

2.1.4 Nichtfinanzielle Konzernklärung²⁰

Der folgende Text stellt die zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung für die Zalando SE und den Zalando-Konzern gemäß § 289b Abs. 1 und 3 in Verbindung mit § 315b Abs. 1 und 3 HGB und Artikel 8 der EU-Taxonomie-Verordnung dar. Alle Informationen, einschließlich relevanter Leistungskennzahlen, werden, sofern möglich, separat für die Zalando SE und den Zalando-Konzern bereitgestellt. Aufgrund der unterschiedlichen Ansätze der GRI-Standards, auf die wir im Zalando Fortschrittsbericht zu Nachhaltigkeit Bezug nehmen, und des CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetzes (CSR-RUG) bezüglich Wesentlichkeitsanforderungen wenden wir für die nichtfinanzielle Erklärung 2023 kein Rahmenwerk an.

Die Auswahl der wesentlichen Themen für unsere nichtfinanzielle Erklärung basiert auf der Wesentlichkeitsanalyse, die wir 2019 abgeschlossen haben. Um die für uns wesentlichen Themen zu identifizieren, haben wir eine Vorauswahl mit 18 Nachhaltigkeitsthemen erstellt, die den drei zentralen Aspekten unserer Wertschöpfungskette zugeordnet sind: Produkt-herstellung, operatives Geschäft und Kund*innen. Wir haben die Liste auf der Grundlage von Kund*innen- und Mitarbeiter*innenumfragen sowie Expert*inneninterviews validiert und eingestuft. Im Anschluss wurde die Auswahlliste in Hinblick auf ihre Geschäftsrelevanz und die – sowohl positiven als auch negativen – Auswirkungen unseres Geschäftsmodells auf die entsprechenden Themen bewertet. In Übereinstimmung mit dem CSR-RUG wurden acht wesentliche Themen identifiziert. Relevante Informationen zu jedem dieser Themen finden Leser*innen in der nachfolgenden Tabelle.

Übersicht nichtfinanzielle Erklärung 2023

Geforderte Aspekte des CSR-RUG	Berichtetes Thema	Berichtet in
Umweltbelange	Transport und Lieferungen	Erde: „Treibhausgasemissionen mithilfe von klimawissenschaftlichen Erkenntnissen reduzieren“
	Verpackungs- und Produktabfälle	Erde: „Verpackung neu denken, Abfall reduzieren“
Menschenrechte	Menschenrechte	Menschen: „Ethische Standards kontinuierlich erhöhen“
Arbeitnehmerbelange	Mitarbeiter*innenentwicklung	Menschen: „Arbeitskräfte auf die Zukunft vorbereiten“
Sozialbelange	Soziales Engagement	Menschen: „Corporate Citizenship: Teil der Lösung sein“
Antikorruption	Antikorruption	„Unternehmensführungspraktiken“ (siehe 2.5.8 in der Erklärung zur Unternehmensführung)
Zusätzlich	Nachhaltigkeitssortiment, inkl. Produktdesign und Produkttransparenz	Produkte: „Ermöglichung von Veränderung durch Förderung fundierter Entscheidungen“
	Nachhaltige Dienstleistungen	Produkte: „Mode länger leben lassen“

Eine Beschreibung des Geschäftsmodells von Zalando findet sich in [2.1.1 Geschäftsmodell](#) des zusammengefassten Lageberichts.

²⁰ Separate Prüfung unter Beachtung des International Standard on Assurance Engagements (ISAE) 3000 (Revised): „Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information“ zur Erlangung begrenzter Sicherheit.

Nachhaltigkeitsstrategie und Governance

Im Oktober 2019 haben wir unsere Nachhaltigkeitsstrategie do.MORE eingeführt, die eine nachhaltige Transformation unseres Geschäfts zum Ziel hatte. Unsere Strategie war mit der Vision verbunden, eine Modeplattform zu sein, die eine netto-positive Auswirkung auf Mensch und Erde hat. Die Wesentlichkeitsanalyse 2019 hat uns geholfen, unsere Ressourcen zu steuern und Prioritäten zu setzen. In Vorbereitung auf künftige gesetzliche Vorschriften zur Berichterstattung haben wir in der zweiten Jahreshälfte 2022 eine neue Wesentlichkeitsanalyse durchgeführt. Die Erkenntnisse haben die bisherigen berichtspflichtigen Themen, auf denen die vorliegende nichtfinanzielle Konzernerklärung 2023 basiert, bestätigt.

Mit dem Abschluss des do.MORE-Strategiezykluses im Geschäftsjahr 2023 führen wir eine umfassende doppelte Wesentlichkeitsanalyse ein, die den Anforderungen der Richtlinie hinsichtlich der Nachhaltigkeitsberichterstattung von Unternehmen (Corporate Sustainability Reporting Directive, CSRD) entspricht. Dies markiert auch unseren Übergang zu einer neuen Nachhaltigkeitsstrategie, die ab 2024 anzuwenden ist. Die doppelte Wesentlichkeitsanalyse ermöglicht es uns, ein tiefergehendes Verständnis für die Wechselwirkungen zwischen unserer Geschäftstätigkeit und der Umwelt zu erlangen, Prioritäten bei unseren Nachhaltigkeitsbemühungen zu setzen, Risiken zu erkennen und zu minimieren und fundierte strategische Entscheidungen für ein nachhaltiges Wachstum zu treffen. Darüber hinaus wird diese Analyse die Entwicklung neuer Nachhaltigkeitsziele leiten, die mit unserer langfristigen Vision und den sich verändernden Bedürfnissen unserer Stakeholder*innen übereinstimmen.

Eine netto-positive Auswirkung zu haben, heißt für uns, dass wir unser Bestes geben, um unsere Organisation so zu führen, dass wir der Gesellschaft und der Umwelt mehr zurückgeben, als wir nehmen. Wir beobachten nach wie vor steigende Erwartungen bei unseren Stakeholder*innen, die die Notwendigkeit, unser Unternehmen zukunftssicher zu machen, und die immer lauter werdende Forderung, ein Teil der Lösung globaler Probleme zu sein, untermauern. Unsere Ambition im Rahmen der do.MORE-Strategie schlägt sich in sechs konkreten Zielen nieder, die in drei strategischen Säulen verankert sind und den gesamten Zalando-Konzern betreffen:

Erde

- Bis 2025 werden wir unsere wissenschaftsbasierten Ziele²¹ (Science Based Targets, SBTs) im Einklang mit dem Pariser Abkommen erreichen, mit einer Reduktion der Emissionen aus unseren eigenen Geschäftsaktivitäten um 80 % im Vergleich zu 2017.
- Bis 2023 entwerfen wir unsere Verpackungen so, dass Abfall minimiert wird und Materialien weiterverwendet werden. Auf Einwegplastik verzichten wir vollständig.

²¹ Im Jahr 2020 haben wir wissenschaftsbasierte Emissionsreduktionsziele (Science Based Targets, SBTs) für Scope 1, 2 und 3 festgelegt, die den Kriterien der Science Based Targets Initiative (SBTi) entsprechen. In dieser nichtfinanziellen Erklärung bezieht sich der Begriff „wissenschaftsbasierte Ziele“ auf solche, die den Kriterien der SBTi entsprechen.

Produkte

- Bis 2023 erwirtschaften wir 25 % unseres Bruttowarenvolumens (Gross Merchandise Volume, GMV) mit nachhaltigeren Produkten.
- Bis 2023 wenden wir die Grundsätze der Kreislaufwirtschaft an und verlängern die Lebensdauer von mindestens 50 Millionen Modeprodukten.

Menschen

- Bis 2023 erhöhen wir schrittweise unsere ethischen Standards und arbeiten nur noch mit Partnern zusammen, die diese erfüllen.
- Bis 2023 unterstützen wir 10.000 Menschen in Beschäftigung beim Erwerb von relevanten Fähigkeiten, die sie für die Arbeitswelt der Zukunft benötigen.

Entscheidend für das Erreichen unserer Ziele ist eine klare Führungsstruktur, die es uns ermöglicht, Nachhaltigkeit in alle Geschäftsbereiche zu integrieren. Jedes Ziel wird innerhalb einer Arbeitsgruppen-Struktur von einem Executive Sponsor und Teams aus verschiedenen Geschäftsbereichen gesteuert. Im Jahr 2023 fusionierte das Nachhaltigkeitsteam mit dem Team Diversity & Inclusion (D&I) und wurde Teil der Abteilung Corporate Development. Dadurch entstand eine zentrale Abteilung, die für die Entwicklung der strategischen Ausrichtung beider Themen im Rahmen der Strategiedefinition des Zalando-Konzerns verantwortlich ist. Gleichzeitig arbeiten wir mit den relevanten Geschäftseinheiten und deren Nachhaltigkeitsexpert*innen zusammen, um diese Strategien zu operationalisieren.

Wir haben auch unseren Ansatz in Bezug auf die interne Nachhaltigkeitsberichterstattung verändert und sind von vierteljährlichen Nachhaltigkeitsforen zu monatlichen Berichten (Scorecards) übergegangen, die direkt an die zuständigen Sponsor*innen der Nachhaltigkeitsziele/Senior Vice Presidents (SVPs) und den Vorstand übermittelt werden. Diese Scorecards geben einen Überblick über die Fortschritte bei der Erreichung unserer Nachhaltigkeitsziele und werden gemeinsam mit dem Vorstand in vierteljährlichen Sitzungen des Zielsteuerungskomitees überprüft und diskutiert. In diesen Sitzungen gehen die Sponsor*innen der Nachhaltigkeitsziele tiefer auf die jeweiligen Themen ein und präsentieren detailliertere Informationen über die Fortschritte zu spezifischen Zielen. Mit der Einführung dieses neuen Formats wollten wir die Sichtbarkeit von Nachhaltigkeitsinitiativen für den Vorstand erhöhen, eine genauere Darstellung interner Veränderungen bieten und ein ganzheitliches Feedback von der Zalando-Führung einholen.

Zusätzlich zu den Meetings mit dem Vorstand haben wir 2023 weiterhin mit dem Diversitäts- & Inklusions- und Nachhaltigkeitsausschuss des Aufsichtsrats zusammengearbeitet. Dieser Ausschuss kommt halbjährlich zusammen, überwacht sowohl die D&I- als auch die Nachhaltigkeitsstrategie und bietet dem Aufsichtsrat und seinen Ausschüssen Unterstützung bei der Umsetzung dieser Strategien und der damit verbundenen Berichterstattung. Weitere Informationen zum D&I- und Nachhaltigkeitsausschuss des Aufsichtsrats finden sich unter [2.5.5 Aufsichtsrat](#)²² des zusammengefassten Lageberichts.

²² Dieser Teil des zusammengefassten Lageberichts ist kein Pflichtbestandteil dieser nichtfinanziellen Erklärung und ist daher nicht durch die externe Prüfung abgedeckt.

