder wird Corporate Digital Responsibility im Unternehmen verankert?

Bei Zalando ist nicht nur ein einzelnes Team für Corporate Digital Responsibility (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 in unserem Ethikkodex und dem CDR-Kodex widerspiegeln und in Unternehmens- und Geschäftsbereichsstrategien sowie operativen Plänen umgesetzt werden. IT-Sicherheitsthemen sind die Verantwortung unserer Vice President für Informationssicherheit. Sie berichtet an die Senior Vice President für Technologiegrundlagen und diese wiederum an den Chief Operating Officer (COO). Viele weitere Maßnahmen beim Umgang mit Daten werden vom Head of Privacy Governance verantwortet, der an den General Counsel und den Chief Financial

Officer (CFO) berichtet. 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 dabei nicht die einzelne CDR-Maßnahme oder ein einzelnes Projekt, sondern die Denkweise und Überlegungen dahinter. Leitend ist dabei unsere Unternehmensstrategie (Zalando Group Strategy), die unter anderem unsere Kund*innen- und Partnernversprechen definiert. Alle Unternehmensbereiche arbeiten kontinuierlich darauf hin, diese Versprechen immer besser zu erfüllen. Dazu dienen weitere leitende Dokumente und Strategien, wie beispielsweise unsere "Data Privacy Principles" in für den Umgang mit Daten, der Ethikkodex für ethische Leitlinien oder der Code of Conduct, der sich an unsere Partner richtet.



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 führen jährlich eine Befragung zum Bewusstsein für die ethischen Risiken des maschinellen Lernens (ML) und den Umgang mit diesen Risiken durch. Auf Grundlage der Befragung haben wir eine Reihe von Schulungen und Sensibilisierungsmaßnahmen entworfen:

- Regelmäßige Schulungen zum Thema “unconscious bias” (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 unternehmensspezifischen 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 

Unser zentrales Team “Algorithmic Privacy & Fairness” unterstützt unsere Produktteams bei der Analyse, Reduzierung und Dokumentation möglicher Verzerrungen (bias) während des gesamten Produktentwicklungszyklus – durch Beratung und gemeinsame Projekte.

Auf unserer Machine-Learning-Plattform finden Nutzer*innen Informationen und Verantwortliche für unsere Machine-Learning-Modelle, um Transparenz bei Verzerrungen (bias), intendierten Anwendungen und Risiken zu schaffen.

Wir testen umfangreiche und effiziente Dokumentationsmethoden für Datensätze, die für Machine-Learning-Anwendungen verwendet werden, um die Verantwortlichkeit und Transparenz weiter zu erhöhen und Risiken zu reduzieren.

Wir entwickeln Datensätze und Kennzeichnungsrichtlinien für Fairness- und Verzerrungsbewertungen, wenn keine ausreichenden öffentlichen Datensätze verfügbar sind, um solche Bewertungen durchzuführen.

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 

Das „Algorithmic Privacy & Fairness“-Team unterstützt die Produktteams bei der Bewertung möglicher Verzerrungen (Bias) in unseren Systemen, indem sie verschiedene Systeme auf der Grundlage potenzieller Schäden und der Sensibilität von Daten priorisieren. Dies beinhaltet die Analyse von Bias-Quellen, unterschiedliche Leistungen zwischen Kund*innengruppen und Attributen sowie die Durchführung potenzieller Präventionsmaßnahmen.

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 beinhalten 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 das zentrale Team „Algorithmic Privacy & Fairness“, das Machine-Learning-Teams dabei unterstützt, Fairness im ML und bei Algorithmen umzusetzen, indem es potenzielle Verzerrungen („Biases“) in unseren Systemen identifiziert, misst und korrigiert.

Hierfür bietet das zentrale Team Schulungen, Beratung, Unterstützung bei Projekten sowie Assessments an.

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



Unser Algorithmic Privacy & Fairness Team beteiligt sich an branchenweiten Diskussionen, Quelle: Zalando SE

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

Maßnahme

Wir arbeiten an Branchenstandards

in Planung 

Wir denken, dass Standards entscheidend werden, um beispielsweise die Rechtssicherheit im Kontext der EU-Verordnung über Künstliche Intelligenz zu erhöhen und sicherzustellen, dass ethische Bedenken in Bezug auf maschinelles Lernen angemessen berücksichtigt werden. Daher haben wir das akademische und industrielle Netzwerk ETAMI (Ethical and Trustworthy Artificial and Machine Intelligence) unterstützt und aktiv mitgearbeitet.



BDV Logo, Quelle: BDV

ETAMI ist mittlerweile eine Task Force innerhalb der Big Data Value Association (BDVA) geworden. Wir planen, eine Mitgliedschaft zu beantragen, um unsere Arbeit fortsetzen zu können. Darüber hinaus haben auch zu den Standardisierungsbemühungen des DIN in der Entwicklung von verantwortungsvollem Machine Learning beigetragen.



 **Weitere Informationen zur Maßnahme**

<https://www.bdva.eu/>

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

Maßnahme

Wir forschen gemeinsam mit anderen zu Datenschutz und algorithmischer Fairness I

umgesetzt 

Im Jahr 2022 haben wir an der Schnittstelle von Mathematik, Algorithmen und Recht geforscht und einen Algorithmus entwickelt, der eine kontinuierliche Interpolation zwischen drei wichtigen Fairnesskriterien ermöglicht. Diese Arbeit wurde in Zusammenarbeit mit Prof. Philipp Hacker von der Universität Viadrina und Prof. Emil Wiedemann von der Universität Ulm durchgeführt. Sie hat zu einer Veröffentlichung geführt, die derzeit beim Journal of Machine Learning Research überprüft wird.

Ein zweites Projekt untersuchte die wichtigsten Fairness-Definitionen für Rankings und klassifizierte sie anhand von fünf verschiedenen normativen Dimensionen, um ein besseres Verständnis dafür zu erlangen, welche Fairness-Definition in welcher Situation angemessen ist. Wir arbeiteten mit Prof. Julia Stoyanovich und Dr. Ke Yang von der New York University zusammen. Die Ergebnisse wurden im ACM Journal of Computing Surveys veröffentlicht und werden auf der TheWebConference im April 2023 einem breiten Publikum von Forschern vorgestellt.

In einem anderen Projekt haben wir Experimente durchgeführt, um die Kosten von Voreingenommenheit (Bias) in den Algorithmen von Facebook für die Anzeigenschaltung zu messen, und arbeiten derzeit an einem adversarialen Ansatz, um solchen Effekten entgegenzuwirken. Dies ist eine gemeinsame Arbeit mit dem Max-Planck-Institut für Intelligente Systeme in Tübingen und der Harvard Business School.

Alle unsere Forschungsprojekte und insbesondere unser Kooperationsnetzwerk mit Spitzenforschern aus dem akademischen Bereich ermöglichen es uns, an der Spitze der Debatte über verantwortungsvolle KI (responsible AI - RAI) und der Entwicklung von Tools für RAI zu stehen. Dies hilft uns auch dabei, KI-Chancen und -Herausforderungen von morgen zu erkennen, die über die Einhaltung von Rechtsvorschriften hinausgehen.

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

Maßnahme

Wir forschen gemeinsam mit anderen zu Datenschutz und algorithmischer Fairness II

in Planung 

Wir werden unsere Pipeline zur Bewertung von Fairness und Datenschutz für das Size&Fit Body Measurement Projekt auf dem European Workshop on Algorithmic Fairness vorstellen, wo wir unsere Ergebnisse und mögliche offene Fragen mit anderen Forschern diskutieren werden.

Zusammen mit dem Datenetikettierungsteam von Zalando Payment Services arbeiten wir an einem Projekt zur Sicherstellung einer ethischen Datenerstellung und -etikettierung bei Zalando. Wir haben Interviews durchgeführt, um unsere Etikettierungsprozesse, die Konzepte dahinter und das Potenzial für Voreingenommenheit in der Pipeline zu verstehen. Wir entwickeln derzeit die axialen Codes und Konzepte und planen, diese auf einer Konferenz über verantwortungsvolle KI zu veröffentlichen.

Im Jahr 2023 planen wir eine engere Zusammenarbeit mit dem MPI Tübingen, um Fragen rund um performative Vorhersagen und performative Macht zu erforschen. Wenn dies erfolgreich ist, wird es uns helfen, unsere Marktposition in Bezug auf unsere Partner und andere Marktteilnehmer besser zu verstehen und regulatorische Anforderungen zu antizipieren, die in Zukunft auf Zalando zukommen könnten. Das wird unsere laufenden Bemühungen unterstützen, die Einhaltung der kartellrechtlichen Vorschriften in jeder Hinsicht zu gewährleisten.

Alle unsere Forschungsprojekte und insbesondere unser Kooperationsnetzwerk mit Spitzenforschern aus dem akademischen Bereich ermöglichen es uns, an der Spitze der Debatte über verantwortungsvolle KI (responsible AI - RAI) und der Entwicklung von Tools für RAI zu stehen. Dies hilft uns auch dabei, KI-Chancen und -Herausforderungen von morgen zu erkennen, die über die Einhaltung von Rechtsvorschriften hinausgehen.

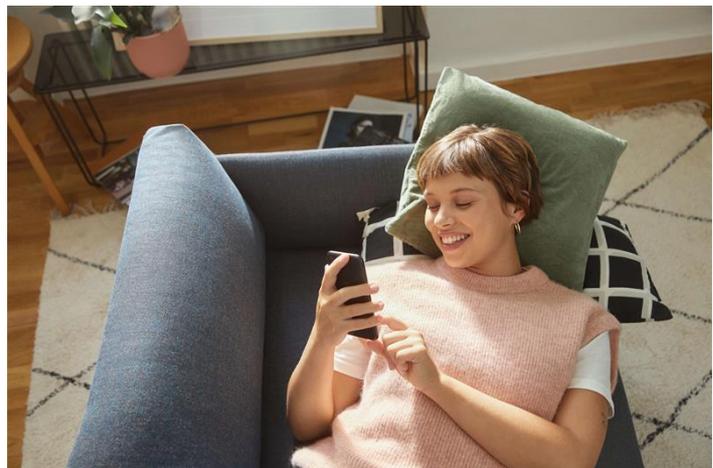
Ziel: Profilanalysen („Profiling“) verantwortlich, transparent und fair gestalten

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).



Verantwortungsvolle Nutzung von Kund*innendaten, Quelle: Zalando SE

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 Benutzerinnen 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 Vertrauen langfristige Beziehungen zu unseren Kund*innen aufbauen können. Aus diesem Grund ist das Vertrauen unserer Kund*innen in uns ein wesentlicher Bestandteil unseres Kund*innenversprechens. Dieses Mindset gilt auch für andere Bereiche, wie zum Beispiel die Privatsphäre. Zentraler Bestandteil der Privacy-Strategie 2025 von Zalando ist es, Privacy-Lösungen zu entwickeln, bei denen Kund*innen verstehen können, welche Daten wofür genutzt werden, aber vor allem auch, wie sie selbst davon profitieren können, wenn sie Daten, beispielsweise zur Personalisierung, teilen. Mit anderen Worten: Unser Ziel ist es, Daten zum Vorteil und Mehrwert der Kund*innen zu nutzen und dabei Vertrauen der Kund*innen in die Datennutzung zu schaffen und eine nachhaltige Kund*innenbeziehung aufzubauen.



