Rede von Gisela Burckhardt, FEMNET, auf der Hauptversammlung 2018 von Zalando am 23. Mai 2018 in Berlin

Zalando: Was das Unternehmen schreibt und was es tut

1. Nachhaltigkeit - Siegel

Zalando behauptet in seinem Geschäftsbericht 2017: „**Unser Ziel ist es, eine führende Online-Destination für nachhaltige Mode zu werden**. Viele schöne Versprechen, doch was macht Zalando wirklich?

Zalando bietet auf seinem Portal vor allem nicht nachhaltige Mode an. Zalando hat nur ein kleines Angebot an nachhaltigen Produkten.

Bei der Mode, die Zalando nicht ausdrücklich als „Nachhaltige Mode“ anbietet, stellt das Unternehmen keine eigenen Nachhaltigkeitsstandards auf. Zalando zeigt somit keine Bemühungen, um seine junge Marke mit Mindeststandards in Sachen Nachhaltigkeit zu verbinden. Zalando nutzt seinen hohen Bekanntheitsgrad und seine Marktführerschaft nicht, damit mehr fair produzierte Kleidung und Schuhe gekauft werden. Stattdessen geht es dem Unternehmen nur darum, den Konsum und den damit verbundenen Ressourcenverbrauch zu steigern.

Zum sogenannten nachhaltigen Angebot:

Auf der Webseite steht: „Aktuell nehmen wir nur solche Artikel in unser nachhaltiges Sortiment auf, die mindestens ein Zertifikat vorweisen können – wie etwa den Global Organic Textile Standard (GOTS) oder Fairtrade.“ – wäre schön, trifft aber nicht zu, sehr viele Artikel haben nur Verweise auf BCI.

Ø Nh Mode ist auf Webseite schwer zu finden, es gibt kostenlose Stilberatung, wo bleibt kostenlose Beratung zu NH Mode?
Wir setzen unsere Expertise in Tech und Mode schon heute ein, um unseren Kunden ein attraktives Angebot und Transparenz zu bieten, um fundierte Kaufentscheidung zu treffen. Wir bieten zum Beispiel die Möglichkeit, im Fashion Store nach Kennzeichen wie z. B. Fair Trade, vegan oder Bio-Baumwolle zu suchen und bauen diese Angebote kontinuierlich aus. Auf Wunsch beraten unsere Zalon Stylisten speziell zu nachhaltiger Mode - kostenlos.

Ø Bei Damen und Herren gibt es die Unterkategorie „neu“ und dort eine Rubrik zu Nh Mode und bei Kindern unter Marken lassen sich nh Styles finden, alles ziemlich versteckt und am Ende der mageren Angebote stehen dann immer Hinweise auf andere Marken, nicht so nachhaltige – kann man mit einem solch verstecktem Angebot führende Online-Destination für nachhaltige Mode werden?

Unser Ziel ist es, bis 2020 eine der führenden Online-Shopping Destinations für nachhaltige Mode zu sein. Das bedeutet für uns, dass wir unseren Kunden transparente Navigationsmöglichkeiten durch unser nachhaltiges Modesortiment bieten, unseren ökologischen und sozialen Fußabdruck der Produkte bei unseren Eigenmarken stetig verbessern und uns mit neuen Partnern und Experten zusammenschließen, um Nachhaltigkeit in der Modeindustrie zu fördern.

Darüber hinaus möchten wir die Auswahl an nachhaltiger Mode bis 2020 kontinuierlich erhöhen, was wiederum unsere Möglichkeiten steigert, in unserer Rubrik "Get the Look" die passenden nachhaltigen Produkte zu empfehlen.