Unser Governance & Risk-Team identifiziert, bewertet und überprüft in halbjährlich stattfindenden Risiko-Zyklen mögliche Risiken, die sich auf unsere Geschäftsentwicklung auswirken könnten. Dabei werden auch soziale und ökologische Risiken betrachtet. Im Rahmen des halbjährlichen Risikozyklus und in Vorbereitung auf unsere nichtfinanzielle Erklärung haben die Teams für Nachhaltigkeit und Governance & Risk gemeinsam Risiken und potenzielle negative Auswirkungen analysiert, die von unserer Geschäftstätigkeit, unseren Geschäftsbeziehungen sowie unseren Produkten und Dienstleistungen in Bezug auf die identifizierten wesentlichen Themen ausgehen. Infolgedessen sehen wir derzeit keine wesentlichen Nettorisiken²³, die wahrscheinlich schwerwiegende negative Auswirkungen auf die wesentlichen Themen haben oder haben werden. Wir sind bestrebt, mögliche negative Auswirkungen durch die Einbeziehung der zuständigen Teams in die Due-Diligence-Prozesse und -Maßnahmen zu steuern.

Erde

Treibhausgasemissionen mithilfe von klimawissenschaftlichen Erkenntnissen reduzieren

Wir verstehen, dass Mode Menschen und Ideen auf eine Art und Weise zusammenführen kann, die Kreativität und Zugehörigkeit fördert. Gleichzeitig sind wir uns über den ökologischen Fußabdruck der Branche im Klaren, insbesondere über seine aktuellen und potentiellen zukünftigen Auswirkungen auf den Klimawandel. Darum unterstützen wir die Ziele des Pariser Abkommens und haben Emissionsreduktionsziele in Einklang mit den Kriterien der Science Based Targets Initiative (SBTi) festgelegt. Unsere Aufgabe besteht darin, diese wirksam umzusetzen und mit Nachdruck voranzutreiben, bis wir unsere Ziele erreicht haben:

- In Einklang mit dem 1,5-Grad-Ziel verpflichtet sich Zalando, die Treibhausgasemissionen der Scopes 1 und 2 bis 2025 um 80 % gegenüber dem Basisjahr 2017 zu reduzieren. Zalando verpflichtet sich zudem, die jährliche Beschaffung von Strom aus erneuerbaren Energien (Scope 2) von 34 % im Jahr 2017 auf 100 % bis 2025 zu erhöhen.
- Zalando verpflichtet sich, die Treibhausgasemissionen in Scope 3 von Eigenmarkenprodukten bis 2025 um 40 % pro Mio. EUR Bruttogewinn gegenüber dem Basisjahr 2018 zu reduzieren. Zalando verpflichtet sich außerdem, dass sich 90 % der Partner (gemessen an Emissionen für eingekaufte Waren und Dienstleistungen, die auf der Plattform verkauft werden, sowie für Verpackungen und die Zustellung auf der letzten Meile) bis 2025 SBTs setzen.

Im Vergleich zu 2022 sind unsere gesamten Treibhausgasemissionen (Scope 1, 2 und 3) um 10 % auf 4.767.366 Tonnen CO₂-Äquivalente (t CO₂e) gesunken. Bei Anwendung der standortbasierten Berechnungsmethode für Scope-2-Emissionen belaufen sich unsere Gesamtemissionen auf 4.828.443 t – eine Reduzierung um 10 % gegenüber 2022.

Wir haben unsere Treibhausgasemissionen in Scope 1 und 2 gegenüber dem Basisjahr 2017 um 78 % reduziert (im Vergleich zu 77 % im Jahr 2022). Diese Leistung steht im Zusammenhang mit unserer Verpflichtung, auf erneuerbare Energien umzusteigen, eine Praxis, die unsere Bemühungen um eine Reduzierung des gesamten Strom- und Energieverbrauchs ergänzt. Seit wir 2020 Mitglied der RE100-Initiative geworden sind, beziehen wir 100 %

²³ Das Nettorisiko ist das nach Betrachtung aller risikomindernden Maßnahmen verbleibende Restrisiko.

unseres Stroms aus erneuerbaren Quellen. Unser Energiemanagementsystem ist nach der Norm ISO 50001 zertifiziert.

Das Heizen mit Gas in unseren Logistikzentren ist die größte Quelle innerhalb unserer Scope-1- und Scope-2-Emissionen, gefolgt von der Beheizung unserer Büros und Verkaufsräume. Zalando's heizungsbedingte Emissionen sanken im Jahr 2023 im Vergleich zu 2022 aufgrund eines durch mildere Außentemperaturen bedingten geringeren Heizbedarfs und laufenden Verbesserungen im Standortmanagement. Im Jahr 2023 schlossen wir die Bewertung von Optionen für die Umstellung auf strombetriebene Heizungen ab und unterzeichneten intern ein Projekt zum Austausch von Gaskesseln in den Bürobereichen von drei unserer Lagerhäuser in Polen. Es wird erwartet, dass dieses Projekt in den nächsten Jahren zu weiteren Emissionssenkungen führen wird.

Unsere Emissionen stammen überwiegend aus Scope-3-Quellen. Diese beinhalten die Herstellung, die Verpackung und den Transport der Produkte, die wir über unsere Plattform verkaufen. Im Jahr 2023 waren 99,9 % unserer gesamten Emissionen Scope-3-Emissionen.

Um die Emissionen der Produkte zu minimieren, die wir über unsere Geschäfte und die Plattform verkaufen, arbeiten wir eng mit unseren Marken-, Logistik- und Verpackungspartnern zusammen und unterstützen sie bei der Festlegung von Emissionsreduktionszielen im Einklang mit den SBTi-Kriterien. 2023 setzten wir die Zusammenarbeit mit unseren Markenpartnern weiter fort, um die Lernplattform FASHION LEAP FOR CLIMATE („LEAP“) weiter auszubauen, die wir 2022 mit unseren Kooperationspartnern ABOUT YOU und YOOX NET-ASPORTER eingerichtet hatten. Durch die Nutzung der Plattform können Marken Möglichkeiten zum Peer-Learning optimal nutzen und eine schrittweise Anleitung zur Messung von Emissionen und zur Festlegung von Zielen erhalten. Bis Ende 2023 hatten Marken-, Verpackungs- und Last-Mile-Delivery-Partner, die für rund 65 % unserer lieferantenbezogenen Emissionen im Jahr 2023 verantwortlich sind, SBTs gesetzt. Im Jahr 2022 hatten Partner mit SBTs einen Anteil von 57 % an den lieferantenbezogenen Emissionen.

Die auf unserer Plattform sowie in unseren Outlet-Stores verkauften Produkte verursachen 71 % unserer gesamten Emissionen, wovon wiederum 6,6 % auf Eigenmarkenprodukte entfallen. Wir werden weiter an der Reduzierung von Emissionen, die in Zusammenhang mit den Eigenmarken von Zalando stehen, arbeiten. Unsere Eigenmarken haben konsequent Anstrengungen unternommen, Materialien, die zur Verringerung ihres ökologischen Fußabdrucks beitragen, zu verwenden (nähere Informationen hierzu im Abschnitt [Produkte](#) dieses Berichts). Darüber hinaus wurde im Jahr 2023 das erste Jahr unseres Facility-Improvement-Programms (FIP) abgeschlossen, an dem 12 Partner aus unserer Tier-1²⁴- und Tier-2²⁵-Lieferkette beteiligt sind. Gemeinsam haben wir Aktionspläne entwickelt, die auf die Verringerung der Treibhausgasemissionen durch Maßnahmen zur Steigerung der Energieeffizienz und die Nutzung erneuerbarer Energiequellen ausgerichtet sind. Im Jahr 2023 sind die Emissionen von Produkten unserer Eigenmarken um 43 % pro Mio. EUR Bruttogewinn gegenüber dem Basisjahr 2018 gesunken. Dieser Fortschritt ist hauptsächlich

²⁴ Wir definieren Tier-1-Lieferanten und -Fabriken als diejenigen, welche an der letzten Fertigungsstufe eines Produkts und seiner Verpackung für den Versand beteiligt sind.

²⁵ Wir definieren Tier-2-Lieferanten und -Fabriken als diejenigen, welche mit den wichtigsten Herstellern von Endmaterialien und Ledergerbereien für unsere Schuhe und Accessoires verbunden sind.

auf Zalandos Bruttogewinn und Schwankungen bezüglich der Anzahl der gelieferten Waren zurückzuführen. Wir unternehmen jedoch wichtige Schritte, um unsere Kohlenstoffbilanzierung für unsere Eigenmarkenprodukte zukunftssicher zu machen, indem wir detailliertere Materialdatensätze und primäre Energiedaten der Lieferkette integrieren. Dies ermöglicht es uns, Emissionsreduktionen durch kohlenstoffärmere Materialien und die Dekarbonisierung der Lieferkette zu berücksichtigen.

Treibhausgasemissionen nach Scope

In Tonnen CO ₂ -Äquivalente (t CO ₂ e)	2023	2022 ²⁶
Scope 1 ²⁷	5.193	5.776
Scope 2 (marktbasiert) ²⁸	884	566
Scope 3 ²⁹	4.761.289	5.267.960
Summe	4.767.366	5.274.302
Erworbene CO ₂ -Gutschriften	420.237	419.347

Zusätzlich zu den oben beschriebenen Reduktionsmaßnahmen haben wir Emissionen aus unseren eigenen Geschäftsaktivitäten (Scope 1 und 2) sowie aus Verpackungen³⁰ und vorgelagertem Transport und Vertrieb (einschließlich Lieferungen und Retouren)³¹ kompensiert. Wir haben für 420.237 t CO₂e (im Vergleich zu 419.347 im Jahr 2022) CO₂-Gutschriften erworben.

Verpackung neu denken, Abfall reduzieren

Wir haben uns verpflichtet, von einem System nach dem linearen Prinzip „Nehmen, Herstellen, Entsorgen“ zu einem Kreislaufansatz für Verpackungen überzugehen. Im Rahmen unserer Nachhaltigkeitsstrategie müssen wir ein Gleichgewicht zwischen Funktionalität der Verpackung und Verringerung der Auswirkungen auf die Umwelt finden. Doch es bleibt unsere größte Herausforderung, skalierbare Lösungen für die Abschaffung von Polybags aus Einwegplastik zu finden. Zudem setzen erweiterte Vorschriften zur Nachhaltigkeit, wie die überarbeitete und geänderte Richtlinie über Verpackungen und Verpackungsabfälle (Packaging and Packaging Waste Directive, PPWD) im Rahmen des europäischen Green Deal und der Aktionsplan für die Kreislaufwirtschaft, die Branche zunehmend unter Druck. Diese Vorschriften, insbesondere bezüglich der Datentransparenz, werden erhebliche Auswirkungen auf unsere

²⁶ Die Emissionsdaten weichen von den Angaben aus dem Vorjahresbericht ab. Die Anpassung basiert vorrangig auf Änderungen in unserer Berechnungsmethodik der Treibhausgasemissionen sowie einer verbesserten Datenqualität.

²⁷ Unsere Scope-1-Emissionen umfassen Emissionen aus dem Kraftstoffverbrauch durch Betriebsfahrzeuge und aus dem Gas- und Ölverbrauch für Heizzwecke, sowie Emissionen, die durch Kältemittelverluste entstehen.

²⁸ Unsere Scope-2-Emissionen umfassen Emissionen von erworbener oder erzeugter Energie sowie Fernwärme. 2023 beträgt der standortbasierte Wert in Scope 2 61.961 t CO₂e.