Kund*innenvertrauen, Quelle: Zalando SE

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*innenversprechen zu erfüllen. Diese wurden definiert, um allen Mitarbeiter*innen von Zalando auf unserem Weg zum Starting Point for Fashion – also der ersten Anlaufstelle für Mode – Orientierung zu geben. Für unser Versprechen an unsere Kund*innen, 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

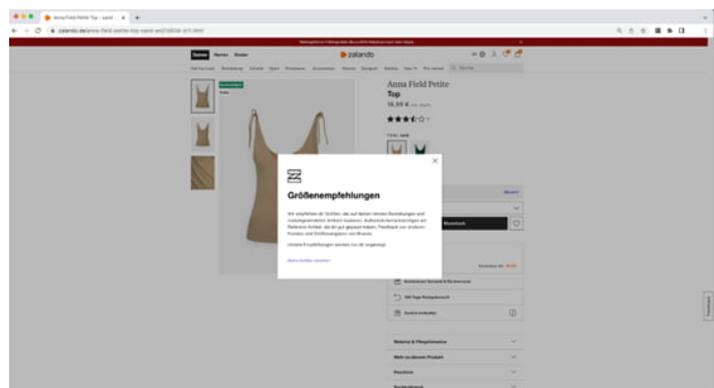
Maßnahme

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 fragen, wie wir zu unseren Empfehlungen kommen, erklären wir innerhalb des Kaufprozesses, 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 bei Interesse auf ein kleines Info-Symbol klicken. Dort wird ihnen erklärt, dass wir für diese Annahme auf Daten aus ihren Rücksendungen bzw. Daten zu dieser Marke von anderen Kund*innen zurückgreifen.



Info-Symbol mit Größenvorschlägen, Quelle: ZalandoSE

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

Maßnahme

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

umgesetzt 

Um den Schutz von Daten sicherzustellen, haben wir ein System etabliert, das zentrale und dezentrale Ressourcen im gesamten Unternehmen kombiniert und nutzt. Wir haben beispielsweise zentrale Expert*innen für Datenschutzrecht und Datenschutz-Governance, die direkt mit dem operativen Geschäft zusammenarbeiten, aber auch sogenannte „eingebettete Datenschutzkoordinator*innen“ in den jeweiligen Geschäftseinheiten, die als Multiplikator*innen fungieren. Diese eingebetteten Datenschutzkoordinator*innen sind geschulte Entwickler*innen und daher direkt in die Entwickler*innen-Teams integriert. Unsere Unternehmensstruktur zeichnet sich zudem durch eine sehr enge Zusammenarbeit der Datenschutzexpert*innen mit den Sicherheitsteams und deren eingebetteten Expert*innen aus, die sich insbesondere auf technische und organisatorische Maßnahmen und deren Ausrollen im gesamten Unternehmen konzentrieren. Für Zalando ist Datenschutz ein ganzheitliches Konzept, das über die gesamte Organisation hinweg gesteuert werden muss.

(Datenschutz-Governance bezeichnet die Prozesse, Strukturen und Verantwortlichkeiten innerhalb einer Organisation, die dafür sorgen, dass die gesetzlichen Vorgaben zum Datenschutz umgesetzt werden.)

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

Maßnahme

Wir übersetzen Datenschutzregeln in Data Privacy Principles

umgesetzt 

Bei Zalando's "Data Privacy Principles" handelt es sich um eine Reihe interner Schlüsselprinzipien, die abstrakte rechtliche Bestimmungen zum Datenschutz sowie unsere eigenen Ziele und 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 und Datenschutz von Beginn an mitzudenken. Die Prinzipien werden von der Geschäftsleitung vorgegeben, in unserem sozialen Intranet "zLife" veröffentlicht und sind ein zentraler Bestandteil unserer Schulungen rund um das Thema Datenschutz. Sie stehen in direktem Zusammenhang mit unseren Kund*innenversprechen. Diese wurden definiert, um alle Zalando-Mitarbeiter*innen auf dem Weg zum Starting Point for Fashion – also der ersten Anlaufstelle für Mode – Orientierung zu geben.

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

Maßnahme

*Wir haben eine Privacy Strategie erarbeitet, die zum Ziel hat Kund*innen besser zu erklären, wie sie vom Teilen ihrer Daten profitieren*

umgesetzt 

Im Jahr 2021 hat Zalando seine Privacy-Strategie bis 2025 (und darüber hinaus) vorgestellt. Diese Strategie bildet die Grundlage für ein (kontinuierliches) Programm, innerhalb dessen neue Datenschutzprojekte und -initiativen initiiert und umgesetzt werden. Die Strategie basiert auf den Datenschutzerwartungen und Wertvorstellungen der Kund*innen und wurde auf Grundlage des Feedbacks von mehreren tausend Zalando-Kund*innen entwickelt. Der Ansatz unserer Strategie ist es, uns beim Datenschutz auf unsere Kund*innen zu fokussieren und ihn als Mehrwert für sie zu verstehen und umsetzen. Anstatt ihn 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.



Zalando hat eine Privacy Strategie entwickelt, Quelle: ZalandoSE

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

Maßnahme

Wir werden eine Vertrauensmessung (TrustMetric) einführen

in Planung 

Viele Maßnahmen und Aktionen von Zalando sind auf unsere Kund*innen und speziell auf Bedürfnisse der Kund*innen in Bezug auf die digitale Verantwortung ausgerichtet. Zalando möchte überprüfen, ob die getroffenen Maßnahmen diese Bedürfnisse tatsächlich erfüllen. Wir planen daher die Einführung einer TrustMetric. Die TrustMetric ist im Wesentlichen ein KPI, der zeigt, ob die von Zalando ergriffenen Maßnahmen tatsächlich das Vertrauen der Kund*innen erhöhen und ob unsere Maßnahmen die Probleme der Kund*innen lösen. Die TrustMetric wird zunächst eine Vogelperspektive bieten, soll aber im Laufe der Zeit ermöglichen, die Effektivität bestimmter Maßnahmen, Lösungen, Funktionen etc. zu messen. Letztlich soll die TrustMetric Zalando in die Lage versetzen, seine digitale Verantwortung kontinuierlich zu verbessern und sich daran zu orientieren, was unsere Kund*innen wirklich brauchen und was ihnen wirklich hilft.

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 mehrere Informationsebenen. Diese Struktur war uns wichtig, damit Kund*innen die wichtigsten Informationen schnell auf den ersten Blick finden, aber auch mehr Details in weiteren Ebenen, wenn sie tiefer eintauchen möchten.

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, zu verstehen, wie ihre Daten genutzt werden. Deshalb war es uns wichtig, die Datenschutzerklärung leicht zugänglich zu machen. Wir denken, dass uns das durch eine Erklärung, wie der Datenschutzhinweis zu lesen ist, ein Dropdown-Menü, um das richtige Kapitel zu finden, eine Zusammenfassung in fünf Punkten, eine einfachere Sprache und eine herunterladbare PDF-Version, gelungen ist.

Im Jahr 2022 haben wir zudem unsere Datenauskunft umfassend überarbeitet. Ein wesentlicher Schwerpunkt lag dabei auf der visuellen Aufbereitung. Die neue Datenauskunft nutzt eine deutlich leichter lesbare und besser sortierte, organisierte Struktur. Sie ist in verschiedene Abschnitte unterteilt, die jeweils mit kurzen Erläuterungen versehen sind, die helfen sollen, die Datennutzung besser zu verstehen. Darüber hinaus wurden zahlreiche neue Erklärungen zu einzelnen Daten hinzugefügt, insbesondere auch im Hinblick auf die Datenteilung mit Dritten. Wir planen die Datenauskunft in den kommenden Jahren kontinuierlich weiter zu verbessern und auszubauen.

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 Marken von anderen Kund*innen nutzen.

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.

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 mehrere Informationsebenen. Diese Struktur war uns wichtig, damit Kund*innen die wichtigsten Informationen schnell auf den ersten Blick finden, aber auch mehr Details in weiteren Ebenen, wenn sie tiefer eintauchen möchten.

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, zu verstehen, wie ihre Daten genutzt werden. Deshalb war es uns wichtig, die Datenschutzerklärung leicht zugänglich zu machen. Wir denken, dass uns das durch eine Erklärung, wie der Datenschutzhinweis zu lesen ist, ein Dropdown-Menü, um das richtige Kapitel zu finden, eine Zusammenfassung in fünf Punkten, eine einfachere Sprache und eine herunterladbare PDF-Version, gelungen ist.

Im Jahr 2022 haben wir zudem unsere Datenauskunft umfassend überarbeitet. Ein wesentlicher Schwerpunkt lag dabei auf der visuellen Aufbereitung. Die neue Datenauskunft nutzt eine deutlich leichter lesbare und besser sortierte, organisierte Struktur. Sie ist in verschiedene Abschnitte unterteilt, die jeweils mit kurzen Erläuterungen versehen sind, die helfen sollen, die Datennutzung besser zu verstehen. Darüber hinaus wurden zahlreiche neue Erklärungen zu einzelnen Daten hinzugefügt, insbesondere auch im Hinblick auf die Datenteilung mit Dritten. Wir planen die Datenauskunft in den kommenden Jahren kontinuierlich weiter zu verbessern und auszubauen.

Ziel: Verbrauchersouveränität und Autonomie sicherstellen

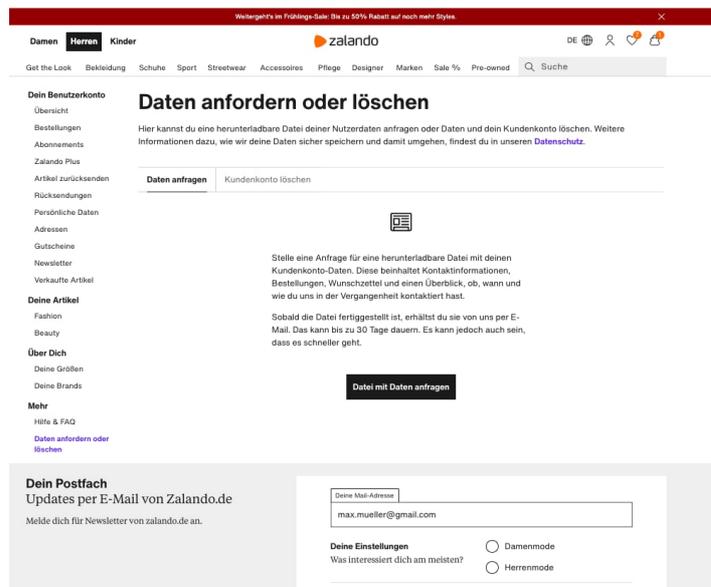
Maßnahme

Wir ermöglichen es unseren Kundinnen und Kunden, soweit dies möglich ist, personenbezogene Daten auf Anfrage problemlos abzufragen, zu erhalten und weiterzuverwenden.

umgesetzt 

Uns ist wichtig, nicht nur unserer gesetzlichen Verpflichtung nachzukommen, Datenanfragen von Kund*innen zu beantworten, sondern darüber hinaus auch einen effizienten und einfachen Prozess anzubieten. Dafür 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 a) verschiedene Informationen wie persönliche Daten, Adressen b) bevorzugte Marken und Artikel, die für Größenempfehlungen berücksichtigt werden sollen oder c) ihre Präferenzen für z. B. Newsletter einsehen oder ändern.