Ø Zudem werden auch Shirts aufgeführt, z.B. von Esprit, obwohl es keine Erläuterung dazu gibt, was daran nh ist

Die Erläuterung zu der Nachhaltigkeitskennzeichnung findet sich auf der Produkt Detail Seite, gut sichtbar neben Angaben wie Material und Pflegehinweise. Alle Produkte in unserem Shop, die wir unseren Kunden als nachhaltige Mode empfehlen, werden mit den entsprechenden Zertifizierungen versehen. Viele Brands sind aus unterschiedlichen Gründen nicht zertifiziert, nutzen aber nachhaltigere Materialien. Um unseren Kunden auch diese Artikel zugänglich zu machen, haben wir unter anderem das Label ,,Umweltfreundliche Materialien" entwickelt und weisen damit Artikel aus, die nachhaltig beschaffte Materialien beinhalten oder die Umwelt geringer belasten. Für die Auswahl der Materialien haben wir verifizierte Daten zur Bewertung des Lebenszyklus verwendet. Dazu zählen der Bericht über bevorzugte Fasern der Textile Exchange, der Made-By Fibre Benchmark sowie der Material Sustainability Index von der Sustainable Apparel Coalition. Beispiele hierfür sind unter anderem TENCEL® / Lyocell, Leinen und Hanf.

Ø Zalando führt neben Zertifikaten wir GOTS und IVN eigene Zertifizierungen auf wie „umweltfreundliche Materialien", worunter Baumwolle fällt, zertifiziert von BCI (Better Cotton Initiative)

Wir arbeiten ständig daran, unser nachhaltiges Sortiment zu erweitern sowie unsere Produktinformationen zu verbessern, in Zusammenarbeit mit vielen Partnern und Experten.

Ø Better Cotton Initiative erlaubt genmanipuliertes Saatgut und den Einsatz von Chemikalien, nur ein bisschen weniger als bei konventioneller Baumwolle – bio ist das nicht

Alle Label und Zertifkate haben einen sehr unterschiedlichen Anspruch und Fokus. Wir arbeiten ständig an unserer Nachhaltigkeitskennzeichnung, um dem Kunden transparent zu machen, warum wir Artikel als nachhaltig ausweisen und wo der Unterschied zwischen den einzelnen Labels und Zertifikaten liegt. Für mehr Informationen über die positiven ökonomischen, ökologischen und sozialen Leistungen der Better Cotton Initiative, siehe bitte https://bettercotton.org/stories-from-the-field/

Fragen:

1. Wie hoch ist der Anteil der sogenannten NH Mode am Gesamtsortiment von Zalando?

Allein in Deutschland haben wir aktuell über 6.000 Artikel im Angebot. Verglichen mit dem Gesamtsortiment mag das nur ein kleiner Anteil sein, im Hinblick auf den Markt nachhaltiger Mode ist das allerdings bereits eine große Auswahl. Markt und Angebot entwickeln sich jedoch weiter und so werden wir in den nächsten Jahren auch mehr Artikel mit einem Nachhaltigkeitsattribut anbieten können.

Ø Warum gibt es „Zalando Organic Cotton Label“ – also ein nicht zertifiziertes eigenes Label – und parallel dazu das glaubwürdige GOTS-Label oder FT-Label?

Zertifizierungen sind wichtig, weshalb wir einige (GOTS, OCS, Fairtrade, etc) explizit auf der Produktseite ausweisen, zusammen mit Zertifikatnummer und Prüfungsinstitut. Zum Beispiel: https://www.zalando.de/knowledge-cotton-apparel-basic-regular-fit-o-neck-tee-t-shirt-basic-kn222o011-m12.html. Es ist jedoch auch bekannt, dass der reine Fokus auf Zertifikate die Realität nicht abbildet. De facto gibt es viele nachhaltige Produkte, die als solche nicht ausgewiesen sind, da viele Brands aus verschiedenen Gründen nicht zertifiziert sind, auch wenn sie zum Beispiel Bio Baumwolle für ihre Produkte nutzen. Um unseren Kunden auch diese Informationen transparent zu machen, haben wir über Zertifikate hinaus gearbeitet und das Label „Zalando Organic Cotton“ eingeführt. Produkte mit diesem Label erbringen Nachweise des Einkaufs von Bio-Baumwolle (z.B. OCS Zertifikate). Unsere Kunden finden die Beschreibung aller Zertifikate und auch unseres Organic Cotton Labels auf der Produktseite.

Wir wollen Nachhaltigkeit aus der Nische holen und Kunden transparent zu Nachhaltigkeitsinitativen von Brands und Produkten informieren. So hoffen wir, Nachhaltigkeit sichtbarer zu machen und Kunden eine bessere Grundlage für ihre Kaufentscheidung zu geben.