²⁹ Unsere Scope-3-Emissionen umfassen die folgenden Emissionskategorien: eingekaufte Waren und Dienstleistungen (Eigenmarken, Wholesale, Partnerprogramm, Offprice, Recommerce, Verpackung), eingekaufte Waren und Dienstleistungen (indirekte Beschaffung), Kapitalgüter, eingesetzte Energieträger, vorgelagerter Transport und Vertrieb, im Rahmen des Geschäfts verursachter Abfall, Geschäftsreisen, Anfahrt der Mitarbeiter*innen, nachgelagerter Transport und Vertrieb, Gebrauch verkaufter Produkte, Verwertung verkaufter Produkte und Investitionen. Für den vor- und nachgelagerten Transport und die Verteilung, sowie die Verwendung der verkauften Produkte umfassen die verwendeten Emissionsfaktoren für die Stromerzeugung keine „Well-to-Tank“-Emissionen. 2023 umfassten die drei wesentlichen Scope-3-Emissionsquellen Emissionen, welche durch die Herstellung der von uns eingekauften sowie von uns in Auftrag gegebenen Produkte, den Gebrauch verkaufter Produkte sowie den Transport von Produkten an Kund*innen entstanden sind. Die Berechnung von produktbezogenen Emissionen in der Kategorie „eingekaufte Waren und Dienstleistungen“ basiert hauptsächlich auf den beiden Parametern Gewicht sowie Materialzusammensetzung dieser Produkte. Da Zalando zu keinem Zeitpunkt Produkte des Partnerprogramms direkt kauft oder erwirbt, sondern stattdessen einen Marktplatzservice für Partner anbietet, fallen die Emissionen der Waren des Partnerprogramms gemäß dem Greenhouse Gas Protocol nicht unter die Scope-3-Emissionen (Kategorie 1) und können aus dem Scope-3-Inventar ausgeschlossen werden. Um jedoch einen repräsentativen Überblick über die Auswirkungen unseres Geschäfts zu geben, haben wir die Produkte unseres Partnerprogramms optional in die Berechnung unseres Fußabdrucks aufgenommen. Die Emissionen aus den Produkten des Partnerprogramms betragen 1.227.626 t CO₂e im Jahr 2023, 25,75 % der Gesamtemissionen. Emissionen aus dem Partnerprogramm Trim, End-of-Life und der Nutzungsphase der Produkte sind nicht enthalten.

³⁰ Dies umfasst ausschließlich Emissionen in Zusammenhang mit Verpackungen, die von Zalando beschafft werden. Emissionen in Zusammenhang mit Verpackungen, die von externen Dritten beschafft werden, werden nicht berücksichtigt.

³¹ Emissionen aus dem Transport und Vertrieb umfassen Emissionen aus dem Versand an Endkund*innen, einschließlich deren Retouren sowie Interlogistik („network transportations“) innerhalb von Zalando.

Geschäftstätigkeit haben. Sie erfordern, dass wir verlässliche Daten nicht nur aus unserem eigenen Betrieb, sondern auch von unseren Lieferanten erhalten, um fundierte Entscheidungen treffen zu können.

2023 hat der Zalando-Konzern mehr als 52.000 t an Verpackungsmaterial³² verwendet (62.000 t im Jahr 2022), wovon 82 % aus recycelten Materialien bestanden (86 % im Jahr 2022). Die Verringerung des Verpackungsmaterialverbrauchs ist hauptsächlich auf die verstärkte Verwendung von Papierversandtaschen im Vergleich zu Kartonagen zurückzuführen, eine Maßnahme, die 2023 eingeführt wurde, um das Gesamtgewicht der Verpackungen und den Abfall zu reduzieren. Da für Versandtaschen aus Papier ein höherer Anteil an Frischfasern erforderlich ist, um die Mindestspezifikationen und Produktschutzstandards zu erfüllen, führte diese Maßnahme auch zu einem leichten Rückgang des Anteils an recycelten Materialien.

Darüber hinaus waren 99 % unserer gesamten Verpackungen recyclebar (eine Zahl, die mit dem Niveau von 2022 übereinstimmt).³³ Der verbleibende Anteil von 1 % ist auf Versandetiketten und Klebeband zurückzuführen, die nicht recyclebar sind. Die Menge an Einwegplastikverpackung pro produziertem Eigenmarkenartikel³⁴ stieg um 6 % auf durchschnittlich 5,7 g (im Vergleich zu 5,4 g im Jahr 2022). Wir haben beschlossen, den Anteil der verwendeten Versandtaschen im Vergleich zu Wellpappkartons zu erhöhen und den Abschluss unserer Umstellung von Kunststoff- auf Papierversandtaschen zu verschieben, was zu einer höheren Beschaffung von Kunststoffversandtaschen in der ersten Jahreshälfte führte. Die beschaffte Menge an Einwegplastikverpackung pro vom Zalando-Konzern versendeten Artikel³⁵ stieg um 46 % auf durchschnittlich 7,4 g (im Vergleich zu 5,1 g im Jahr 2022).

Beim Verpackungsdesign haben wir unser Portfolio an Versandtaschen aus Wellpappe und Papier neu gestaltet, um das Gewicht zu minimieren, was sich in weniger Abfall und Materialverbrauch niederschlägt. Wir haben in allen neuen und verlängerten Verträgen mit Verpackungslieferanten verpflichtende Vertragsbedingungen eingeführt, die für sämtliche Frischfasern eine FSC-Zertifizierung³⁶ vorschreiben und die Bedingungen der SBTs integrieren, um Verpflichtungen zur Nachhaltigkeit einzubeziehen. Darüber hinaus nahmen wir an einem Pilotprojekt zur Bewertung von umweltbezogenen Risiken im Bereich Verpackung teil, um herauszufinden, wie wir diese Faktoren in unsere mittelfristige Strategie integrieren können.

Auch wenn wir unser Ziel, Einwegplastik bis Ende 2023 vollständig aus unserem Geschäft zu entfernen, nicht erreichen konnten, so haben wir doch Fortschritte bei der Verringerung unserer Abhängigkeit von diesem Material gemacht und weiter nach neuen Ansätzen gesucht, um unser Verpackungsmaterial und unseren Abfall zu reduzieren. Im vergangenen Jahr haben wir mehrere Meilensteine erreicht:

³² In der Berechnung berücksichtigte Verpackungen: Karton, Polyethylen-Folie niedriger Dichte, Papier, PP-Folie und Polystyrol, die für unsere eigenen operativen Tätigkeiten in Fashion Store, Lounge, Inbound Logistikzentren, Eigenmarken und Outlets beschafft werden.

³³ Recyclebar bedeutet, dass das Verpackungsmaterial für hochwertiges und werkstoffliches Recycling nach dem deutschen Verpackungsgesetz (VerpackG) geeignet ist.

³⁴ Diese umfassen alle von Zalando-Eigenmarken beschafften Einwegplastikverpackungen, die an Kund*innen weitergegeben werden.

³⁵ Diese umfassen alle vom Zalando-Konzern als Online-Einzelhändler beschafften Einwegplastikverpackungen, die an Kund*innen weitergegeben werden (ausgenommen Zalando-Eigenmarken und Artikel, die von Markenpartnern versendet werden).

³⁶ Die Forest Stewardship Council GmbH ist eine internationale gemeinnützige Organisation mehrerer Interessengruppen, die 1993 gegründet wurde und weltweit verantwortungsvolle Waldwirtschaft durch Holzertifizierung fördert.

- **Füllmaterial.** Wir haben die Verwendung von Hohlraumfüllungen aus Einwegplastik in unseren Zalando Fashion Store Sendungen abgeschafft. Hohlraumfüllungen sind das Plastikmaterial, das wir in Kartons einlegen, um Stabilität und Schutz zu gewährleisten. Auf diese Weise haben wir im Jahr 2023 etwa 153 t Plastikmüll vermieden.
- **Von Versandtaschen aus Plastik zu Papierversandtaschen.** Im Zalando Fashion Store wird die Umstellung auf papierbasierte Lösungen für unsere Versandtaschen im Jahr 2024 zu 100 % abgeschlossen sein. Im Jahr 2023 haben wir eine Reduktion von ca. 17 % bei der Verwendung von Einweg-Plastikversandtaschen erreicht.
- **Verpackung für Beauty-Produkte.** Wir haben den Impact von ca. 785.000 Artikeln reduziert, indem wir die Mini- und Einzeleinleger in unseren Verpackungen für Beauty-Produkte ersetzt haben, wodurch jeweils 61 % bzw. 4 % des normalerweise in diesem Prozess verwendeten Materialgewichts eingespart wurden, und indem wir von einem Papiermix mit selbstklebenden Verschlussstreifen auf Einstoffkarton umgestiegen sind.
- **Polybags.** Polybags schützen Produkte während des Transports von den Herstellern bis zu den Logistikzentren und anschließend zu den Einzelhandelsgeschäften oder den Haushalten der Verbraucher*innen. Um ihre Auswirkungen auf die Umwelt zu verringern, haben wir für alle Artikel, die im Rahmen unserer eigenen Geschäftstätigkeit neu verpackt werden, angefangen auf 100 % Post-Consumer-Recyclingmaterial³⁷ umzustellen und haben bis jetzt 52 % unseres Einkaufsvolumens auf dieses Material umstellen können. Wir planen diese Umstellung 2024 abzuschließen.

Wir werden auch weiterhin daran arbeiten, die wichtigsten Hebel zur Verbesserung unserer Volumeneffizienz über das gesamte Portfolio und alle Verpackungsschichten hinweg zu identifizieren, um den Verbrauch von Verpackungsmaterial zu reduzieren und zu optimieren. Gleichzeitig haben wir uns das Ziel gesetzt, eine solide Grundlage und robuste Kontrollsysteme zu entwickeln, um Transparenz hinsichtlich der Daten unserer CO₂-Bilanz und Abfallerzeugung zu schaffen. Bei den wiederverwendbaren Verpackungen konzentrieren wir unsere Anstrengungen auf das Schließen des Kreislaufs bei Kartons, die für den Transport von Waren zwischen den Logistikzentren genutzt werden. Dies umfasst die Verlängerung der Wiederverwendbarkeit vorhandener Kartons, die Neufestlegung der für die einzelnen Prozesse passenden Ladeeinheiten und die weitere Erforschung von Alternativen für die kundenseitige Logistik, um die Einführung von wiederverwendbaren Verpackungen und den damit verbundenen Prozessen zu ermöglichen.

³⁷ Wir definieren Verpackungsmaterialien als „Monomaterial“, wenn es zu 95-100 % aus nur einem Material besteht. In diesem Fall besteht das Verpackungsmaterial zu 95% oder mehr aus Polyethylen-Folie niedriger Dichte und die verbleibenden < 5 % aus Zusatzstoffen, sodass wir es als 100 % Post-Consumer Recycled definieren. Diese Definition steht im Einklang mit dem deutschen Verpackungsgesetz (VerpackG), welches vorschreibt, dass Monomaterialien zu mindestens 95 % aus einem Hauptmaterial bestehen müssen.

Produkte

Ermöglichung von Veränderung durch Förderung fundierter Entscheidungen

Wir erkennen, dass sich unsere Kund*innen mehr Transparenz im Hinblick auf nachhaltigkeitsbezogene Produkteigenschaften wünschen, um fundierte Kaufentscheidungen treffen zu können, die mit ihren Wertvorstellungen in Bezug auf Nachhaltigkeit in Einklang stehen. Zudem sind wir uns der sich verändernden Regulatorik und Gesetzeslage bewusst, die höhere Mindestanforderungen an umweltbezogene Aussagen zu Produkten (Green Claims) und die ökologische Verantwortung (Environmental Stewardship) beim Produktdesign in den Vordergrund stellen. Diese Entwicklungen bieten uns die Chance, unseren Kund*innen spezifischere und verlässlichere Produktinformationen zur Verfügung zu stellen und uns gleichzeitig für künftige Veränderungen in der Branche zu positionieren.