Datenschutzportal, Quelle: 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 zahlreiche Maßnahmen ergriffen, um sicherzustellen, dass der Schutz personenbezogener Daten, die Kund*innen mit uns teilen, auf dem neuesten Stand der Technik ist. (Siehe Handlungsziel "Verbrauchersouveränität und Autonomie sicherstellen").

Zusätzlich haben wir gemeinsam mit dem Fraunhofer-Institut AISEC ein Open-Source-Tool auf dem neuesten Stand der Technik entwickelt, um Datenschutz-Schwachstellen von Machine-Learning-Modellen zu testen.

Darüber hinaus haben wir auch ein internes Toolkit entwickelt, das eine kontinuierliche Überwachung von Zalando-spezifischen Datenschutz-Schwachstellen und Fairness-Metriken ermöglicht.

Wir haben unsere Fertigkeiten zur Überprüfung von Datenschutz-Schwachstellen in einem offenen Wettbewerb (Microsoft Membership Inference Competition (MICO)) unter Beweis gestellt und dabei feststellen können, dass wir hier auf Weltklasse-Niveau agieren.



 **Weitere Informationen zur Maßnahme**

<https://microsoft.github.io/MICO/>

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 ständig daran, alle Kund*innenversprechen zu erfüllen, die definiert wurden, um den Mitarbeiter*innen auf unserem Weg, der Starting Point for Fashion – also die erste Anlaufstelle für Mode – zu sein, Orientierung zu bieten. Im Hinblick auf unser Kund*innenversprechen, 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 (Design-)Prozesses 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, beispielsweise um bestellte Ware an die richtige Adresse liefern zu können. Zugleich entwickelt und implementiert Zalando Lösungen, um die Verarbeitung von Klardaten soweit wie möglich einzuschränken. Dazu gehört unter anderem unser Pseudonymisierungsservice. Er ermöglicht als zentral angebotene, technische Lösung allen datenverarbeitenden Stellen im Unternehmen, Pseudonymisierung auf einfache Weise in ihre Prozesse zu integrieren, wo dies relevant ist. So können Daten mit Kund*innenbezug verarbeitet werden, ohne dabei eine konkrete Person identifizieren zu können. Darüber hinaus stehen auch Lösungen zur Verfügung, um Daten zu anonymisieren, wo ein 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.

Unser Pseudonymisierungsservice ermöglicht als zentral angebotene, technische Lösung allen datenverarbeitenden Stellen im Unternehmen, Pseudonymisierung auf einfache Weise in ihre Prozesse zu integrieren, wo dies relevant ist. So können Daten mit Kund*innenbezug verarbeitet werden, ohne dabei eine konkrete Person identifizieren zu können. Darüber hinaus stehen auch Lösungen zur Verfügung, um Daten zu anonymisieren, wo ein Kund*innenbezug nicht notwendig ist.

Ziel: Verantwortliche Technikgestaltung im Umgang mit Daten fördern

Maßnahme

Wir haben ein Privacy Governance Team

umgesetzt 

Wir haben ein Privacy-Governance-Team gegründet, das sich in Abgrenzung zu den Privacy-Jurist*innen insbesondere um Prozesse, Trainings, usw. kümmert. Dieses Team arbeitet anhand von Zielen, die jedes Jahr neu definiert werden, um unser Privacy-Programm sukzessive weiterzuentwickeln.

Eine der Kernaufgaben des Teams ist es, die Schnittstelle zu den Entwickler*innen-Teams stetig zu verbessern, sodass Privacy-Anforderungen möglichst effektiv ins operative Business kommuniziert werden und Privacy so schon während des Designs eines Produkts oder Prozesses berücksichtigt wird.



Privacy Governance Team, Quelle: Zalando SE

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 unsere Philosophie in leicht verständliche Konzepte übersetzen. Die "Data Privacy Principles" sind ein Leitfaden für alle Mitarbeiter*innen, die bei ihrer täglichen Arbeit mit Daten arbeiten. 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 wurden von der Geschäftsleitung in Auftrag gegeben, in unserem sozialen Intranet "zLife" veröffentlicht und sind ein zentraler Bestandteil unserer Datenschutz-Schulungen. Sie stehen in direktem Zusammenhang mit unseren Kund*innenversprechen. Diese wurden definiert, um allen Zalando-Kolleg*innen auf dem Weg zu unserem Ziel, der Starting Point for Fashion – also die erste Anlaufstelle für Mode – zu sein, Orientierung zu geben.

Darüber hinaus gibt es bei Zalando das Algorithmic Privacy & Fairness Team, das die Machine Learning Teams bei Zalando dabei unterstützt, Fairness bei Machine Learning und bei Algorithmen zu gewährleisten. Das Team arbeitet zudem mit anderen Unternehmen und Organisationen an branchenweiten Standards.

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 den Schutz von Daten sicherzustellen und Silodenken zu verhindern, haben wir ein System etabliert, das zentrale und dezentrale Ressourcen im gesamten Unternehmen kombiniert und nutzt. Wir haben beispielsweise zentrale Expert*innen für Datenschutzrecht und Datenschutz-Governance, die direkt mit dem operativen Geschäft zusammenarbeiten, aber auch sogenannte “eingebettete Datenschutzkoordinator*innen” in den jeweiligen Geschäftseinheiten, die als Multiplikator*innen fungieren. Diese eingebetteten Datenschutzkoordinator*innen sind geschulte Entwickler*innen und daher direkt in die



Schutz von Daten, Quelle: Zalando SE

Entwickler*innen-Teams integriert. Unsere Unternehmensstruktur zeichnet sich zudem durch eine sehr enge Zusammenarbeit der Datenschutzexpert*innen mit den Sicherheitsteams und deren eingebetteten Expert*innen aus, die sich insbesondere auf technische und organisatorische Maßnahmen und deren Ausrollen im gesamten Unternehmen konzentrieren. Für Zalando ist Datenschutz ein ganzheitliches Konzept, das über die gesamte Organisation hinweg gesteuert werden muss.

(Datenschutz-Governance bezeichnet die Prozesse, Strukturen und Verantwortlichkeiten innerhalb einer Organisation, die dafür sorgen, dass die gesetzlichen Vorgaben zum Datenschutz umgesetzt werden.)

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 Mitarbeiter*innen auf Daten zugreifen wollen, die ihre Berechtigungen überschreiten, müssen sie einen Freigabeprozess durchlaufen, der sicherstellt, dass die Daten tatsächlich benötigt werden und die Verarbeitung im Einklang mit den Datenschutzgesetzen und unseren eigenen "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 Prozess zur Datenschutz-Folgenabschätzung eingeführt, der bestehende und neue Risikoprozesse identifiziert und mit einem Mechanismus zur Risikobewertung arbeitet, um die erforderlichen Überprüfungen potenzieller Datenschutzrisiken zu priorisieren, und die regelmäßige Überwachung und Überprüfung potenzieller Datenschutzrisiken- und folgen erleichtert. Zusätzlich haben wir interne und externe Auditoren, die regelmäßig verschiedene Bereiche und Anwendungsfälle prüfen.

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.



Wir unterstützen Mitarbeitende dabei technische oder ethische Herausforderungen festzustellen, Quelle: Zalando SE

Ziel: Verantwortlichen Umgang mit Daten im Unternehmen sicherstellen

Maßnahme

*Wir stellen sicher, dass im Falle eines Datenschutzrisikos unsere verantwortlichen internen Ansprechpartner*innen informiert werden und schnellstmöglich handeln.*

umgesetzt 

Um Datenschutz zu sicherzustellen, haben wir ein System eingerichtet, das zentrale und dezentrale Ressourcen im gesamten Unternehmen kombiniert und nutzt. Wir haben beispielsweise zentrale Expert*innen für Datenschutzrecht und Datenschutz-Governance, die direkt mit dem operativen Geschäft zusammenarbeiten, aber auch sogenannte “eingebettete Datenschutzkoordinator*innen” in den jeweiligen Geschäftseinheiten, die als Multiplikator*innen fungieren. Diese eingebetteten Datenschutzkoordinator*innen sind geschulte Entwickler*innen und daher direkt in die Entwickler*innen-Teams integriert. Ein Stakeholder-Mapping ermöglicht eine direkte Kommunikation und verschafft den Datenschutz-Governance-Expert*innen einen Überblick über alle Teams.

(Datenschutz-Governance bezeichnet die Prozesse, Strukturen und Verantwortlichkeiten innerhalb einer Organisation, die dafür sorgen, dass die gesetzlichen Vorgaben zum Datenschutz umgesetzt werden.)

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

Maßnahme

Wir kaufen Daten von Dritten, die die Anforderungen unseres Unternehmens an externe Dienstleistende erfüllen und vertrauenswürdig und transparent über ihre Praxis der Datenerhebung und -verwendung informieren.

umgesetzt 

Dieser Punkt findet für Zalando keine Anwendung, da der Verkauf von Daten nicht Teil unseres Geschäftsmodells ist. In den seltenen Fällen, in denen wir externe Daten verwenden, werden Einzelfallbetrachtungen angestellt.

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

Maßnahme

In Fällen, in denen wir für unsere Anwendungen Daten und / oder Modelle anderer Unternehmen nutzen, holen wir von diesen die erforderlichen Informationen ein, damit wir diese auf eine ethisch vertretbare Weise einsetzen können.

umgesetzt 

Im Allgemeinen kauft Zalando keine Daten, so dass diese Art von Entscheidungen nicht täglich getroffen werden. Wenn wir Daten oder Modelle aus externen Quellen verwenden, treffen wir dieselben Überlegungen und wenden dieselbe Steuerung und Prüfung an wie bei der Bewertung von unternehmensinterner Datenverwendung. Eine ganz neue Entwicklung in diesem Zusammenhang ist die Verwendung von großen Sprachmodellen (KI), die von Dritten bereitgestellt werden. Am Ausgangspunkt unterscheidet sich dies nicht von der Art und Weise, wie wir die Nutzung anderer Drittanbieter, die Daten von Zalando verarbeiten, kontrollieren und bewerten.

Im Falle von Modellen, die als Service (oder AI as a Service (AIaaS)) bereitgestellt werden, wenden wir zusätzliche AI-Governance-Maßnahmen an. Diese leiten sich zum Teil von (frühen Erkenntnissen aus) unserem Programm zur Umsetzung des AI Acts ab und zielen im Allgemeinen darauf ab, die spezifischen Erwägungen von KI-Nutzungsfällen, wie Fairness und Voreingenommenheit (Bias), zu berücksichtigen. Dies sind Beispiele für Fragen, die wir erörtern könnten: Diskussion mit Experten des Algorithmic Fairness Teams, welche Art von Daten ist betroffen (Produktdaten, personenbezogene Daten, besonders sensible Daten wie Größen), auf welches "unethische" Nutzerverhalten müssen wir uns vorbereiten und/oder spezielle Unternehmensnutzungsverträge mit AIaaS-Anbietern, die möglicherweise mehr/andere Sicherheitsvorkehrungen haben als offene Versionen, einschließlich Kontrolle über Daten, Beitrag zu Trainingsdaten usw.