Zalando könnte:

è viel mehr nachhaltige Mode präsent platzieren, damit mehr Leute sie finden und kaufen,

è allen Artikeln auf seiner Plattform GOTS bzw. Fairtrade-zertifizierte Alternativen gegenüberstellen,

Wir sind der Meinung, dass es hier kein Schwarz und Weiß gibt. Es gibt keinen klaren Stempel für “nachhaltig” und “nicht nachhaltig”. Eine Gegenüberstellung wäre unserer Meinung nach daher kontraproduktiv, auch für die Verbreitung von Mode mit immer höheren sozialen und ökologischen Standards.

è zu allen Artikeln auf seiner Plattform den Websitebesucher mit Informationen für nachhaltige Kaufentscheidungen versorgen (z.B. Haltbarkeit, Energieverbrauch/CO2-Ausstoß/Trinkwasserverbrauch bei der Produktion, Lieferkette)

Unser Ziel ist es, bis 2020 eine der führenden Online-Shopping Destinations für nachhaltige Mode zu sein. Das bedeutet für uns, dass wir die Auswahl an nachhaltiger Mode bis 2020 kontinuierlich erhöhen und unseren Kunden transparente Navigationsmöglichkeiten bieten. Hier sind wir auf das Angebot angewiesen. Da der geschätzte Anteil von nachhaltiger Mode am Gesamtmarkt nur 1% beträgt, ist die Menge von nachhaltigen Artikeln leider noch begrenzt. Wir arbeiten eng mit unseren Markenpartnern zusammen, um das zu ändern. Wir haben uns auch deshalb entschlossen, Nachhaltigkeitsattribute der Produkte in unserem Shop sichtbar zu machen und tragen damit zur besseren Informationslage für unsere Kunden bei.

2. Transparenz

Geschäftsbericht 2017: „Transparenz über unsere Lieferkette zu gewinnen, ist ein wichtiger Schwerpunkt für uns. 2017 haben wir damit begonnen, die Prozesse in Tier 2 zu erfassen, um die entsprechenden Beschaffungspartner auf dieser Ebene ausfindig zu machen und nachzuverfolgen.“

Glückwunsch, das ist ein guter Ansatz!

Nur: Das bleibt alles geheim, nichts davon wird veröffentlicht! Nicht einmal tier 1, also die Lieferkette bis zur Konfektion wird von Zalando bei den Eigenmarken veröffentlicht! Da sind andere Marken viel weiter, siehe Esprit, Hugo Boss, Tchibo, Lidl, Aldi uvm.

Hier wird der Gegensatz von dem was Sie behaupten und was Sie tun, besonders deutlich. Sie machen das was die meisten Unternehmen tun: schön reden, aber nichts tun oder sogar das Gegenteil von dem tun, was man verspricht.

Frage: Wann wird Zalando seine Lieferkette offenlegen?

Wir legen großen Wert darauf, Transparenz und faire Bedingungen in der Lieferkette unserer jungen Eigenmarken zu schaffen. Hierfür ergreift unsere Eigenmarken-Firma zLabels diverse Maßnahmen (Sozialstandards, Audit-Programme, Factory Improvement Program, etc.). Aktuell veröffentlichen wir im Geschäftsbericht bereits die Anzahl der Lieferanten und Fabriken, mit denen zLabels zusammenarbeitet sowie die Beschaffungsländer mit dem jeweiligen Einkaufsvolumen in Prozent.

Die Veröffentlichung einer Fabrikliste ist ein wichtiger Schritt, aber nur ein Teil der gesamten Arbeit, die zLabels derzeit unternimmt, um bessere und stabilere Beziehungen mit der Lieferkette zu schaffen und somit dazu beizutragen, bessere Arbeitsbedingungen und nachhaltigere Geschäftspraktiken zu schaffen.