2017 hat unser Fashion Store den Fokus auf die Einführung einer Kennzeichnung von Produkten mit nachhaltigkeitsbezogenen Eigenschaften gelegt, um Kund*innen Kaufentscheidungen zu erleichtern, die in Einklang mit ihren Wertvorstellungen in Bezug auf Nachhaltigkeit stehen. Im Jahr 2019 haben wir uns das Ziel gesetzt, bis 2023 25 % unseres GMV mit Produkten zu erzielen, die nachhaltigkeitsbezogene Eigenschaften haben, die unsere Kriterien erfüllen. Seit wir damit begonnen haben, unseren Kund*innen diese Informationen zur Verfügung zu stellen, hat die Nachfrage nach Nachvollziehbarkeit, Transparenz und Glaubwürdigkeit in Hinblick auf die Informationen zur Nachhaltigkeit der Produkte zugenommen. Bei Zalando arbeiten wir kontinuierlich an unseren Kriterien und am Kund*innenerlebnis, um präzise, verlässliche, detaillierte und transparente Informationen zur Verfügung zu stellen und die gesetzlichen Anforderungen einzuhalten.

Das Gebiet der Nachhaltigkeitsstandards und -zertifizierungen hat sich in den vergangenen Jahren ebenfalls erheblich verändert. Bei innovativen Materialien der nächsten Generation, Textile-to-Textile-recyclerten Fasern und Fasern aus regenerativem Anbau ist ein Zuwachs zu verzeichnen. Unsere produktbezogenen Nachhaltigkeitskriterien wurden in den letzten Jahren weiterentwickelt, um diesen Veränderungen in der Branche Rechnung zu tragen. 2023 haben wir unsere Kriterien weiter aktualisiert, um sie auf die neuen Entwicklungen innerhalb des weiteren Branchenumfelds auszurichten. Im Rahmen dieser Veränderungen haben wir auch die von uns angegebenen nachhaltigkeitsbezogenen Eigenschaften spezifiziert, um die steigenden Erwartungen unserer Stakeholder*innen, Kund*innen und Regulierungsbehörden zu erfüllen. Unser Kund*innenerlebnis lässt sich nun anhand eindeutiger Kriterien spezifizieren, die sich auf Zertifizierungen durch Dritte, wie den Global Organic Textile Standard, und andere markenrechtlich geschützte Materialien, wie TENCEL™ Lyocell und Infinna™, stützen. Die Liste der von Zalando akzeptierten Standards sind in unserem Fashion Store zu finden.

Die Angabe dieser spezifischeren und ausführlicheren Informationen im Rahmen unseres Kund*innenerlebnisses erfordert jedoch auch zusätzliche Daten von unseren Markenpartnern. Dazu gehören spezifische Informationen wie der prozentuale Anteil nachhaltigkeitsbezogener Materialien, aus denen ein Produkt besteht, sowie der Punkt in der Lieferkette, an dem die Zertifizierung letztlich greift. Bei der Erhebung dieser Informationen von unseren Partnern führen wir mithilfe unserer internen Systeme automatische Validierungsverfahren durch, um zu ermitteln, ob ein Produkt die Kriterien für eine Kennzeichnung im Rahmen unseres

Kund*innenerlebnisses erfüllt. Das Einholen dieser Informationen erfordert einen erheblichen Zeit- und Arbeitsaufwand aufseiten unserer Partner und deren Lieferketten. Nach einer Integrationsphase für unsere Partner haben wir auch die nachhaltigkeitsbezogenen Attribute für Produkte entfernt, die nicht den aktualisierten Kriterien entsprachen. Zusammengekommen hat dies dazu geführt, dass es im Jahr 2023 weniger Produkte gab, die mit nachhaltigkeitsbezogenen Attributen gekennzeichnet waren.

Zum 31. Dezember 2023 haben wir unseren Kund*innen über 108.000 Produkte mit nachhaltigkeitsbezogenen Eigenschaften angeboten (im Vergleich zu über 180.000 im Jahr 2022). Diese Produkte machten 10,5 % unseres GMV aus (gegenüber 17 % im Jahr 2022).³⁸ Darüber hinaus entschieden sich rund 43% unserer Fashion-Store-Kund*innen, mindestens ein Produkt mit einem nachhaltigkeitsbezogenen Attribut zu kaufen, gegenüber 54 % im Jahr 2022 (der Rückgang ist auf Änderungen in der Datenerhebung sowie in den Anforderungen für die Vergabe eines gültigen Nachhaltigkeitsattributes zurückzuführen).³⁹ Die Verkleinerung unseres Sortiments an Produkten mit nachhaltigkeitsbezogenen Eigenschaften im Jahr 2023 bedeutete, dass wir das in unserer do.MORE-Strategie festgelegte Ziel von 25 % des GMV nicht erreicht haben. Nichtsdestotrotz haben wir die Kriterien für die Identifizierung und Darstellung von Artikeln mit nachhaltigkeitsbezogenen Eigenschaften erheblich verbessert und somit die Qualität der Daten zu diesen Produkten gesteigert. So bietet unser Kund*innen-erlebnis spezifischere und präzisere Informationen. Darüber hinaus haben wir in der zweiten Jahreshälfte 2023 eine Zunahme des Sortiments an Produkten mit nachhaltigkeitsbezogenen Eigenschaften verzeichnet und sind optimistisch, dass sich diese positive Entwicklung fortsetzen wird.

Mode länger leben lassen

Wir sind auf dem Weg zu einer stärker kreislauforientierten Modebranche und erkennen an, dass die Einführung eines kreislauforientierten Ökosystems kontinuierliche Bemühungen erfordert. Die Kreislaufwirtschaft sah sich im Jahr 2023 mit einigen Hürden konfrontiert, die ihre Weiterentwicklung branchenübergreifend verlangsamt⁴⁰.

Bei Zalando können wir sowohl die Herausforderungen als auch die Chancen, die eine Kreislaufwirtschaft mit sich bringt, nachvollziehen. Da wir uns dem Ende unserer do.MORE-Strategie nähern, haben wir nun die Gelegenheit, unsere Fortschritte zu reflektieren, gewonnene Erkenntnisse zu identifizieren und unseren Ansatz für die künftige Weiterentwicklung zu optimieren. Im Laufe des Jahres 2023 haben wir weitere Fortschritte auf dem Weg zu unserem do.MORE-Ziel gemacht, die Lebensdauer von 50 Millionen Artikeln bis 2023 zu verlängern und gleichzeitig unsere umfassende Strategie der Kreislaufwirtschaft zu entwickeln und umzusetzen. Diese Strategie stützt sich auf vier Hauptpfeiler: Design und Produktion, Verwendung, Wiederverwendung und Schließen des Kreislaufs.

Obwohl wir unserem Ziel 2023 näher gekommen sind, ist offenkundig, dass dieses Ziel sehr ehrgeizig war und es, wie wir bereits zugestanden haben, nicht erreicht wurde. Seit der

³⁸ In Bezug auf den Zalando-Konzern, nach Retouren

³⁹ In Bezug auf den Zalando Fashion Store, vor Retouren

⁴⁰ Laut dem Circularity Gap Report 2023 ging die weltweite Zirkularitätsrate von 9,1 % im Jahr 2018 auf 7,2 % im Jahr 2023 zurück. Auch das Whitepaper „Circular Transformation of Industries: Unlocking New Value in a Resource-Constrained World“ (2023) des Weltwirtschaftsforums in Zusammenarbeit mit Bain & Company, der Universität Cambridge und INSEAD weist darauf hin, dass schätzungsweise 58 % der zirkulären Geschäftsmodelle in der Modebranche in der Pilotphase feststecken. Dies liegt an einer Kombination aus Faktoren, darunter das schwierige kurzfristige Geschäftsmodell, unklare langfristige Strategien und makroökonomischer Gegenwind. Textile-to-Textile-Recycling steckt mit wenigen Anlagen in Betrieb ebenfalls noch in der Anfangsphase.

Festlegung unseres Ziels 2020 konnten wir die Lebensdauer von 6,3 Millionen Modeartikeln verlängern, mit einer Zunahme um 2,6 Millionen Artikel im Jahr 2023. Uns ist bewusst, dass wir damit hinter unserem Ziel zurückbleiben, aber die Fortschritte, die wir im Laufe der letzten drei Jahre erzielt haben, darunter die Einführung einer Strategie zur Kreislaufwirtschaft, und die gesammelten wertvollen Lektionen und Erkenntnisse, die unseren Ansatz für die Zukunft prägen können.

Design und Produktion: 2023 konzentrierte sich Zalando weiterhin darauf, unsere am Earth Day 2022 eingeführten Circular-Design-Kriterien auf eine breitere Palette von Artikeln und Styles⁴¹ anzuwenden. Seitdem wir uns dieses Ziel gesetzt haben, haben unsere Eigenmarken rund 2,5 Mio. Artikel nach den Grundsätzen des zirkulären Designs entworfen und hergestellt. Zudem haben wir ZIGN Studio auf den Markt gebracht, eine neue Eigenmarken-Kollektion mit Schwerpunkt auf erstklassige Qualität und Materialinnovationen. Die ZIGN Studio-Kollektion umfasst 80 verschiedene Damen- und Herren-Stilrichtungen aus den Bereichen Textilien, Schuhe und Accessoires. Zu den Materialinnovationen zählen recycelte Materialien, wie Naia Renew, und verbesserte Herstellungsverfahren. Darüber hinaus setzte der Bereich Eigenmarken Präsenzs Schulungen zum Thema zirkuläres Design für die Produktionsteams fort. Dabei wurden in Zusammenarbeit mit circular.fashion mehrere interne Stakeholder*innen geschult.

Verwendung: 2023 haben wir beschlossen, unser Pilotprojekt für Pflege- und Reparaturservices in Berlin zu pausieren. Das Pilotprojekt wurde im Oktober 2021 gemeinsam mit unserem Partner Save Your Wardrobe eingeführt und hat uns zahlreiche Einblicke in das Geschäftsmodell Pflege und Reparatur geliefert, insbesondere in Bezug auf die logistischen Abläufe, den Buchungsablauf und die Kund*innennachfrage. Unsere Entscheidung, das Pilotprojekt zu verkleinern, beruhte auf den Herausforderungen, die das Onlinemodell für die Kund*innen mit sich bringt, und der Datenintegration, die uns eine bessere Unterstützung unserer Kund*innen ermöglichen würde. Wir teilen unsere Erkenntnisse auch in Zukunft intern und innerhalb der Branche, um Fortschritte in diesem Bereich zu erzielen.

Wiederverwendung: Die Kategorie Pre-owned ist weiterhin in 13 Märkten verfügbar und wir haben in zehn Outlet-Stores in Deutschland Pre-owned-Flächen eingerichtet. Wir bieten im Bereich Pre-owned eine Auswahl an rund 270.000 Artikeln mit demselben Leistungsangebot wie für Neuware (kostenloser Versand und Rückversand).