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.



 **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 

Wir haben Partnerversprechen in unserer Unternehmensstrategie 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. In unseren Partnerversprechen haben wir klar formuliert, was wir unseren Partner bieten wollen, warum das wollen und wie wir das tun wollen. Zum Beispiel, indem wir unseren Partnern umfassende und umsetzbare Erkenntnisse, Werkzeuge und Beratungslösungen bieten. Dabei stützen wir uns auf unsere Expertise sowie auf die Erkenntnisse, die wir aus den von uns verarbeiteten Daten gewinnen. Ziel ist es, mithilfe von Aggregation von Daten unsere Partner in die Lage zu versetzen, ihr Geschäft bei Zalando erfolgreich zu steuern und dabei jederzeit den Schutz der einzelnen Kund*innendaten sowie das Wettbewerbsrecht zu wahren.

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

Maßnahme

Wir haben eine externe Dimension in unseren "Data Privacy Principles"

umgesetzt 

Bei Zalandos "Data Privacy Principles" handelt es sich um eine Reihe interner Schlüsselprinzipien, die abstrakte rechtliche Bestimmungen zum Datenschutz sowie unsere eigenen Ziele und 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, also Datenschutz von Beginn an mitzudenken. Die Prinzipien - Sie werden von der Geschäftsleitung vorgegeben - werden in unserem Intranet "zLife" veröffentlicht und sind ein zentraler Bestandteil unserer Schulungen rund um das Thema Datenschutz. Sie stehen in direktem Zusammenhang mit unseren Kund*innenversprechen. Diese wurden definiert, um alle Zalando-Mitarbeiter*innen auf dem Weg zum Starting Point for Fashion – also der ersten Anlaufstelle für Mode – Orientierung zu geben.

Damit schaffen wir bei Mitarbeiter*innen Aufmerksamkeit dafür, den Wert und die Sensibilität von Daten zu berücksichtigen, wenn externe Partner beteiligt sind.

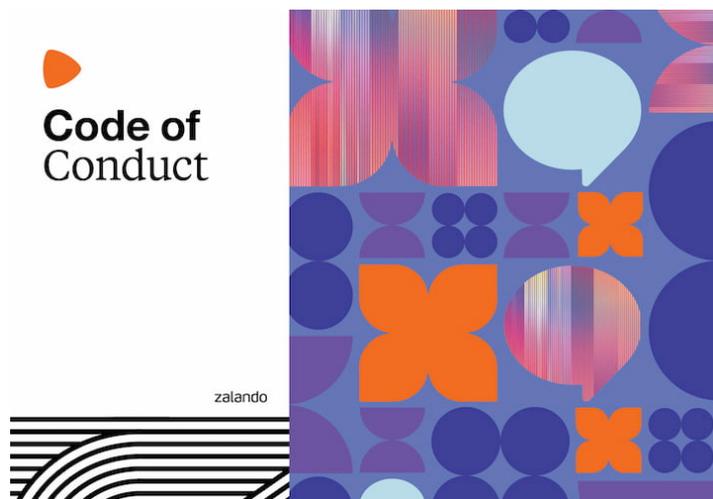
Ziel: Verantwortung im Umgang mit Daten über das eigene Unternehmen hinaus übernehmen

Maßnahme

Wir haben uns einen Code of Conduct gegeben

umgesetzt 

Wir glauben auch, dass Integrität, Respekt und Transparenz die Basis für eine gesunde Unternehmenskultur darstellen. Daher bildet unser Verhaltenskodex (Code of Conduct) einen festen Bestandteil unserer vertraglichen Beziehungen mit Geschäftspartnern. Der Verhaltenskodex definiert Standards und Erwartungen, die wir an jeden Geschäftspartner von Zalando haben. Darin enthalten ist auch unsere Bindung an die Grundsätze des Corporate Digital Responsibility (CDR) Kodex. Wir laden all unsere Geschäftspartner ein und ermutigen sie, ihre eigene digitale Verantwortung gemäß dem CDR-Kodex anzuerkennen und danach zu handeln.



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

Ziel: Daten- und Cybersicherheit konsequent weiterentwickeln

Maßnahme

Wir haben ein Security Operations Center

umgesetzt 

Unser Sicherheitsmanagement beinhaltet sowohl offensive als auch defensive Maßnahmen, für die jeweils eigene Teams zuständig sind.

Das defensive Team ist unser Security Operations Center (SOC). Die Aufgabe des SOC besteht darin, IT-Sicherheitsereignisse mittels Security Monitoring, Security Incident Management, Security Analytics & Forensics sowie Threat Intelligence zu identifizieren, klassifizieren, verifizieren, untersuchen und zu bearbeiten.

Ziel: Daten- und Cybersicherheit konsequent weiterentwickeln

Maßnahme

Wir haben ein Offensive Security Team

umgesetzt 

Unser Sicherheitsmanagement beinhaltet sowohl offensive als auch defensive Maßnahmen, für die jeweils eigene Teams zuständig sind.

Das Offensive Security Team, auch als Red Team bezeichnet, übernimmt offensive Maßnahmen. Seine Aufgabe ist es, Schwachstellen zu identifizieren, zu klassifizieren und zu verifizieren, indem es Schwachstellen-Scans, Penetrationstests, Bedrohungssuche/-Identifizierung sowie Fehlerprämien (sogenannte "Bug Bounties") einsetzt.

Ziel: Daten- und Cybersicherheit konsequent weiterentwickeln

Maßnahme

Wir sind der "No More Leaks Initiative" beigetreten

umgesetzt 

“No More Leaks” ist eine öffentlich-private Partnerschaft zwischen der niederländischen Polizei und einer großen Anzahl von Unternehmen mit vielen Online-Kund*innen. Ziel der Initiative ist es, den Missbrauch von gestohlenen Anmeldedaten zu verhindern. Dafür stellt die niederländische Polizei die von ihr erworbenen Anmeldedaten den teilnehmenden Parteien in einer "gehashten" Form zur Verfügung. "Gehasht" bedeutet, dass die Benutzernamen und Passwörter verschlüsselt und nicht im Klartext sichtbar sind. Zalando kann diese Hash-Listen als zusätzliche Sicherheitsmaßnahme bei der Kund*innenanmeldung, Passwortänderungen und Registrierungen verwenden. Wird eine Übereinstimmung festgestellt, wird die*der Kund*in darüber informiert und erhält Empfehlungen, was in Bezug auf das Passwort unternommen werden sollte. Zalando ist zu Beginn des Jahres 2023 dieser Partnerschaft mit der niederländischen Polizei beigetreten, um unsere Kund*innen verstärkt zu schützen und aufzuklären. Seit Mai 2023 sind die neuen Sicherheitsfunktionen eingeführt.



Willkommen zurück

E-Mail-Adresse

Passwort

Anmelden

[Passwort vergessen?](#)

Log-in beim Zalando Shop, Quelle: Zalando



[Weitere Informationen zur Maßnahme](#)

<https://corporate.zalando.com/de/technologie/datensicherheit-bei-zalando>

Ziel: Daten- und Cybersicherheit konsequent weiterentwickeln

Maßnahme

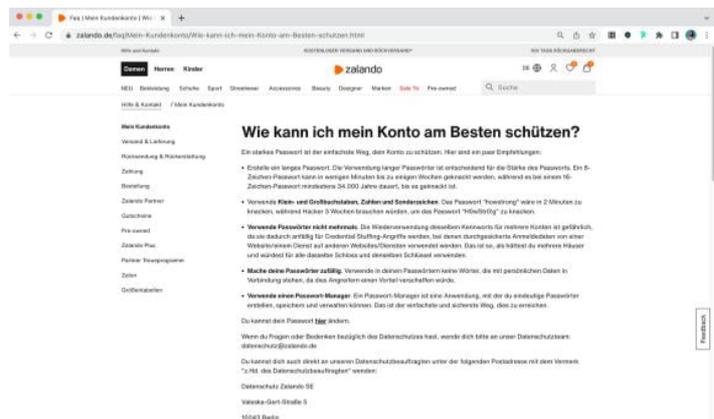
Wir haben ein FAQ, um Kund*innen zu helfen, ihr Konto besser zu schützen

umgesetzt 

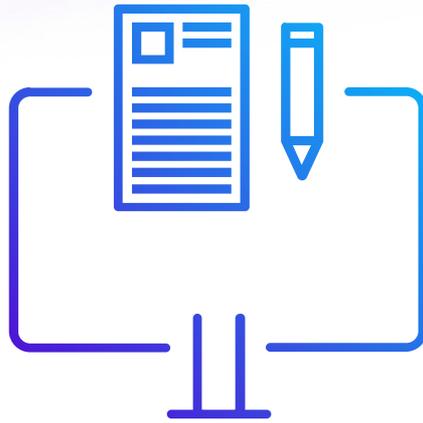
Eines der Kernversprechen von Zalando an seine Kund*innen ist es, ein Vertrauserlebnis zu bieten. Ein integraler Bestandteil dieses Vertrauens ist es, dass wir dafür sorgen, dass die Informationen unserer Kund*innen geschützt sind.

Wir haben zahlreiche Maßnahmen, um die Konten unserer Kund*innen zu schützen. Aber es ist auch wichtig, dass wir das Bewusstsein unserer Kund*innen dafür erhöhen, was sie selbst tun können, um ihre eigenen Daten und Konten vor Kompromittierung und möglichem Diebstahl zu schützen.

Daher haben wir eine Liste mit FAQ erstellt, die unseren Kund*innen Empfehlungen gibt, wie sie ihr Konto besser schützen können.



Customer Account Protection FAQ, Quelle: Zalando SE



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

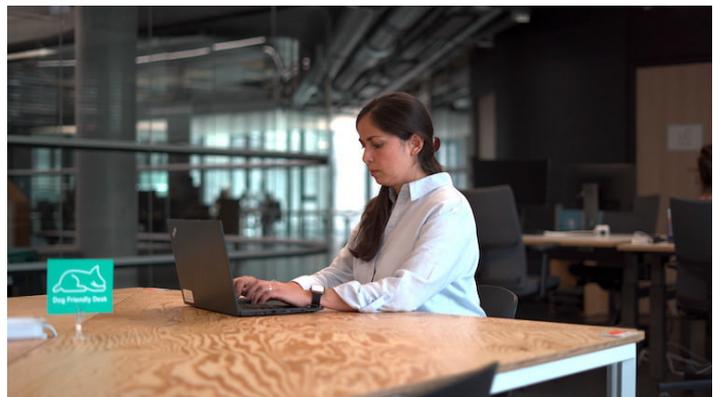
Ziel: Über Chancen und Risiken aufklären und zu eigenständigem Handeln befähigen

Maßnahme

Wir bieten das "Women in Tech" Reskilling-Programm an

umgesetzt 

Im April 2022 startete Zalando das Pilotprogramm "Women in Tech Re-Skilling", in dessen Rahmen 20 interne Kandidatinnen an einem Programm teilnahmen, um ihre Karrieren von ihren derzeitigen Positionen in den IT-Bereich zu verlagern. Dieses Umschulungsprogramm konzentrierte sich darauf, Mitarbeiterinnen, die sich als Frauen identifizieren, in die Lage zu versetzen, Einstiegspositionen im Software-Engineering einzunehmen. Damit unterstützen wir unser Ziel, einen Frauenanteil von mindestens 40 % in technischen Positionen zu erreichen. Dieses 40 %-Ziel ist eine wichtige



Frauen in Tech-Berufen, Quelle: Zalando SE

Verpflichtung im Rahmen unserer do.BETTER-Strategie. Die Teilnehmerinnen erhielten zunächst einen Orientierungskurs, damit sie genau verstehen, welche Wege in den Tech-Bereich für sie persönlich am interessantesten sind. Anschließend wurden sie interviewt und bekamen neue Aufgaben angeboten, bevor sie einen drei- bis sechsmonatigen Vollzeit-Intensivkurs absolvierten, um die wichtigsten technischen Fähigkeiten zu erlernen.