In den vergangenen Jahren hat das Team hart daran gearbeitet, engere Beziehungen zu den Lieferanten aufzubauen und Programme zur Verbesserung der Fabriken zu implementieren, die über das Auditing hinausgehen und die Fabriken "vor Ort" unterstützen. Wir haben alle Maßnahmen zur Verbesserung der Kapazitäten, die zLabels in den Beschaffungsländern umsetzt, mit Partnern wie der ILO Better Work transparent kommuniziert. 20% der Produkte werden derzeit in Fabriken hergestellt, die an einem dieser Programme teilnehmen. Bis Ende dieses Jahres plant zLabels, diese auf 25% zu erweitern. Viele Herausforderungen in diesem Bereich können nicht alleine gelöst werden und deshalb beteiligen wir uns aktiv an Industrie Bündnissen.

Uns liegt viel daran, die Rückverfolgbarkeit in unserer Lieferkette zu gewährleisten, um zunächst zu verstehen, wo die Produkte von unseren Geschäftspartnern kommen, und diese Arbeit in den kommenden Jahren fortzusetzen. Ziel von zLabels ist es, bis Ende 2019 die wichtigsten strategischen Tier-1-Geschäftspartner, die einen Großteil unseres Businesses ausmachen, zu veröffentlichen und diese Liste kontinuierlich zu erweitern. Wir sind uns bewusst, dass viele der Probleme, mit denen wir konfrontiert sind, in der Modebranche endemisch sind und diese Arbeit den Beginn einer langen Reise der Zusammenarbeit mit anderen Marken, Organisationen, Beratungsfirmen, NGOs und Regierungen darstellt. Als junges Unternehmen stellt das für zLabels eine große Herausforderung dar, die das Team mit viel Energie angeht.

3. Lieferkette der Eigenmarken - Auditierung

Zalando bezieht laut Geschäftsbericht Waren von 272 Lieferanten und 450 Produktionsstätten. zLabels besteht aus 17 verschiedenen Eigenmarken, die aus 24 verschiedenen Ländern Produkte beziehen. Die wichtigsten Beschaffungsländer sind China (46 %), Türkei (10 %), Indien (10 %) und Bangladesch (8 %)

Fragen:

ð In Ihrem Geschäftsbericht 2017 steht: „Unter der Leitung unseres Einkaufsteams führen wir überdies ein Supplier Partnership Program (SPP) bei zLabels, das die Leistung der Lieferanten u. a. anhand der Faktoren Qualität, ethischer Handel, Produktsicherheit, Logistik und Finanzen bewertet." Was genau heißt hier „ethischer Handel" Welche Kriterien legen Sie zugrunde?

Wir sind uns unserer Verantwortung gegenüber Menschen und Umwelt in unserer Lieferkette bewusst. Für sämtliche auf unserer Plattform angebotenen Produkte möchten wir den sorgsamen und ethisch korrekten Umgang mit Mensch, Umwelt und Tier sicherstellen. Alle Lieferanten, Fabriken und Geschäftspartner müssen unseren Verhaltenskodex unterzeichnen. Dieser orientiert sich an den Grundsätzen der allgemeinen Erklärung der Menschenrechte (AEMR) sowie dem Übereinkommen der Internationalen Arbeitsorganisation (International Labour Organization ILO). Mit unseren seit 2014 geltenden unternehmensweiten Beschaffungsstandards wollen wir unter anderem den sorgsamen und ethisch angemessenen Umgang mit Tieren sowie den Schutz und die Erhaltung der biologischen Vielfalt sicherstellen (Fur Free Retailer seit 2016). Darüber hinaus legen unsere Beschaffungsstandards den verantwortungsvollen Umgang mit unseren Mitmenschen fest. So dürfen Prints auf T-Shirts beispielsweise nicht gewaltverherrlichend oder sexistisch sein. Unsere Beschaffungsstandards stehen auf unserer Website zum Download bereit.
https://corporate.zalando.com/en/corporate-responsibility/downloads-and-contact

ð Gibt es ein Bonussystem für die Mitarbeiter des Einkaufs? Wofür werden Boni gezahlt? Nur für das billigste Angebot oder auch für nachhaltige Produkte, die in Fabriken hergestellt werden, in denen die MA einen existenzsichernden Lohn erhalten, Fabriken, die keine giftigen Abfälle in das Grundwasser ablassen und Frauen das gleiche Gehalt wie Männern zahlen?
Unsere Einkäufer werden nach denselben Kriterien bewertet, wie alle anderen Mitarbeiter auch: Es gibt bestimmte Zalando-Capabilities, die für alle Mitarbeiter gelten (Make It Happen, Team Up, Grow Stronger und Change the Game), in denen sich auch unsere Zalando-Werte widerspiegeln. Statt auf Boni setzen wir bei der Beurteilung der Leistung unserer Mitarbeiter auf Möglichkeiten zur persönlichen und fachlichen Weiterentwicklung.