Schließen des Kreislaufs: Wir erkennen an, dass zur Skalierung der Kreislaufwirtschaft Investitionen in beträchtlicher Höhe notwendig sind, um die Infrastruktur und Technologien zu fördern, die erforderlich sind, um Textile-to-Textile-Recycling in großem Umfang zu ermöglichen. 2023 haben wir unsere Investitionen in Textil-Recycler Ambercycle und Circ in mehrerer Hinsicht ausgebaut. Wir haben Folgeinvestitionen in Ambercycle getätigt, um den Bau ihrer Anlagen zu unterstützen. Wir sind aktiv an Gesprächen über Abnahmevereinbarungen mit Ambercycle und Infinited Fiber Company beteiligt, um innovativen Unternehmen eine verlässliche Nachfrageprognose zu bieten, die ihnen bei ihren Skalierungs- und Fundraisingmaßnahmen helfen können. Neben diesen Investitionen haben wir Partnerschaften fortgeführt, um ein besseres Verständnis für Schuhrecycling zu erlangen, wie etwa

⁴¹ Styles beziehen sich auf Stock Keeping Units (SKUs), eine eindeutige Kennung für spezifische Produktvarianten, wie z. B. Schnitt und Farbe. Beispielsweise hat ein einzelnes T-Shirt-Design in einer Farbe für gewöhnlich eine SKU. Ist dasselbe Design jedoch in drei Farben erhältlich, hat jede Farbe eine separate SKU, was insgesamt drei SKUs ergibt.

durch unsere Beteiligung an der Initiative FastFeetGrinded in Zusammenarbeit mit Fashion for Good, und Reshoes, unter der Leitung von CETIA⁴².

Darüber hinaus ist es wichtig zu betonen, dass das Retourenmanagement getrennt von unserer Strategie zur Kreislaufwirtschaft gehandhabt wird – auch wenn beide das gemeinsame Ziel haben, Abfälle zu minimieren und die Lebensdauer von Produkten zu maximieren. Zalando kommt seiner Sorgfaltspflicht nach dem deutschen Kreislaufwirtschaftsgesetz (KrWG) beim Management von Produktretouren nach. Alle zurückgesandten Produkte, unabhängig von ihrem Marktwert, werden einem umfassenden Kontroll- und Sortierverfahren unterzogen. Dementsprechend werden sie unmittelbar in den Outbound Bereich geschickt, wo sie für den Transport zu einem unserer kundenorientierten Logistikzentren zusammengestellt werden.⁴³ Wurde der Modeartikel von vornherein als einwandfrei eingestuft oder war die Aufarbeitung kleinerer Mängel erfolgreich, wird er in den Outbound Bereich geschickt. Die geprüften Artikel werden nicht direkt aus den Retourenzentren für den nächsten Kund*innenauftrag versandt. Stattdessen werden sie zunächst konsolidiert und in großen Mengen in eines der 12 Logistikzentren innerhalb unseres Netzwerks zurückgebracht, von wo aus sie erneut ihre Reise zu unseren Kund*innen antreten. Wir entscheiden anhand von Faktoren wie der Wahrscheinlichkeit des Wiederverkaufs in der Region oder auf dem Markt, wo wir die Artikel lagern. Zurückgegebene Produkte, die für den Weiterverkauf im Zalando Online Store nicht mehr geeignet sind, werden in alternative Verkaufswege gegeben – dabei bieten wir sie zu reduzierten Preisen über die Zalando Outlets und die Lounge by Zalando Plattform an, spenden sie an Organisationen wie humedica oder verkaufen sie an Großhandelspartner.

Menschen

Ethische Standards kontinuierlich erhöhen

Im Bereich Nachhaltigkeit liegt eine besondere Herausforderung darin, hohe ethische Standards einzuhalten – sowohl in unserem eigenen Geschäftsbetrieb als auch bei unseren Partnern weltweit. Wir möchten positive Veränderungen bei Herausforderungen wie Niedriglöhnen, Ungleichheit, langen Arbeitszeiten und Arbeitsbedingungen schaffen. Um Lösungen zu finden, setzen wir weiterhin einen Due-Diligence-Prozesses ein – sowohl in unserer eigenen Geschäftstätigkeit als auch in unserer Lieferkette. Wir haben unsere Bemühungen auf das Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz⁴⁴ abgestimmt, das eine Reihe von Anforderungen für ein verantwortungsbewusstes Lieferkettenmanagement definiert.

Unser Engagement in diesem Bereich war nicht mit einem quantifizierbaren KPI verbunden, was die Erfolgsmessung erschwert. Wir können zwar feststellen, dass unsere ethischen Standards seit 2019 kontinuierlich überprüft und verfeinert wurden und unser etabliertes Sorgfaltspflichtensystem uns dabei unterstützt, potenzielle Verstöße gegen unsere Standards zu verhindern, zu identifizieren, zu verwalten und zu beheben, doch wird dies ein fortlaufender Prozess bleiben.

⁴² Eine innovative Plattform mit Sitz in Frankreich, die an Lösungen zur Umwandlung von Textil- und Lederartikeln in recyclingfähige Materialien arbeitet.

⁴³ Der genaue Lagerort dieser Gegenstände wird anhand von Faktoren wie der erwarteten Nachfrage für den Wiederverkauf in der jeweiligen Region oder dem jeweiligen Markt bestimmt.

⁴⁴ Das Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz verpflichtet Unternehmen zur Achtung von Menschenrechten durch die Umsetzung definierter Sorgfaltspflichten. Es bezieht sich auf den eigenen Geschäftsbereich eines Unternehmens, auf das Handeln eines Vertragspartners (direkter Lieferant) und in begrenztem Umfang auf das Handeln weiterer (indirekter) Lieferanten.

Unser Due-Diligence-Programm für Menschenrechte unterstützt unsere Bemühungen und hilft uns, Risiken in unserem operativen Betrieb, der Lieferketten und bei Geschäftspartnerschaften zu erkennen und darauf zu reagieren. Die Steuerung unseres Due-Diligence-Programms basiert auf unserem Verhaltenskodex und unserer Grundsatzerklärung zur Menschenrechtsstrategie von Zalando, die gemeinsam die Prinzipien festlegen, die wir anstreben. Es wird in vier zyklischen Schritten umgesetzt:

1. Analyse: Der erste Schritt im Zyklus ist eine Analyse der Gefährdung unserer direkten Lieferanten durch Menschenrechtsrisiken⁴⁵ und, in begrenztem Umfang, durch Umweltrisiken, wobei eine ganzheitliche Risikobewertungsmethode für alle direkten Lieferanten auf der Grundlage ihres Standorts, ihrer Branche und unserer Einkaufsvolumen mit ihnen angewandt wird.

2. Priorisierung: Anhand der durch die Analyse der direkten Lieferanten erstellten Risikoprofile (kategorisiert als sehr hohes, hohes, mittleres oder geringes Risiko) ergänzen wir die allgemeinen Risikoinformationen mit internen Erkenntnissen und Fachwissen, um Pläne für Prävention, Abhilfe und Risikomanagement zu priorisieren.

3. Management: Wir setzen ein umfassendes, auf Lieferanten fokussiertes Risikomanagement ein, das an zwei Fronten arbeitet: proaktive Risikoprävention und reaktive Risikoidentifizierung und -minderung.

- **Prävention:** Basierend auf den bewerteten und priorisierten Risiken entwickeln wir in den einzelnen Geschäftsbereichen bei Bedarf weitere Präventionsmaßnahmen, um spezifische Risiken zu mindern.

Unser Code of Conduct dient als einheitliche Grundlage für die vertraglichen Beziehungen mit Zalando. Der Kodex legt verbindliche Grundsätze für ethisches, faires und nachhaltiges Handeln fest und ist in unseren Verträgen mit Geschäftspartnern verankert. Um die Ausrichtung unserer Geschäftsbeziehungen an unseren ethischen Standards zu überwachen, haben wir einen Tracking-Mechanismus implementiert, der den Umsetzungsstatus innerhalb der Vertragslandschaft des Unternehmens bewertet. Wir gehen potenziellen Verstößen gegen unsere ethischen Standards nach und haben ein entsprechendes Folgenmanagement eingerichtet.

Durch Sozialaudits überprüften wir weiterhin die Einhaltung der Standards bei unseren direkten Lieferanten und Tier-1-Lieferanten. Diese Audits werden anhand einer internen Non-Compliance-Matrix bewertet, die auf unserem Verhaltenskodex, den geltenden lokalen gesetzlichen Bestimmungen und entweder unseren Sozialstandards für Logistik und Kund*innenbetreuung oder Branchenstandards wie SMETA (Sedex Members Ethical Trade Audit) und BSCI (Business Social Compliance Initiative) für Eigenmarkenlieferanten basiert.

⁴⁵ Daten sind folgenden Kategorien des Global Risk Dashboard (Grid) von Maplecroft entnommen: Kinderarbeit, Angemessene Löhne, Angemessene Arbeitszeiten, Diskriminierung am Arbeitsplatz, Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen, Gesundheitsversorgung, Rechte indigener Völker, Grundstücks-, Eigentums- und Wohnrecht, Moderne Sklaverei, Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz, Armut, Sicherheitskräfte und Menschenrechte, Wanderarbeiter*innen, Informell Beschäftigte, Junge Arbeitnehmer*innen, Rechte von Frauen und Mädchen, Recht auf Privatsphäre, Rechte von Minderheiten, Lebensmittelsicherheit, Wasserversorgungssicherheit, Umweltrechtliche Rahmenbedingungen, Wasserverschmutzung, Luftqualität, Abfallerzeugung, Rechtsstaatlichkeit.

Festgestellte Verstöße werden als gering, wesentlich, kritisch oder Null-Toleranz eingestuft. Daraus ergibt sich eine Bewertung und gegebenenfalls ein Maßnahmenplan (Corrective Action Plan). 2023 haben wir 213 Auditberichte (302 im Jahr 2022) von Tier-1-Lieferanten unserer Eigenmarken geprüft und die Aufnahme von fünf (4 im Jahr 2022) Produktionsstätten bzw. Lieferanten abgelehnt, weil sie die Auditanforderungen nicht erfüllt haben.

- **Abhilfe:** Wenn potenzielle Verstöße über einen unserer etablierten Kanäle aufgedeckt werden, gehen wir ihnen systematisch nach und reagieren auf sie. Um unseren Beschwerdemechanismus zu verbessern und den Bedürfnissen potenzieller Melder innerhalb unserer Lieferkette besser gerecht zu werden, haben wir ein neues Tool namens SpeakUp eingeführt. Dieses Tool erweitert unsere Sprach-, Melde- und Übersetzungsmöglichkeiten und macht es Einzelpersonen im Vergleich zu unserem bestehenden Whistleblowing-Tool leichter, potenzielle Vorfälle in der Lieferkette zu melden. SpeakUp ist in 42 Sprachen verfügbar und über das Internet, eine App oder eine Hotline zugänglich. Es wird allen externen Parteien angeboten, wobei der Schwerpunkt auf den Arbeitnehmer*innen in unserer Lieferkette liegt.