Weitere Informationen zur Maßnahme

<https://corporate.zalando.com/en/dobetter-diversity-inclusion-report-2022#creating-an-inclusive-workplace-for-our-talents>

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

Maßnahme

Wir bieten eine Weiterbildung zur digitalen Barrierefreiheit an

umgesetzt 

Bei Zalando bieten wir Schulungen zu dem wichtigen Thema der digitalen Barrierefreiheit an:

Wir bieten ein "Introduction to Digital Accessibility"-Training an, das von Zalando-internen Fachleuten durchgeführt wird. Die Teilnehmer*innen erhalten in diesem Training ein solides Verständnis von digitaler Barrierefreiheit. Das Training deckt viele WCAG (Web Content Accessibility Guidelines) Standards und Erfolgskriterien ab, die helfen können, zukünftiges Design und Inhalte inklusiver und für jede*n nutzbar zu machen.



Weiterbildung "Digitale Barrierefreiheit", Quelle: Zalando SE

Darüber hinaus bieten wir die Schulung "Einführung in die Barrierefreiheit für Ingenieur*innen" an, die sich auf die Vermittlung der Grundlagen der Barrierefreiheit konzentriert und erklärt, warum Ingenieur*innen sich damit befassen sollten. Sie ermöglicht es den Ingenieur*innen, sich der WCAG-Normen bewusst zu werden und zu verstehen, was ein digitales Erlebnis zugänglich macht.

Ziel: Über ethische Fragen der Digitalisierung aufklären

Maßnahme

Wir bieten die Weiterbildung "Verantwortungsvolle KI" an

umgesetzt 

Wir bieten unseren Mitarbeiter*innen Schulungen zum wichtigen Thema Verantwortungsvolle künstliche Intelligenz (KI) an:

In der Schulung "Einführung in verantwortungsvolle KI" wird in die grundlegenden Konzepte und Prinzipien von Datenschutz, Fairness sowie Transparenz und Erklärbarkeit von KI eingeführt und erklärt, warum diese Aspekte sowohl im Allgemeinen und als auch speziell für Zalando so wichtig sind.



Mit dieser Schulung möchten wir uns für ethische KI "bereit" machen: Nach dieser Einführung sollten die Teilnehmer*innen in der Lage sein, die Bereiche potenzieller Anwendung in ihrem beruflichen Bereich im Unternehmen zu identifizieren.

Weiterbildung "Verantwortungsvolle KI"; Quelle: Zalando SE

Darüber hinaus bieten wir unseren neuen Mitarbeiter*innen im Bereich "Applied Science" (Angewandte Wissenschaft) eine Einführungsschulung "Schadensquellen im Machine-Learning-Lebenszyklus verstehen" an. In dieser Schulung erklären wir, was verantwortungsvolle KI ist und warum sie für Zalando und unsere Kund*innen wichtig ist. Wir vermitteln den neuen Mitarbeiter*innen ein Rahmenkonzept für die Arten von algorithmischen Verzerrungen (biases) sowie Möglichkeiten, darauf zu reagieren.

Ziel: Über ethische Fragen der Digitalisierung aufklären

Maßnahme

Wir haben uns einen Ethikkodex gegeben

umgesetzt 

Der Zalando Ethikkodex beschreibt unsere Standards, an die wir uns als Unternehmen halten. Er enthält Prinzipien, die es unseren Mitarbeiter*innen ermöglichen, in unterschiedlichen Situationen nach hohen ethischen Standards zu handeln, sowohl im Unternehmensalltag als auch im Umgang mit neuen Technologien. Damit stellen wir sicher, dass sich Mitarbeiter*innen ihrer persönlichen Verantwortung bewusst sind, um zu garantieren, dass die hohen Datenschutzstandards von Zalando eingehalten werden. Darüber hinaus führen wir verpflichtende Compliance-Schulungen für alle Mitarbeiter*innen durch.



Zalando Ethikkodex, Quelle: Zalando SE



 **Weitere Informationen zur Maßnahme**

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

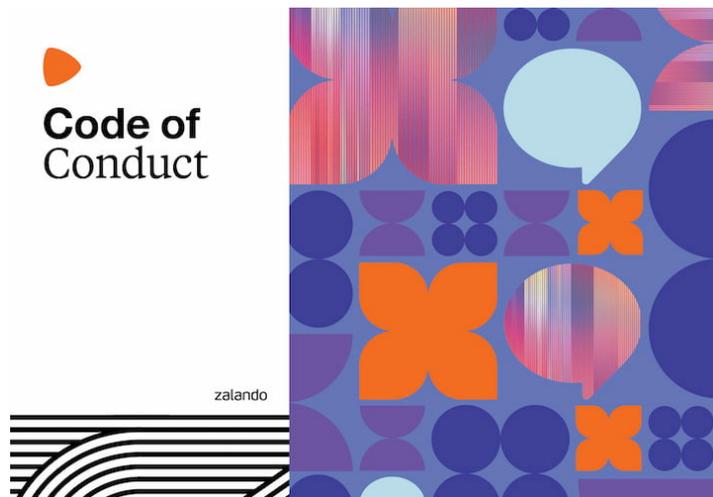
Ziel: Über ethische Fragen der Digitalisierung aufklären

Maßnahme

Wir haben uns einen Code of Conduct gegeben

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/de/unser-code-conduct>

Ziel: Über ethische Fragen der Digitalisierung aufklären

Maßnahme

Wir haben Data Privacy Principles eingeführt

umgesetzt 

Zalando hat eine Reihe von (kurzen und prägnanten) Datenschutzgrundsätzen eingeführt ("Data Privacy Principles"), die vom Vorstand vorgegeben wurden und für alle Mitarbeiter*innen bei Zalando gelten. Diese Grundsätze sollen bei der täglichen Entscheidungsfindung in allen Situationen helfen, wo es um persönliche Daten geht, und Mitarbeiter*innen dabei unterstützen, datenschutzfreundliche und datenschutzverbessernde Entscheidungen zu treffen und entsprechende Lösungen zu entwickeln. Diese Datenschutzprinzipien sind mit den Kund*innenversprechen von Zalando verknüpft und fungieren somit als "Leitstern" für alle Mitarbeiter*innen. Die Prinzipien werden ihnen durch Lehrmaterial und Schulungen vermittelt. Die Prinzipien werden zudem direkt in den Produktdesignprozessen berücksichtigt.

Ziel: Über ethische Fragen der Digitalisierung aufklären

Maßnahme

*Wir arbeiten an einer Social Media Policy zusammen mit unseren Arbeitnehmer*innenvertretungen*

in Planung 

Wir wollen unsere Mitarbeiter*innen für ethische Verantwortlichkeiten, Herausforderungen, Risiken und Lösungen bei der Nutzung sozialer Medien im Hinblick auf Zalando als ihren Arbeitgeber sensibilisieren. Hierfür haben wir eine Social Media Policy entworfen. Die Policy soll Richtlinien für eine verantwortungsvolle Kommunikation bieten und die damit verbundenen Risiken mindern. Derzeit stehen wir im Austausch mit den Arbeitnehmer*innenvertretungen (Betriebsräten), um sicherzustellen, dass sich die Sicht der Arbeitnehmer*innen in der Policy widerspiegelt. Wenn sie final ist, wird die Social Media-Richtlinie über die Unternehmensrichtlinie zur Nutzung von elektronischer Kommunikation, Medien und IT hinausgehen (siehe unten).

Ziel: Über ethische Fragen der Digitalisierung aufklären

Maßnahme

Wir haben eine Unternehmensrichtlinie zur "Nutzung von elektronischer Kommunikation, Medien und IT" als Teil unserer Arbeitsverträge

umgesetzt 

Wir fordern unsere Mitarbeiter*innen auf, sorgfältig und verantwortungsvoll mit sozialen Medien umzugehen, insbesondere beim Umgang mit geschäftlichen Informationen. Um von Beginn an ein Bewusstsein dafür zu schaffen, ist unsere Unternehmensrichtlinie "Nutzung von elektronischer Kommunikation, Medien und IT" ein Teil unserer Arbeitsverträge.



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

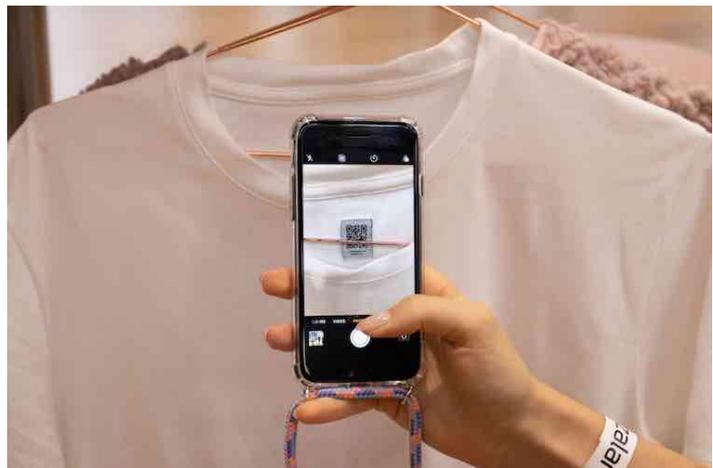
Ziel: Digitale Lösungen zum Schutz unserer Umwelt stärken

Maßnahme

Wir haben einen Digitaler Produktpass bei unseren Eigenmarken

umgesetzt 

Zalando hat seine Digital Product Passport (DPP)-Initiative innerhalb seiner Eigenmarken weiter ausgebaut und über 200 Artikel mit mehr als 300.000 Einzelstücken mit einem DPP in Form eines QR-Codes als Teil der SS22- und HW22-Kollektionen auf den Markt gebracht, die seit H2 2022 und bis ins Jahr 2023 laufen. Die Private Brands Business Unit von Zalando arbeitet mit dem New Yorker Technologieunternehmen EON zusammen, das die digitale Plattform bereitstellt, um Artikel über ihren gesamten Lebenszyklus hinweg zu identifizieren und den späteren Wiederverkauf, die Reparatur, Wiederverwendung



Digitaler Produktpass über QR-Code, Quelle: Zalando SE

und das Recycling zu ermöglichen. Jedes Stück trägt einen digitalen Produktpass in Form eines gewebten Etiketts mit einem QR-Code, der die Kund*innen zu einer Microsite führt, auf der weitere Informationen über das Produkt zu finden sind, wie z. B. Materialzusammensetzung, Herkunft, Fabrik/Region, in der es hergestellt wurde, usw. Die Kund*innen können dort auch erweiterte Pflegeanleitungen einschließlich Videos und Möglichkeiten zur Verlängerung der Lebensdauer ihrer Produkte entdecken. Wir prüfen, inwieweit die Verbraucher*innen diese QR-Codes nutzen, während wir sie weiter ausbauen. Die Implementierung von DPPs hat sich als sehr ressourcenintensiv erwiesen. Daher konzentriert sich unser Geschäftsbereich Private Brands im Jahr 2023 stark auf die Entwicklung von Back-End-Lösungen und automatisierten Tools/Ansätzen für die Datenerfassung, -validierung und -aggregation in Zusammenarbeit mit unseren Fabriken und Lieferpartnern, um die Transparenz und Rückverfolgbarkeit der Produkte zu verbessern, während wir skalieren. Wir testen die digitale Produkt-ID seit 2020 mit unserer Eigenmarkenkollektion. Wir haben die Anzahl der Artikel erhöht und verschiedene Kundenerlebnisse über den QR-Code getestet. Wir sehen zwar, dass die Kund*innen an den Informationen interessiert sind, aber die Daten stellen eine Herausforderung dar. Wir sind gespannt auf die Leitlinien der EU-Ökodesign-Richtlinien, die die Einführung eines DPP beinhalten. Vorerst werden wir weiter testen und lernen.