Unser Abhilfeprozess bietet internen Teams eine standardisierte Möglichkeit, Verstöße gegen unseren Verhaltenskodex oder andere ethische Standards zu untersuchen und zu beheben. Wenn der Partner sich nicht einbringt, werden wir die Beziehung unterbrechen und schließlich beenden. Im Jahr 2023 leiteten wir 40 neue interne Untersuchungen zu mutmaßlichen Verstößen gegen unsere ethischen Standards in unserer Lieferkette ein (gegenüber 26 im Jahr 2022): 7 wurden zufriedenstellend behoben; 2 führten zum Ausstieg oder zur Beendigung der Geschäftsbeziehungen (gegenüber zwei im Jahr 2022); 6 wurden eingestellt, weil kein Verstoß bestätigt wurde (gegenüber zwei im Jahr 2022); und 25 sind noch nicht abgeschlossen.

4. Bericht: Die Berichterstattung für den Zyklus erfolgt in Übereinstimmung mit dem deutschen Gesetz über die Sorgfaltspflicht in der Lieferkette und den Leitlinien der zuständigen Behörde (BAFA). Der erste Bericht wird innerhalb des gesetzlich vorgeschriebenen Zeitrahmens für 2024 vorgelegt werden.

Im Jahr 2023 haben wir unsere Geschäftspartnerlandschaft einer menschenrechtlichen Risikobewertung unterzogen und eine vollständige Prüfung unter dem Gesichtspunkt des Sorgfaltspflichtgesetzes durchgeführt. Diese Prüfung ermöglichte es uns, noch mehr Klarheit über risikobehaftete Bereiche in unseren Geschäftsbeziehungen zu gewinnen, Präventivmaßnahmen zu priorisieren und Risiken in (zukünftigen) Interaktionen sowie in branchenweiten Kooperationen zu steuern. Darüber hinaus haben wir die operative Verantwortung für menschenrechtliche Sorgfaltspflicht tiefer in das Unternehmen integriert, indem wir sie von der zentralen Nachhaltigkeitsfunktion in das Compliance-Team übertragen haben, um eine tiefere Synchronisierung mit der unternehmensweiten Governance zu erreichen.

Um identifizierte Risiken auf Sektorebene anzugehen, arbeiten wir auch mit anderen Einzelhändlern, Branchenakteuren und Geschäftspartnern zusammen, beteiligen uns an Brancheninitiativen und engagieren uns bei externen Stakeholder*innen, einschließlich Regierungsstellen und Nichtregierungsorganisationen.

Arbeitskräfte auf die Zukunft vorbereiten

Die Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) geht davon aus, dass bis 2030 bis zu eine Milliarde Menschen umgeschult werden müssen, um dem Bedarf an neuen Kompetenzen gerecht werden zu können.⁴⁶ 2023 beobachteten wir eine steigende Nachfrage nach Expertise in Bereichen wie Data Science, Storytelling, Führen in Zeiten der Veränderung, Feedback-Transparenz und Resilienz. Aus diesem Grund haben wir uns folgendes Ziel gesetzt: Bis 2023 unterstützen wir 10.000 Menschen in Beschäftigung beim Erwerb von relevanten Fähigkeiten, die sie für die Arbeitswelt der Zukunft benötigen. Das Ziel bezieht sich auf unsere eigenen Mitarbeiter*innen, jene entlang der Lieferkette unserer Eigenmarken und jene entlang der Lieferketten unserer Markenpartner.

Seit 2020 haben 9.925 Personen⁴⁷ an Weiterbildungsmaßnahmen teilgenommen (4.714 im Jahr 2023, davon 506 in der Zalando SE). Um unsere Mitarbeiter*innen und diejenigen, die entlang unserer Lieferkette arbeiten, dabei zu unterstützen, mit den sich wandelnden Stellenanforderungen Schritt halten zu können, bieten wir eine Reihe an Höherqualifizierungs- und Umschulungsmöglichkeiten an. Höherqualifizierung bedeutet die Vermittlung zusätzlicher Kompetenzen für die Ausübung einer Funktion, in der sich die Anforderungen ändern werden. Umschulung hingegen bezieht sich auf die Aneignung neuer Kompetenzen. Unsere Weiterbildungsprogramme sind in drei Säulen unterteilt:

— Weiterbildungsmöglichkeiten in Verbindung mit Megatrends der künftigen Arbeitswelt:

Wir glauben, dass die Zukunft der Arbeit von sechs Megatrends geprägt sein wird:

i) inklusivere Arbeit, ii) neue Technologien, iii) neue Arbeitsumgebungen, iv) stärkere Zusammenarbeit, v) innovativere Arbeit und vi) empathischere Arbeit. Um die Mitarbeiter*innen von Zalando darauf vorzubereiten, fördern wir Lernmöglichkeiten mit Schwerpunkt auf Themen wie neue Technologien, Führung hybrider Teams und wichtige Softskills wie Inklusivität und Empathie. Bis Ende 2023 haben wir 289 Kurse angeboten, so z. B. „Effektives Feedback geben und erhalten“, „Unterstützung der beruflichen Entwicklung“ und „Figma Level-Up Training“.

— Weiterbildungsmöglichkeiten in Verbindung mit sich wandelnden Geschäfts-

anforderungen: Nach unserer Analyse des Weiterbildungsbedarfs im Jahr 2022, in deren Rahmen die sich wandelnden kurz- und mittelfristigen Anforderungen unseres Geschäfts identifiziert wurden, haben wir verschiedene Programme in den Bereichen Technologie, sowie zentralen und operativen Funktionen eingeführt. Diese beinhalten: Women in Tech (bietet Mitarbeiterinnen mit unterschiedlichen Hintergründen die Möglichkeit, sich für Funktionen im Bereich Software Engineering umschulen zu lassen); mehrere Programme für Logistikfachkräfte, in deren Rahmen die Möglichkeit besteht, eine berufliche Zertifizierung (Fachkraft Lagerlogistik) zu erlangen und die Deutsch- und Englisch-

⁴⁶ Weltwirtschaftsforum, „We need a global reskilling revolution – here’s why“, 2020.

⁴⁷ Mitarbeiter*innen der Zalando SE und des Zalando-Konzerns sowie Mitarbeiter*innen der Lieferkette unserer Eigenmarken.

kenntnisse zu verbessern; Höherqualifizierung im Bereich Finance, die Themen wie externe Finanzberichterstattung behandelt. Darüber hinaus haben wir weiterhin spezielle Programme zur Karriereentwicklung angeboten.

— **Weiterbildungsmöglichkeiten in Verbindung mit unserer vorgelagerten Lieferkette:**

2023 haben wir unser Höherqualifizierungsprogramm auf unsere vorgelagerte Lieferkette ausgeweitet, wobei wir mit unseren Geschäftspartnern Shimmy Technologies und der Initiative RISE (ehemals HERproject™ von BSR in Bangladesch) zusammenarbeiten. Wir haben rund 3.904 Menschen in vier Fabriken in den Bereichen IT-Kompetenz, Effizienz, Gleichberechtigung der Geschlechter, Finanzkompetenz, Kommunikation am Arbeitsplatz sowie Gesundheit und Wohlbefinden geschult.

Obwohl wir unser Ziel nicht ganz erreicht haben, sind wir durch die erzielten Fortschritte ermutigt und glauben, dass die Programme und Strukturen, die wir im Zusammenhang mit dieser Verpflichtung eingerichtet haben, eine solide Grundlage für weitere Anstrengungen bilden.

Corporate Citizenship: Teil der Lösung sein

Mit unserem Corporate Citizenship-Programm sollen praxistaugliche Lösungen im Einklang mit folgenden drei Zielen ermöglicht werden: eine gesellschaftliche Position in Europa einzunehmen, eine gute Zusammenarbeit mit den lokalen Gemeinschaften an unseren Logistikstandorten und in der Lieferkette aufzubauen und die Bereitschaft, unsere Kund*innen einzubinden und mit ihnen zusammenzuarbeiten, um positive Veränderungen voranzutreiben.

Humanitäre Hilfe: 2023 haben wir über 154.000 Zalando-Artikel im Wert von etwa 450.000 EUR an Organisationen gespendet, die Menschen in Not unterstützen, wobei der Fokus insbesondere auf der Ukraine, der Türkei und Syrien lag. Darüber hinaus unterstützten wir die Katastrophenhilfe und bemühten uns, durch strategische Partnerschaften konstruktive Verbesserungen zu fördern. Insgesamt haben wir 2023 rund 700.000 EUR an verschiedene regionale und globale Initiativen gespendet. Wir haben direkt an SOS-Kinderdörfer weltweit, humedica und die Kinnings Foundation gespendet und die Spenden von Zalando-Mitarbeiter*innen aufgestockt, die Kuchenverkäufe zur Unterstützung globaler humanitärer Bemühungen organisierten.

Zudem waren Fortschritte bei den Maßnahmen für das weltweite Programm der SOS-Kinderdörfer zur Reform hin zu alternativen Kinderbetreuungssystemen in der Ukraine („A Right to Family – De-Institutionalization to Reform the Child Protection System“) zu verzeichnen. Dieses Programm haben wir 2022 mit einer Spende von 275.000 EUR unterstützt, um es somit bis April 2025 zu finanzieren. Dank dieser Finanzierung konnte das Programm durch die Organisation zahlreicher Aktivitäten auf lokaler, regionaler, nationaler und EU-Ebene an Fahrt gewinnen. Darüber hinaus wurde eine öffentliche Mobilisierungskampagne gestartet, Betreuer*innen wurden geschult, und es wurden lokale Sozialpläne entwickelt, die auf die spezifischen Bedürfnisse von Familien und Kindern zugeschnitten sind.

Zusammenarbeit: Die nächste Generation von Modedesigner*innen ausbilden. Wir möchten Designer*innen Wissen, Kompetenzen und innovative Denkweisen an die Hand geben, damit sie sich für nachhaltige und transformative Praktiken in der Branche stark machen können. Durch die Förderung ihrer Designkompetenz in den Bereichen Kreislaufwirtschaft und Nachhaltigkeit, digitale Produktentwicklung und virtuelle Modekonzepte wollen wir zu einem Wandel hin zu einer verantwortungsvolleren und innovativeren Modeindustrie beitragen.

Durch das Sponsoring von VORN⁴⁸ haben wir an der Erarbeitung eines informativen Formats mitgewirkt, das jungen Designer*innen, die bereits ihre eigenen Labels haben, die Grundsätze des zirkulären und nachhaltigeren Designs näher bringt. Der Schwerpunkt unseres Design-Academy-Projekts im Jahr 2023 lag auf dem Design im Luxussegment, wobei stärker kreislauforientierte Designs, Qualität und Langlebigkeit im Vordergrund stehen. Das Projekt zielte darauf ab, junge Designtalente zu stärken, ihre Fähigkeiten zu fördern und sie mit Designpraktiken auszustatten, die sowohl den Menschen als auch dem Planeten zugute kommen. Fünfzig Designer*innen aus ganz Europa nahmen an einem zehnwöchigen, von Branchenexpert*innen geleiteten Online-Kurs teil. Die zehn besten Designer erhielten ein Stipendium und wurden nach Berlin eingeladen, um eine auf den Grundsätzen des zirkulären Designs und Langlebigkeit basierende Kollektion zu erschaffen, die während der Berlin Fashion Week im Januar 2024 präsentiert wird.

Parallel dazu arbeitet Zalando mit der Graduate Fashion Foundation an der Entwicklung eines auf Kreislaufwirtschaft ausgerichteten Kursmoduls zur Unterstützung der Ausbildung von Designstudierenden auf Universitätsebene. Dieses Modul wurde zunächst im September 2023 an der Manchester Metropolitan University (MMU) im Rahmen eines Pilotprojekts getestet. Ziel der Initiative war es, Studierende frühzeitig das nötige Wissen und die Fähigkeit zum kritischen Denken zu vermitteln, um sich für Kreislaufwirtschaft und Nachhaltigkeitsprinzipien in der Modeindustrie einzusetzen.

Gesellschaftliches Engagement/Freiwilligenarbeit: Anderen zu helfen ist Teil der zentralen Werte von Zalando. Zwei Tage pro Jahr (16 Stunden) erhalten unsere Mitarbeiter*innen die Gelegenheit, sich im Rahmen ehrenamtlicher Tätigkeiten für die Gemeinschaft zu engagieren. Wir arbeiten aktiv mit NGOs, Marken- und Geschäftspartnern zusammen, die Veränderungen zum Positiven fördern. Seit 2015 besteht eine Partnerschaft zwischen Zalando und [vostel.de](#), einer führenden Organisation für ehrenamtliches Engagement von Unternehmen, die die ehrenamtlichen Einsätze überhaupt erst ermöglicht.

Im Jahr 2023 haben 535 Zalando-Mitarbeiter*innen 66 Projekte mit 4.281 Stunden ehrenamtlicher Arbeit unterstützt. Ein besonderes Augenmerk lag dabei auf der Unterstützung der Berlin Special Olympics, einer Initiative, die in Einklang mit unserer Verpflichtung zu Diversität und Inklusion steht. Darüber hinaus haben mehr als 100 Zalando-Mitarbeiter*innen beim Befüllen und Dekorieren von mehr als 800 Geschenktüten für Kinder in Flüchtlingsunterkünften geholfen.

⁴⁸ Die VORN-Akademie ist ein Labor für künftige digitale und physische Geschäftsmodelle mit Schwerpunkt auf zirkulärem Design und Closed-Loop-Produktion und Teil unseres Innovation Labs. Sie bringt die verschiedenen Akteur*innen der nachhaltigen Modeindustrie zusammen und ermöglicht den Wissenstransfer innerhalb unserer Community. Als Insider verbindet VORN alle Akteur*innen auf interdisziplinäre Weise und ermöglicht den Zugang zu fortschrittlichen Programmen und Wissen.

Abschließend haben wir unser Engagement für die lokale Community in Berlin bekräftigt, indem wir den ukrainischen Pop-Up Charity Market SKRYNYA gesponsort haben, der von freiwilligen Zalando Mitarbeiter*innen, der Europäischen Akademie Berlin sowie vielen Einzelpersonen und Freund*innen der Ukraine organisiert wurde. Das Sponsoring von SKRYNYA unterstützt kreative Menschen aus der Ukraine, darunter Mode-, Schmuck- und Inneneinrichtungsmarken. Das Event fand im Februar und Dezember statt und zog ein großes Publikum von über 5.500 Besucher*innen an. Mehr als 40 ukrainische Mode-, Schmuck- und Inneneinrichtungsmarken nahmen teil und sammelten über 30.000 EUR für ukrainische NGOs.

Berichterstattung zur EU-Taxonomie-Verordnung

Mit dem 2018 veröffentlichten Aktionsplan zur Finanzierung nachhaltigen Wachstums hat sich die Europäische Kommission das Ziel gesetzt, Kapitalströme in nachhaltige Investitionen umzulenken. In diesem Zusammenhang wurde ein standardisiertes Klassifizierungssystem – die EU-Taxonomie – eingeführt, welches Kriterien zur Bewertung der ökologischen Nachhaltigkeit wirtschaftlicher Aktivitäten definiert. Unternehmen, die der EU-Richtlinie 2014/95 zur nichtfinanziellen Berichterstattung unterliegen, sind auch zur Berichterstattung nach der EU-Taxonomie-Verordnung (Verordnung (EU) 2020/852) verpflichtet. Daher müssen die Unternehmen ihre nichtfinanziellen Angaben um die Art und den Umfang ihrer als ökologisch nachhaltig einstuftbaren wirtschaftlichen Aktivitäten erweitern.

Gemäß Artikel 8 der Verordnung müssen berichterstattende Unternehmen den Anteil ihres Umsatzes, ihrer Investitionsausgaben (Capex) und ihrer Betriebsausgaben (Opex) in Verbindung mit taxonomiefähigen und taxonomiekonformen Wirtschaftstätigkeiten angeben. Um als taxonomiekonform zu gelten, muss eine taxonomiefähige Wirtschaftstätigkeit die folgenden in Artikel 3 der Verordnung festgelegten Kriterien erfüllen. Die Wirtschaftstätigkeit:

- muss gemäß den Artikeln 10 bis 16 einen wesentlichen Beitrag zur Verwirklichung eines oder mehrerer der Umweltziele des Artikels 9 leisten;
- darf nicht zu einer in Artikel 17 bestimmten erheblichen Beeinträchtigung eines oder mehrerer der Umweltziele des Artikels 9 führen;
- muss unter Einhaltung des in Artikel 18 festgelegten Mindestschutzes ausgeübt werden; und
- muss technischen Bewertungskriterien gemäß Artikel 10 Abs. 3, Artikel 11 Abs. 3, Artikel 12 Abs. 2, Artikel 13 Abs. 2, Artikel 14 Abs. 2 oder Artikel 15 Abs. 2 entsprechen.

Wir haben mit der Berichterstattung gemäß der EU-Taxonomie-Verordnung sowie den ergänzenden delegierten Rechtsakten im Jahr 2021 begonnen. Auf Basis unserer ersten Bewertung haben wir das Leasing von Vermögenswerten, etwa Bürogebäuden, Outlets und Lagern, als eine wesentliche taxonomiefähige Wirtschaftstätigkeit im Zalando-Konzern identifiziert (Wirtschaftstätigkeit 7.7, in Anhang I des delegierten Rechtsakts zur Klimataxonomie aufgeführt), über deren Taxonomiefähigkeit wir berichtet haben. 2022 haben wir auch über die Prüfung der Taxonomiekonformität der Tätigkeiten innerhalb des Zalando-Konzerns berichtet. Im Jahr 2022 wurde die Delegierte Verordnung (EU) 2022/1214 zur Änderung der Delegierten Verordnung (EU) 2021/2139 in Bezug auf Wirtschaftstätigkeiten in bestimmten Energiesektoren und der Delegierten Verordnung (EU) 2021/2178 in Bezug auf besondere Offenlegungspflichten für diese Wirtschaftstätigkeiten angewandt. Wir haben Anhang I und Anhang II bewertet, die die Liste von Wirtschaftstätigkeiten im Hinblick auf die ersten beiden Umweltziele sowie die damit verbundenen technischen Bewertungskriterien und den Grundsatz der Vermeidung erheblicher Beeinträchtigungen ändern. Zalando übt keine der neuen Tätigkeiten aus und ist von den Änderungen der technischen Bewertungskriterien nicht betroffen.

Des Weiteren veröffentlichte die Europäische Kommission 2023 die Delegierte Verordnung (EU) 2023/2485 zur Änderung des delegierten Rechtsakts zur Klimataxonomie durch die Festlegung zusätzlicher technischer Bewertungskriterien sowie die Delegierte Verordnung (EU) 2023/2486 (delegierter Rechtsakt zur Umwelntaxonomie) zur Ergänzung der Verordnung (EU) 2020/852 durch die Festlegung von Wirtschaftstätigkeiten und damit verbundener technischer Bewertungskriterien für die verbleibenden vier Umweltziele. Gemäß dem Zeitplan für die Anwendung ist Zalando verpflichtet, die Taxonomiefähigkeit der neuen Tätigkeiten für das Geschäftsjahr 2023 zu bewerten. Im Ergebnis hat Zalando keine wesentliche Tätigkeit im Rahmen der neuen Verordnungen identifiziert. Die Änderungen der EU-Taxonomie-Verordnung wirkten sich auch auf einige der in den delegierten Rechtsakten enthaltenen Angabepflichten aus. Die Änderungen, die wir in der aktuellen Berichterstattung angewendet haben, beziehen sich auf das neue Tabellenformat zur Darstellung der KPIs, über die berichtet wird. Verweise auf die Posten des Konzernabschlusses waren bereits in der Berichterstattung des Vorjahres enthalten.

Unser Ansatz für die Bewertung der Wirtschaftstätigkeiten gemäß der EU-Taxonomie-Verordnung im Geschäftsjahr 2023 wird nachfolgend genauer erläutert.

Unser Ansatz

Im Rahmen unserer Berichterstattung für das Geschäftsjahr 2023 ist Zalando verpflichtet, die Konformität mit den ersten beiden Umweltzielen sowie – als Erleichterung bei der Berichterstattung für das Geschäftsjahr 2023 – die Taxonomiefähigkeit der verbleibenden vier Umweltziele gemäß dem delegierten Rechtsakt zum Umweltschutz zu bewerten. Daher beschränken sich die Angaben zu den verbleibenden vier Umweltzielen in der diesjährigen Berichterstattung auf die Bewertung der Taxonomiefähigkeit. Wir haben die Delegierte Verordnung (EU) 2022/1214 zur Änderung der Delegierten Verordnung (EU) 2021/2139 und der Delegierten Verordnung (EU) 2021/2178 bewertet. Die Änderungen beinhalten zusätzliche Wirtschaftstätigkeiten in Bezug auf den Energiesektor und passen die technischen Bewertungskriterien in Bezug auf besonderen Offenlegungspflichten für diese Wirtschaftstätigkeiten an. Keine dieser Änderungen wirkt sich auf unseren Konzern aus.

Wir haben unsere Vorjahresbewertung der Wirtschaftstätigkeiten gemäß ihrer Definition in Anhang I und II des delegierten Rechtsakts zur Klimataxonomie überprüft. Diese Überprüfung ergab keine Änderung unserer bisher identifizierten wesentlichen taxonomiefähigen Wirtschaftstätigkeiten. Daher beschränkt sich unsere Berichterstattung noch immer auf den Capex im Zusammenhang mit dem Leasing unserer Gebäude sowie den zugehörigen Opex (in Anhang I des delegierten Rechtsakts zur Klimataxonomie aufgeführte Wirtschaftstätigkeit 7.7). Wir haben auch den Gesamtwert des Opex berechnet, welcher nicht aktivierte Entwicklungskosten, Kosten für kurzfristige Leasingverhältnisse, Kosten für Instandhaltung und Reparatur sowie Kosten der täglichen Wartung von Vermögenswerten beinhaltet. Im Geschäftsjahr 2023 hat sich die Anzahl der von Zalando gemieteten Gebäude erhöht, was zu Zugängen zu den Vermögenswerten aus Nutzungsrechten in Höhe von 213,5 Mio. EUR führte. Dies ist aus Sicht des Zalando-Konzerns wesentlich und wird deshalb als taxonomiefähiger Capex ausgewiesen. Die Zugänge beziehen sich im Wesentlichen auf ein neues Bürogebäude in Deutschland sowie unsere neuen Logistikzentren in Deutschland und Polen.