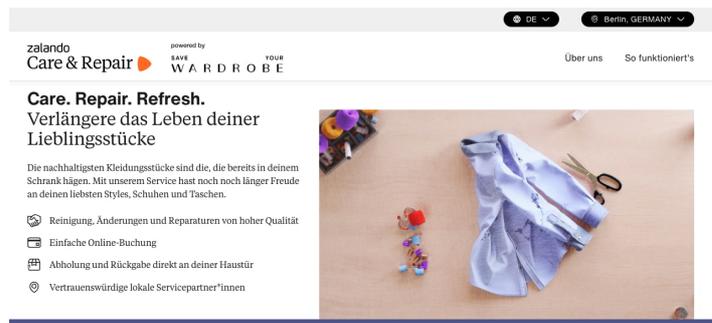
Ziel: Digitale Lösungen zum Schutz unserer Umwelt stärken

Maßnahme

Wir haben ein Pilotprojekt zur digitalen Anbindung von Reperaturdiensten durchgeführt

umgesetzt 

Im Herbst 2021 haben wir unseren Service “Care & Repair” in Berlin gestartet. Ein Pilotprojekt, bei dem unsere Kund*innen die hochwertigen Pflege- und Reparaturdienstleistungen regionaler Unternehmen in Anspruch nehmen können. Das Projekt wurde in Zusammenarbeit mit dem in London ansässigen Start-up “Save Your Wardrobe” gestartet und war das erste seiner Art in der Modebranche.



Care & Repair, Quelle: Zalando SE

Kund*innen können die Pflege- und Reparaturdienstleistungen digital buchen. Die Kleidungsstücke werden dann direkt von zu Hause abgeholt und an regionale Unternehmen geliefert. Für die Abholung und Lieferung arbeiten wir mit dem deutschen Start-up “Fairsenden” zusammen. Fairsenden liefert die Sendungen in Berlin emissionsfrei und bringt wiederverwendbare Verpackungen und ein vorgedrucktes Versandlabel zur Abholung mit.

Während das Pilotprojekt beendet ist, lernen wir stetig im Bereich Care & Repair dazu und haben detaillierte Nutzer*innenforschung, Kund*inneninterviews und Datenanalysen durchgeführt, um die Erwartungen Kund*innen besser zu verstehen.



 **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) zerstörter Waldflächen in Spanien begonnen und die Pflanzung von mehr als 300.000 Bäumen finanziert. Unser Projektpartner will die lokalen Ökosysteme unterstützen und die Artenvielfalt verbessern, indem er einheimische Bäume pflanzt. Land Life Company setzt sich für smarte Aufforstung ein – von spezialisierten Pflanzmaschinen bis hin zur Überwachung der Waldflächen mit Apps und Drohnen, um effektiver und klimaresilienter zu sein als traditionelle Methoden.



Landlife Aufforstung, Quelle: Zalando SE



 **Weitere Informationen zur Maßnahme**

<https://landlifecompany.com>

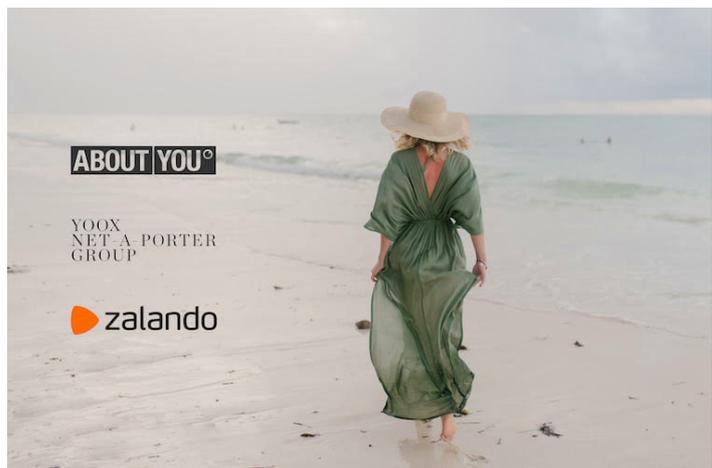
Ziel: Digitale Lösungen zum Schutz unserer Umwelt stärken

Maßnahme

Wir haben die digitale Lernplattform "Fashion Leap for Climate" gegründet

umgesetzt 

Um Partnermarken bei der Festlegung von klimabezogenen und wissenschaftsbasierten Zielen zu unterstützen, haben wir uns mit den Online-Händlern ABOUT YOU und YOOX NET-A-PORTER zusammengetan, um "Fashion Leap for Climate" zu starten. Dabei handelt es sich um eine digitale Lernplattform, die Peer-Learning-Möglichkeiten bietet sowie eine schrittweise Anleitung zur Messung von Emissionen und Festlegung von wissenschaftsbasierten Zielen. Die Plattform wurde bereits mit ausgewählten Markenpartnern getestet und soll künftig allen Marken und der gesamten Branche zur Verfügung stehen.



Fashion Leap for Climate, Quelle: Zalando SE



Weitere Informationen zur Maßnahme

<https://corporate.zalando.com/de/our-impact/about-you-yoox-net-porter-und-zalando-bringen-gemeinsam-neue-klimaschutzinitiative-fuer>

Ziel: Digitale Lösungen zum Schutz unserer Umwelt stärken

Maßnahme

*Wir helfen Verbraucher*innen informierte Entscheidungen zu treffen*

umgesetzt 

Im Dezember 2021 aktualisierte die EU-Kommission ihren Leitlinien zur Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken, der Aufschluss darüber gibt, wann umweltbezogene Aussagen gemacht werden dürfen, wie Informationen zu belegen sind und wann Informationen als Greenwashing gelten. Im Vorgriff auf die Gesetzgebung, aber auch um das Vertrauen in unsere Kommunikation grundsätzlich zu fördern, haben wir unsere Rahmenbedingungen in Bezug auf Zertifikate, Marken und Lizenzen überprüft und ein neues Kund*innenerlebnis in unserer Nachhaltigkeitskommunikation geschaffen. Um dieses Kund*innenerlebnis zu optimieren, haben wir ein Projekt gestartet, an dem mehrere Zalando-Teams mit weit über 100 Mitarbeitenden sowie tausenden von Markenpartnern beteiligt waren. Nach mehr als einem Jahr Arbeit wechselten wir von unseren eigens aufgestellten Kriterien und Kennzeichnungen zu einer Kennzeichnung für nachhaltigkeitsbezogene Produktattribute, die auf Standards von Drittanbietern basieren. Unser neuer Ansatz baut weiterhin auf Zertifizierungen auf, welche die ursprünglichen Kriterien stützen, einschließlich des Global Organic Textile Standard (GOTS) und markenrechtlich geschützter / lizenzierten Fasern wie TENCEL™, Lyocell und Infinna™. Eine vollständige Liste der akzeptierten zertifizierten, lizenzierten und markenrechtlich geschützten Fasern und Materialien ist in unserem Onlineshop zu finden. Wir fordern nun von unseren Markenpartnern detailliertere Informationen bis hin zur Komponentenebene, um die nachhaltigkeitsbezogenen Informationen von Produkten besser belegen zu können.



Was bedeuten sie?

Es gibt viele verschiedene Material-Standards und Nachhaltigkeits-Zertifizierungen auf dem Markt. Mit diesen Symbolen zeigen wir, welche Artikel unsere Kriterien erfüllen, und teilen Artikel mit ähnlichen Schwerpunkten in Gruppen auf.

Symbole für informierte Entscheidungen, Quelle: Zalando SE



 **Weitere Informationen zur Maßnahme**

<https://en.zalando.de/about-sustainability/>

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

Maßnahme

Wir nutzen Cloud-Anbieter, die auf erneuerbare Energien setzen

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 sein Nachhaltigkeitsziel, die 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 fragen Nachhaltigkeitsinformationen beim Einkauf von IT-Hardware ab

umgesetzt 

Wir sehen die Modeseite unseres Unternehmens als den Bereich, in dem wir mit dem größten Impact an nachhaltigen Lösungen arbeiten können. Allerdings bitten wir auch unsere IT-Hardware-Lieferanten, unsere Fragen zur Nachhaltigkeit zu beantworten. Beispielsweise "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

umgesetzt 

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 sowohl unserer Website als auch 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 digitale Barrierefreiheit lernen

in Planung 

Wir sammeln derzeit Best-Practice-Beispiele und entwickeln 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 bieten eine Weiterbildung zu digitalen Barrierefreiheit an

umgesetzt 

Bei Zalando bieten wir Schulungen zu dem wichtigen Thema der digitalen Barrierefreiheit an:

Wir bieten ein "Introduction to Digital Accessibility"-Training an, das von Zalando-internen Fachleuten durchgeführt wird. Die Teilnehmer*innen erhalten in diesem Training ein solides Verständnis von digitaler Barrierefreiheit. Das Training deckt viele WCAG (Web Content Accessibility Guidelines) Standards und Erfolgskriterien ab, die helfen können, zukünftiges Design und Inhalte inklusiver und für jede*n nutzbar zu machen.



Weiterbildung "Digitale Barrierefreiheit", Quelle: Zalando SE

Darüber hinaus bieten wir die Schulung "Einführung in die Barrierefreiheit für Ingenieur*innen" an, die sich auf die Vermittlung der Grundlagen der Barrierefreiheit konzentriert und erklärt, warum Ingenieur*innen sich damit befassen sollten. Sie ermöglicht es den Ingenieur*innen, sich der WCAG-Normen bewusst zu werden und zu verstehen, was ein digitales Erlebnis zugänglich macht.