Den Gesamt-Capex haben wir als Summe der Zugänge zu den immateriellen Vermögenswerten, Sachanlagen und Vermögenswerten aus Nutzungsrechten (ohne Neubewertungen) im Geschäftsjahr berechnet, wie sie im Konzernanhang unter 3.5.7 (11.) Immaterielle Vermögenswerte, 3.5.7 (12.) Sachanlagen und 3.5.7 (13.) Vermögenswerte aus Nutzungsrechten und Leasingverbindlichkeiten ausgewiesen sind. Die Zugänge zu den Vermögenswerten aus Nutzungsrechten gemäß Anhang von 231,2 Mio. EUR enthalten auch Neubewertungen von 17,7 Mio. EUR, welche nicht im Gesamt-Capex enthalten sind. Der Gesamt-Capex im Geschäftsjahr 2023 belief sich daher auf 507,3 Mio. EUR, was einem Anteil am taxonomiefähigen Capex von 42,1 % entsprach.

Für unsere angemieteten Gebäude haben wir einen Opex in Höhe von 12,5 Mio. EUR für das Geschäftsjahr 2023 ermittelt, welche für die Instandhaltung und Reparatur sowie die tägliche Wartung dieser Vermögenswerte anfiel. Die gesamten Betriebsausgaben im Jahr 2023 belaufen sich auf 182,6 Mio. EUR und beziehen sich auf nicht aktivierte Entwicklungskosten, Kosten für kurzfristige Leasingverhältnisse, Kosten für Instandhaltung und Reparatur sowie Kosten der täglichen Wartung von Vermögenswerten.

Außer für die Wirtschaftstätigkeit 7.7 haben wir keinen anderen wesentlichen Capex, Opex und im Sinne der Taxonomie relevanten Umsatz identifiziert. Die angegebenen Umsatzerlöse nicht taxonomiefähiger Tätigkeiten entsprechen daher den im Geschäftsjahr 2023 insgesamt ausgewiesenen Umsatzerlösen des Konzerns nach IAS 1.82(a) in Höhe von 10.143,1 Mio. EUR, die in unserem Konzernabschluss 2023 ausgewiesen und unter 3.5.7 (1.) Umsatzerlöse im Konzernanhang näher erläutert sind. Zalando hat sämtlichen berechneten Capex und Opex dem Umweltziel Klimaschutz zugeordnet. Darüber hinaus wurde nur eine einzige Wirtschaftstätigkeit identifiziert, für die Capex und Opex berechnet wurden. Damit wurden Doppelzählungen ausgeschlossen.

Des Weiteren haben wir bewertet, welcher Anteil unseres Capex die Kriterien für eine Einstufung als ökologisch nachhaltig erfüllt und somit als Capex in Verbindung mit taxonomiekonformen Wirtschaftstätigkeiten ausgewiesen werden kann. Diese Bewertung basierte auf den in Artikel 3 der EU-Taxonomie-Verordnung aufgeführten Kriterien. Da sich unser Capex ausschließlich auf den Erwerb von Output bezieht, besitzen wir nicht alle für die Durchführung der Bewertung erforderlichen Informationen. Daher können wir im Geschäftsjahr 2023 keinen taxonomiefähigen Capex im Zusammenhang mit dem Leasing unserer Gebäude als taxonomiekonformen Capex ausweisen. Dies gilt entsprechend für den damit zusammenhängenden Opex. Da wir keinen taxonomiefähigen Umsatz identifiziert haben, konnten wir außerdem auch keinen taxonomiekonformen Umsatz berechnen.

2023 wurde ein zusätzlicher delegierter Rechtsakt zur Taxonomie-Verordnung veröffentlicht, der die technischen Bewertungskriterien und den Grundsatz der Vermeidung erheblicher Beeinträchtigungen für die vier verbleibenden, nicht klimabezogenen Umweltziele festlegt. Wir haben den delegierten Rechtsakt zum Umweltschutz einschließlich seiner Anhänge analysiert und für das Geschäftsjahr 2023 keine wesentliche taxonomiefähige Tätigkeit festgestellt.

Ausblick auf die künftige Berichterstattung

Unser Berichterstattungsansatz für das Geschäftsjahr 2023 entspricht den aktuellen gesetzlichen Vorgaben der EU-Taxonomie-Verordnung. In diesem dritten Berichtsjahr sehen wir, dass die Europäische Kommission auf eine Standardisierung des Berichtsrahmens hinarbeitet und passen unseren Ansatz bereits entsprechend an. In der Berichterstattung für das nächste Jahr wird Zalando erstmals verpflichtet sein, die Richtlinie hinsichtlich der Nachhaltigkeitsberichterstattung von Unternehmen einzuhalten, die Unternehmen dabei unterstützt, Angaben im Rahmen der EU-Taxonomie in eine ausführliche Nachhaltigkeitserklärung zu integrieren. Wir werden die weitere Entwicklung der Taxonomie-Verordnung beobachten und auf zusätzliche Spezifikationen der Verordnung in kommenden Berichtszeiträumen reagieren.

Capex-Anteil aus Waren oder Dienstleistungen, die mit taxonomiekonformen Wirtschaftstätigkeiten verbunden sind

2023		Jahr		Kriterien für einen wesentlichen Beitrag					
Wirtschaftstätigkeiten	Code	Capex (Mio. EUR)	Capex-Anteil, 2023 (%)	Klimaschutz (%)	Anpassung an den Klimawandel (%)	Wasser (%)	Umweltverschmutzung (%)	Kreislaufwirtschaft (%)	Biologische Vielfalt (%)
A. Taxonomiefähige Tätigkeiten									
A.1 Ökologisch nachhaltige Tätigkeiten (taxonomiekonform)									
Capex ökologisch nachhaltiger Tätigkeiten (taxonomiekonform) (A.1)		0,0	0,0						
Davon ermöglichende Tätigkeiten		0,0	-						
Davon Übergangstätigkeiten		0,0	-						
A.2 Taxonomiefähige, aber nicht ökologisch nachhaltige Tätigkeiten (nicht taxonomiekonforme Tätigkeiten)									
Erwerb von und Eigentum an Gebäuden	CCM 7.7	213,5	42,1						
Capex taxonomiefähiger, aber nicht ökologisch nachhaltiger Tätigkeiten (nicht taxonomiekonforme Tätigkeiten) (A.2)		213,5	42,1						
A. Capex taxonomiefähige Tätigkeiten (A.1+A.2)		213,5	42,1						
B. Nicht taxonomiefähige Tätigkeiten									
Capex nicht taxonomiefähiger Tätigkeiten (B)		293,8	57,9						
Gesamt		507,3	100,0						

DNSH-Kriterien („Keine erhebliche Beeinträchtigung“)

Klimaschutz (J/N)	Anpassung an den Klimawandel (J/N)	Wasser (J/N)	Umweltverschmutzung (J/N)	Kreislaufwirtschaft (J/N)	Biologische Vielfalt (J/N)	Mindestschutz (J/N)	Anteil taxonomiekonformer (A.1) oder taxonomiefähiger (A.2) Capex, 2022 (%)	Kategorie ermöglichende Tätigkeit (E)	Kategorie Übergangstätigkeit (T)
							0,0		
							-		
							-		
							24,5		
							24,5		
							24,5		
							24,5		

Opex-Anteil von Waren oder Dienstleistungen, die mit taxonomiekonformen Wirtschaftstätigkeiten verbunden sind

Wirtschaftstätigkeiten	Code	2023		Kriterien für einen wesentlichen Beitrag					
		Opex (Mio. EUR)	Opex-Anteil, 2023 (%)	Klimaschutz (%)	Anpassung an den Klimawandel (%)	Wasser (%)	Umweltverschmutzung (%)	Kreislaufwirtschaft (%)	Biologische Vielfalt (%)
A. Taxonomiefähige Tätigkeiten									
A.1 Ökologisch nachhaltige Tätigkeiten (taxonomiekonform)									
Opex ökologisch nachhaltiger Tätigkeiten (taxonomiekonform) (A.1)		0,0	0,0						
Davon ermöglichende Tätigkeiten		0,0	-						
Davon Übergangstätigkeiten		0,0	-						
A.2 Taxonomiefähige, aber nicht ökologisch nachhaltige Tätigkeiten (nicht taxonomiekonforme Tätigkeiten)									
Erwerb von und Eigentum an Gebäuden	CCM 7.7	12,5	6,8						
Opex taxonomiefähiger, aber nicht ökologisch nachhaltiger Tätigkeiten (nicht taxonomiekonforme Tätigkeiten) (A.2)		12,5	6,8						
A. Opex taxonomiefähiger Tätigkeiten (A.1 + A.2)		12,5	6,8						
B. Nicht taxonomiefähige Tätigkeiten									
Opex nicht taxonomiefähiger Tätigkeiten		170,2	93,2						
Gesamt		182,6	100,0						

DNSH-Kriterien („Keine erhebliche Beeinträchtigung“)

Klimaschutz (J/N)	Anpassung an den Klimawandel (J/N)	Wasser (J/N)	Umweltverschmutzung (J/N)	Kreislaufwirtschaft (J/N)	Biologische Vielfalt (J/N)	Mindestschutz (J/N)	Anteil taxonomiekonformer (A.1) oder taxonomiefähiger (A.2) Opex, 2022 (%)	Kategorie ermöglichende Tätigkeit (E)	Kategorie Übergangstätigkeit (T)
							0,0		
							-		
							-		
							6,2		
							6,2		
							6,2		
							6,2		

Anteil des Umsatzes aus Waren oder Dienstleistungen, die mit taxonomiekonformen Wirtschaftstätigkeiten verbunden sind

Wirtschaftstätigkeiten	Code	2023 Jahr		Kriterien für einen wesentlichen Beitrag					
		Umsatz (Mio. EUR)	Umsatzanteil, 2023 (%)	Klimaschutz (%)	Anpassung an den Klimawandel (%)	Wasser (%)	Umweltverschmutzung (%)	Kreislaufwirtschaft (%)	Biologische Vielfalt (%)
A. Taxonomiefähige Tätigkeiten									
A.1 Ökologisch nachhaltige Tätigkeiten (taxonomiekonform)									
Umsatz ökologisch nachhaltiger Tätigkeiten (taxonomiekonform) (A.1)		0,0	0,0						
Davon ermöglichende Tätigkeiten		0,0	-						
Davon Übergangstätigkeiten		0,0	-						
A.2 Taxonomiefähige, aber nicht ökologisch nachhaltige Tätigkeiten (nicht taxonomiekonforme Tätigkeiten)									
Umsatz taxonomiefähiger, aber nicht ökologisch nachhaltiger Tätigkeiten (nicht taxonomiekonforme Tätigkeiten) (A.2)		0,0	0,0						
Umsatz taxonomiefähiger Tätigkeiten (A.1 + A.2)		0,0	0,0						
B. Nicht taxonomiefähige Tätigkeiten									
Umsatz nicht taxonomiefähiger Tätigkeiten		10.134,1	100,0						
Gesamt		10.134,1	100,0						

DNSH-Kriterien („Keine erhebliche Beeinträchtigung“)

Klimaschutz (J/N)	Anpassung an den Klimawandel (J/N)	Wasser (J/N)	Umweltverschmutzung (J/N)	Kreislaufwirtschaft (J/N)	Biologische Vielfalt (J/N)	Mindestschutz (J/N)	Anteil taxonomiekonformer (A.1) oder taxonomiefähiger (A.2) Umsatz, 2022 (%)	Kategorie ermöglichende Tätigkeit (E)	Kategorie Übergangstätigkeit (T)
							0,0		
							-		
							-		
							0,0		
							0,0		

Berlin, 12. März 2024

Robert Gentz

David Schneider

Dr. Sandra Dembeck

David Schröder

Dr. Astrid Arndt