Ziel: Lösungen zur Unterstützung der Teilhabe fördern

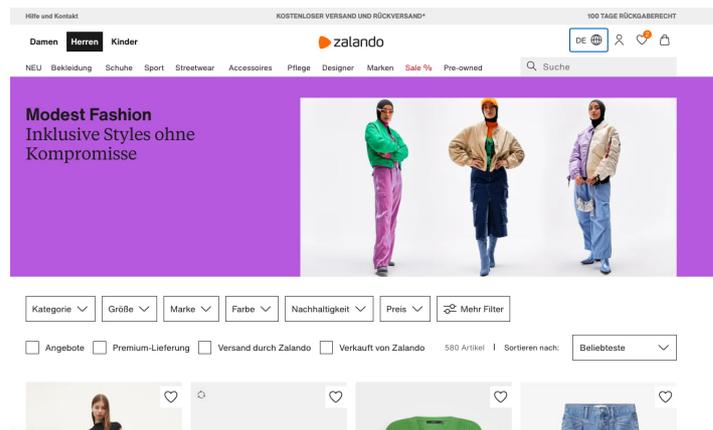
Maßnahme

Wir nutzen die Vorteile des Plattformmodells für Modest Fashion

umgesetzt 

Eine der Stärken unseres Online-Plattform-Geschäftsmodells ist, dass wir in der Lage sind, Kund*innen und Marken miteinander zu verbinden. Diese Stärke nutzen wir, um Personengruppen zu bedienen, die bis dato nur eingeschränkte Einkaufsoptionen oder traditionell Schwierigkeiten hatten, das zu finden, wonach sie suchen.

Wir haben unser Sortiment für "Modest Fashion" erweitert, das auf Kund*innen ausgerichtet ist, die sich aus Glaubens- oder Stilgründen für Modest Fashion entscheiden. Dafür nehmen wir Modemarken auf, die sich auf Modest Fashion spezialisieren, und ergänzen unser Sortiment durch eigene Marken.



Screenshot des Angebots zu Modest Fashion, Quelle: Zalando SE

Um die Modest-Fashion-Kund*innen authentisch zu repräsentieren, wurden die Teams unserer zStudios, in denen unsere Produktfotos entstehen, von einer Influencerin aus der muslimischen Community geschult und befähigt, visuelle Inhalte zu erstellen, die relevant sind, und diesen Kund*innen ein inspirierendes Einkaufserlebnis bieten. Kundinnen können diese Inhalte finden, indem sie nach "Modest Fashion" suchen.



 **Weitere Informationen zur Maßnahme**

https://en.zalando.de/collections/odsQ_94fS9y/

Ziel: Lösungen zur Unterstützung der Teilhabe fördern

Maßnahme

Wir nutzen das Plattformmodell zur Unterstützung behinderter Menschen

umgesetzt 

Eine der Stärken unseres Online-Plattform-Modells ist es, Kund*innen und Marken miteinander zu verbinden. Wir nutzen diesen Vorteil, um behinderte Menschen zu unterstützen. Denn diese haben bei Mode Schwierigkeiten, das zu finden, wonach sie suchen, und oft nur sehr eingeschränkte Einkaufsmöglichkeiten.

Für unsere erste Adaptive-Fashion-Kollektion mit Kleidung und Schuhen haben wir mit der Gemeinschaft behinderter Menschen

zusammengearbeitet. Ein Adaptive-Fashion-Hub

ermöglicht es nun Kund*innen, die Kollektion und die passende Mode leichter zu finden. In den kommenden Jahren wollen wir weiter über die Bedürfnisse dieser Gruppe lernen und die Zugänglichkeit und das Einkaufserlebnis für die behinderte Gemeinschaft verbessern. Wir freuen uns, dass unsere ersten Schritte in diese Richtung in allen Ländern, in den wir aktiv sind, sowohl von der Branche (Vogue, Business of Fashion oder Forbes) als auch von Verbrauchermagazinen wie Glamour, Nylon oder Brigitte positiv anerkannt wurden.

Adaptive Fits für dich Kompromissloser Style und Komfort



Screenshot des Angebots zu Adaptive Fashion, Quelle: Zalando SE

[Zalando hat sich bewusst für die Verwendung von “disability-first”-Sprache entschieden, wenn es sich auf behinderte Menschen bezieht. Diese Entscheidung basiert auf einer Zusammenarbeit mit der Beratungsfirma All is for All, die von behinderten Menschen betrieben wird, sowie einer umfangreichen Kund*innenbefragung. Wir erkennen an, dass “people-first”-Sprache (z. B. “Menschen mit Behinderung”) ebenfalls häufig verwendet wird.]



 **Weitere Informationen zur Maßnahme**

<https://en.zalando.de/campaigns/adaptive-fashion/>

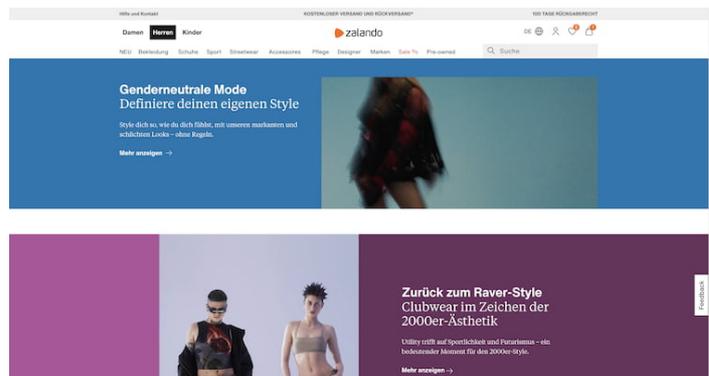
Ziel: Lösungen zur Unterstützung der Teilhabe fördern

Maßnahme

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

umgesetzt 

Online-Plattformen bieten die Möglichkeit, spezielle Seiten zu integrieren, auf denen bestimmte Produktgruppen zusammengestellt sind, die über traditionelle Produktkategorien hinausgehen. Wir nutzen diesen Vorteil, um Personengruppen zu unterstützen, für die es bisher schwieriger war, die Mode zu finden, nach der sie suchen, und/oder die bisher nur sehr begrenzte Einkaufsmöglichkeiten hatten.



Screenshot des Angebots zu Genderless Fashion, Quelle: Zalando SE

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



 **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 

Im Rahmen unserer do.BETTER-Strategie zielt unser Engagement darauf ab, zentrale Leitlinien und Standards für alle kund*innenorientierten (oft digitalen) Inhalte bei Zalando zu schaffen, einzuführen, umzusetzen und aufrechtzuerhalten. Hierbei streben wir an, den Erstellungsprozess für Inhalte von Anfang an inklusiv zu gestalten, indem wir sicherstellen, dass bestimmte Überlegungen von allen relevanten Teams und Mitarbeiter*innen berücksichtigt werden.

Das Endergebnis soll ein Zalando sein, das jede*n deutlich und stolz willkommen heißt.



Mitarbeitende prüfen ein Kleidungsstück, Quelle: Zalando SE

Die von uns erarbeiteten Inklusionsrichtlinien sind die Grundlage für eine verbesserte Repräsentation in ausgewählten Dimensionen der Vielfalt, wobei wir mit externen Expert*innen zusammenarbeiten, um Wissenslücken zu schließen. Die Richtlinien konzentrieren sich auf funktionsbezogene Aspekte der Produktion inklusiver Inhalte: Wie verändern wir die Art und Weise, wie wir kund*innenorientierte Inhalte für unsere unterrepräsentierten Kund*innen produzieren? Derzeit haben wir 26 Mitarbeiter*innen in Arbeitsgruppen, die sich auf die Bereiche Art Direction & Casting, Copy & Language, Photography & Post-Production sowie Styling konzentrieren.



 **Weitere Informationen zur Maßnahme**

<https://corporate.zalando.com/en/newsroom/news-stories/zalando-launches-diversity-inclusion-strategy-dobetter>

Ziel: Lösungen zur Unterstützung der Teilhabe fördern

Maßnahme

Wir wollen die Geschlechtsidentität unserer Mitarbeitenden besser achten

umgesetzt 

Digitale Tools ermöglichen es uns, Informationen über bevorzugte Namen zu sammeln, die über das hinausgehen, was in ihren Ausweisdokumenten angezeigt wird. Wir haben unsere verschiedenen Kanäle und Plattformen (z.B. unser Intranet) synchronisiert, um den bevorzugten Namen anzuzeigen. Dadurch können Mitarbeitende freiwillig einen Namen wählen, der von dem in ihren Ausweisdokumenten angegebenen abweicht. In Zukunft möchten wir die Möglichkeit schaffen, dass Mitarbeitende in unserem System auch ihre Pronomen und Geschlechtsidentität angeben können, die von ihren Ausweisdokumenten abweichen. Mit diesen Maßnahmen unterstützt Zalando die Inklusion von nichtbinären und transgener Mitarbeitenden, insbesondere in Fällen, in denen das Rechtssystem im Herkunftsland keine Änderungen an ihren Ausweisdokumenten zulässt.

Ziel: Lösungen zur Unterstützung der Teilhabe fördern

Maßnahme

Wir nutzen digitale Tools, um die Auffindbarkeit von passenden sanitären Einrichtungen zu erleichtern

umgesetzt 

Ein konkretes Beispiel für die Achtung der Geschlechtsidentität unserer Mitarbeiter*innen ist die inklusivere Beschilderung der Toiletten in den Gebäuden des Berliner Zalando-Campus. Alle Mitarbeiter*innen werden gebeten, die Sanitäreinrichtungen zu nutzen, die am besten zu ihrer Geschlechtsidentität oder -ausdruck passen. Im Jahr 2022 haben wir vollständig zugängliche und geschlechtsneutrale Waschräume in den Gebäuden unseres Berliner Campus installiert. Dieses Projekt wird auch von einer digitalen Komponente unterstützt, der zKey-App, dem digitalen Schlüssel zu unseren Büros. Alle Grundrisse in zKey wurden aktualisiert, um die Standorte der inklusiven Sanitäreinrichtungen anzuzeigen. Und wir planen, weitere Einrichtungen an anderen Zalando-Standorten hinzuzufügen, um zu gewährleisten, dass alle Mitarbeiter*innen einfachen Zugang zu Sanitäreinrichtungen haben, die sie gerne nutzen.



Hinweisschild für Toiletten, Quelle: Zalando SE

Ziel: Lösungen zur Unterstützung der Teilhabe fördern

Maßnahme

Wir bieten einfacheren Zugang durch digitale Schlüssel für unsere Büros

umgesetzt 

Unsere Büros spiegeln unsere hybride Arbeitsweise wider und wir investieren stetig in unsere Einrichtungen. Zum Beispiel haben wir unsere Gebetsräume umgestaltet und dabei mit unseren Employee Resource Groups (ERGs), einschließlich des Muslim Community Network, zusammengearbeitet, um die Bedürfnisse unserer Mitarbeiter*innen zu ermitteln und bestmöglich zu erfüllen. Andere ERGs haben uns dazu inspiriert, Eltern-Kind-Räume und Ruheräume einzurichten, um (möglicherweise neurodivergenten) Kolleg*innen zu ermöglichen, sich bestmöglich zu konzentrieren.



Eingang zum Meditationsraum, Quelle: Zalando SE

Um Flexibilität zu gewährleisten, haben wir mit zKey ein spezielles Tool für unsere Büromitarbeiter*innen entwickelt. Es ist der digitale Begleiter unserer Mitarbeiter*innen, um ihren Tag in den Büros von Zalando effizienter zu gestalten. Sie können es für eine Schreibtischbuchung, die Reservierung von Kollaborationsbereichen und die Verwaltung ihres Schließfachs nutzen, aber auch um bestimmte Angebote wie Gebetsräume, Eltern-Kind-Räume, Workshopbereiche oder inklusive Toiletten zu finden.

Ziel: Lösungen zur Unterstützung der Teilhabe fördern

Maßnahme

Wir führen eine interne Befragung zu Diversität und Inklusion durch

umgesetzt 

Im Jahr 2022 hat Zalando erstmals eine digitale Umfrage zur Vielfalt und Inklusion (D&I) unter den Mitarbeiter*innen durchgeführt, um die individuellen und kollektiven Bedürfnisse und Erfahrungen unserer Mitarbeiter*innen zur Inklusion besser zu verstehen. Die Umfrage ist ein wichtiger Bestandteil unserer do.BETTER-Strategie, da sie uns helfen wird, den Fortschritt unserer Bemühungen zu messen.

Die D&I-Umfrage war natürlich freiwillig und Mitarbeiter*innen hatten die Möglichkeit, einzelne Fragen zu überspringen. Sie wurde mit Hilfe eines externen Anbieters durchgeführt, um sowohl Expert*inneneinblick als auch Datentrennung zu gewährleisten. Darüber hinaus haben wir für Datenschutzfragen mit der Berliner Datenschutzbehörde zusammengearbeitet und ihr Feedback in die Gestaltung des Fragebogens einbezogen.

Für die Umfrage arbeiteten mehrere Geschäftsbereiche und Mitarbeiter*innengruppen zusammen, einschließlich der Betriebsräte. Basierend auf den Umfrageergebnissen haben wir Prozesse und Initiativen teilweise neu gestaltet, um unsere Communities besser zu unterstützen. Die Umfrageergebnisse und -berichte wurden auch in den einzelnen Geschäftsbereichen geteilt und diskutiert, sowie anschließend D&I-Aktionspläne erstellt.



 **Weitere Informationen zur Maßnahme**

<https://zlife.zalando.net/pages/diversity-inclusion/apps/content/d-i-strategy>



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 verbessern unseren digitalen Feedback- und Entwicklungsprozess

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.



Mitarbeitende arbeiten bei Zalando in Berlin zusammen

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 in der digitalen Transformation an der Gestaltung und Entscheidungsfindung beteiligen

Maßnahme

Wir nutzen digitale Mitarbeitendeneinbindung

umgesetzt 

Zalando hat verschiedene digitale und hybride Formate etabliert, um das gesamte Unternehmen oder bestimmte Geschäftseinheiten in Diskussionen zu Transformationsprozessen einzubeziehen und zu informieren. Dabei ist es üblich, Fragen persönlich oder über ein digitales Q&A-Tool zu stellen und zu diskutieren, auch anonym. Um diese Formate Mitarbeiter*innen zugänglich zu machen, die weder digital noch vor Ort an den Veranstaltungen teilnehmen konnten, werden diese normalerweise aufgezeichnet (mit Ausnahme sensibler Themen wie beispielsweise zu psychischer Gesundheit). Diese Aufnahmen werden in einem kategorisierten Archiv in unserer digitalen Bibliothek zur Verfügung gestellt. Tausende Mitarbeiter*innen nutzen diese Formate wöchentlich.

Beispiele unserer Formate:

Das "All Hands"-Meeting ist unser Gruppentreffen, bei dem Mitglieder des Vorstands über die Unternehmensausrichtung, strategische Ziele und Fortschritte sprechen.

"zTalk Q&A" ist ein Format, bei dem Mitarbeiter*innen mit dem Zalando-Vorstand über alles sprechen können, was ihnen auf dem Herzen liegt. Diese Q&A-Sitzung ist für alle offen und umfasst eine Vielzahl von Themen – von der strategischen Ausrichtung bis zur Unternehmenskultur.

"zTalk" und "zInsights" sind Formate, die ein bestimmtes Thema oder strategisches Projekt tiefer beleuchten, wie z. B. Nachhaltigkeit, Mode-Inspirationen für Verbraucher*innen mit Highsnobiety oder unser inklusives Produktsortiment.

Zalando verfügt über eine interne Social-Media-Plattform namens "zLife", auf der Mitarbeiter*innen, Teams und die Geschäftsführung in dedizierten Kanälen, Gruppen oder Event-Seiten Inhalte teilen können.

Digitale Inhalte sind auch für unsere Logistikmitarbeiter*innen verfügbar. Das vierteljährlich erscheinende Mitarbeiter*innen-Printmagazin "Logistik News" bietet den Kolleg*innen der deutschen Logistik Informationen über neue Entwicklungen in den Logistikzentren, strategische Updates aus dem Management sowie Geschichten von Mitarbeiter*innen - auch online, zugänglich über einen QR-Code und in verschiedenen Sprachen.

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, beispielsweise "Digital Experience", "Zalando Technology Foundation", "How We Work", "Workplace productivity" etc.



zLife, Quelle: Zalando SE

Ziel: Mitarbeitende auf Veränderungen vorbereiten und im Wandel unterstützen

Maßnahme

Wir binden Mitarbeitende bei der Einführung des hybriden Arbeitsmodells ein

umgesetzt 

Wir bei Zalando sind davon überzeugt, dass ein hybrides Arbeitsmodell am besten für unser Unternehmen funktioniert. Wir glauben weiter, dass ein Verhältnis von 40 zu 60 zwischen der Präsenz vor Ort und Arbeit im Homeoffice eine gute Balance darstellt. Allerdings wissen wir auch, dass dieser Ansatz nicht allgemeingültig sein kann. Mit unserem Hybrid-Framework können Führungskräfte zusammen mit ihren Teams ein Modell hybrider Zusammenarbeit entwerfen, das sie optimal dabei unterstützt, ihre Aufgaben zu erfüllen, sich mit der Zalando-Community verbunden zu fühlen und bestmöglich für unsere Kund*innen und Partner da zu sein. Um diesen Prozess zu unterstützen, haben wir digitale Team-Chartas eingeführt, die unseren Teams als Leitfaden dienen, die beste Art der Zusammenarbeit zu diskutieren und anschließend zu vereinbaren.

Zusätzlich wird der Einführungsprozess von unserer sogenannten "Hybrid Work Culture Champ Community" unterstützt, die aus interessierten Mitarbeiter*innen besteht, die sich freiwillig als Vertreter*innen für verschiedene Geschäftsbereiche und Teams gemeldet haben. Die "Hybrid Work Culture Champs" treffen sich regelmäßig, um sich über bewährte Praktiken für hybrides Arbeiten auszutauschen und gemeinsam Initiativen zur Unterstützung des Übergangs zu einer neuen Arbeitsweise bei Zalando zu erarbeiten.

Um Teamleiter*innen und Mitarbeiter*innen bei der Eingewöhnung in das hybride Arbeitsmodell und den damit verbundenen Richtlinien, Arbeitsplätzen, Services und Angeboten zu unterstützen, haben wir auch ein digitales "Hybrid Playbook" erstellt, das als umfassende Zusammenfassung aller Informationen dazu dient, wie wir nun arbeiten. Es ist für alle Kolleg*innen zugänglich und enthält hilfreiche Links, Videos, Q&A und Erklärungen.

Wir werden weiterhin Feedback und Erfahrungen sammeln, um das Modell zukünftig weiterzuentwickeln.

Ziel: Mitarbeitende auf Veränderungen vorbereiten und im Wandel unterstützen

Maßnahme

Wir bieten digitale Unterstützung im Bereich Gesundheit und Wohlbefinden

umgesetzt 

Als die Pandemie begann, war Zalando mit dem Konzept Home Office und digitalen Unterstützungsangebote nicht völlig unvertraut. Seitdem haben wir unsere Angebote für unsere Mitarbeitenden weiter ausgebaut.

Zalando hat eine Partnerschaft mit einem Anbieter für betriebliches Wohlbefinden geschlossen, um Zalando-Mitarbeitenden, ihren Freunden und ihrer Familie Zugang zu digitalen Wellness-Apps, Sport-, Freizeit- und Wellnesseinrichtungen in ganz Deutschland zu ermöglichen. Diese Partnerschaft zielt darauf ab, den Zalando-Mitarbeitenden flexible und geeignete Wellness-Optionen anzubieten, die ihren individuellen Bedürfnissen gerecht werden.

Durch diese Partnerschaft können Zalando-Mitarbeitende aus einer Vielzahl von Wellness-Optionen wählen, die ihnen helfen können, eine bessere körperliche, emotionale und geistige Gesundheit zu erreichen. Diese Optionen sind nicht nur auf Zalando-Mitarbeitende beschränkt, sondern können auch von ihren Freunden und Familienmitgliedern genutzt werden.

Um die Mitarbeitendenunterstützung weiter zu verbessern, hat Zalando eine Partnerschaft mit einem externen Anbieter geschlossen, der ein Employee Assistance Program (EAP) anbietet. Dieses Programm stellt spezialisierte Berater*innen zur Verfügung, die bei Gesundheits-, Wohlbefinden- und persönlichen Problemen helfen können. Beratungen können telefonisch, per Videotelefonie oder persönlich an EAP-Standorten in ganz Deutschland oder bei einem ihrer globalen Partner durchgeführt werden.

Neben dem EAP umfasst der Service auch Coaching für Führungskräfte, um ihnen dabei zu helfen, das Wohlbefinden der Mitarbeitenden zu optimieren und mit den Herausforderungen der hybriden Führung umzugehen.

Ziel: Mitarbeitende auf Veränderungen vorbereiten und im Wandel unterstützen

Maßnahme

Wir unterstützen das Set-Up im Homeoffice

umgesetzt 

Als die Pandemie begann, war Zalando mit dem Konzept Home Office und digitalen Unterstützungsangebote nicht völlig unvertraut. Seitdem haben wir unsere Angebote für unsere Mitarbeitenden weiter ausgebaut.

Um unsere Mitarbeitenden bei der Einrichtung ihres Homeoffice-Hardware-Setups zu unterstützen, haben wir ihnen ergonomische Ausstattung wie Schreibtische, Stühle und Monitore zur Verfügung gestellt. Dieses Angebot wurde später in einen speziellen Shop namens "zMarketplace" umgewandelt und auf weitere Produkte ausgeweitet. "zMarketplace" wird uns auch in Zukunft dabei helfen, unser hybrides Arbeitsmodell über die Pandemie hinaus umzusetzen.



Mitarbeitender an seinem Arbeitsplatz im Homeoffice, Quelle: Zalando SE

Darüber hinaus hat Zalando seine Zusammenarbeit mit Kita-Partnern ausgeweitet, um Eltern Kita-Optionen in der Nähe des Campus oder in ihrer Nachbarschaft anzubieten. Diese Erweiterung zielt darauf ab, Zalando-Eltern mehr Flexibilität bei der Auswahl von Kita-Optionen zu bieten, die ihren Bedürfnissen am besten entsprechen.

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 51 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, Interaktion und Shopping. 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	Berlin
Postanschrift	Zalando SE, Valeska-Gert-Straße 5, 10243 Berlin
Handelsregister	Amtsgericht Charlottenburg Berlin, HRB 158855 B
Umsatzsteuer-ID	DE 260543043
Kontakt	030 20008-8400 presse@zalando.de
V.i.S.d.P	Robert Gentz

Kontakt zur CDR-Initiative

Geschäftsstelle der CDR-Initiative

Crellestr. 37
10827 Berlin

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

 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.