Auditierung

- Ihr Verhaltenskodex enthält größtenteils Selbstverständlichkeiten, die qua Gesetz eh schon eingehalten werden müssen
- Audit-Berichte werden von Herstellern selber in Auftrag gegeben und auch von ihnen bezahlt, das sagt schon viel über ihre Glaubwürdigkeit aus; man weiß, dass sie keine Verbesserungen bringen

- 506 Auditberichte hat Zalando ausgewertet: Wie war das Ergebnis? Dazu steht nichts im Geschäftsbericht! Andere Unternehmen führen detailliert auf, wo die Probleme liegen.

Fragen:

Ø Wo also lagen die meisten Probleme bei Ihren Lieferanten, die von Audits festgestellt wurden?

Die größten Probleme haben wir in der Vergangenheit im Zusammenhang mit fehlerhaften Materialien und problematischen Inhaltsstoffen identifiziert. Die Erkenntnisse aus den Audits haben wir so gebündelt, dass sie bei Folgeaudits einen thematischen Schwerpunkt darstellen um den erforderlichen Fokus auf diesen Themen sicherzustellen

Um Lieferanten beim Umgang mit diesen und weiteren Herausforderungen zu unterstützen investieren wir in unser Factory Improvement Program, das in den jeweiligen Ländern typische Herausforderungen angeht.

Ø Was tun Sie dagegen?

Unser Ethical Trade Team bewertet alle erhaltenen Audits anhand unserer internen Non-Compliance-Matrix. Die Matrix basiert auf den Standards, die in unserem Verhaltenskodex festgelegt sind, sowie auf lokalen gesetzlichen Anforderungen. Verstöße werden den Kategorien “gering”, “wesentlich” und “kritisch” zugeordnet, die Produktionsstätte erhält eine Bewertung sowie einen Katalog mit Korrekturmaßnahmen.

Im Rahmen der Aktualisierung unseres Auditprogramms benötigen wir einen Audit, der innerhalb der letzten zwölf Monate durchgeführt wurde, um eine neue Produktionsstätte aufzunehmen. Wenn kritische Verstöße beobachtet werden, beginnen wir die Beziehung nicht ohne Belege dafür, dass die Verstöße beseitigt wurden. Im vergangenen Jahr haben wir die Aufnahme von 52 Produktionsstätten aus ethischen Gründen abgelehnt.

Für bestehende Produktionsstätten fordern wir alle zwölf Monate neue Audits an, um die Bedingungen in den Produktionsstätten zu überwachen und neu zu bewerten. Im Jahr 2017 haben wir 506 Auditberichte für neue und bestehende Produktionsstätten ausgewertet. Wird in einer bestehenden Produktionsstätte ein kritischer Verstoß festgestellt, benötigen wir für die Fortsetzung unserer Geschäftsbeziehung den Nachweis einer Verbesserung.

Die Ergänzung unseres Teams durch eine Niederlassung in Hongkong hat uns eine engere Zusammenarbeit mit unseren Partnern vor Ort ermöglicht. 2017 hat das Team 68 Produktionsstätten besucht. Unser Team in Hongkong arbeitet sehr intensiv mit unseren Partnern zusammen und entwickelt, je nach Problemlage und Herausforderungen vor Ort, spezifische Verbesserungsprogramme für die jeweiligen Produktionsstätten.

Ø Was tut Zalando, damit existenzsichernde Löhne bei seinen Lieferanten gezahlt werden?

Alle unsere Lieferanten und ihre Fabriken sind dazu verpflichtet, unseren Verhaltenskodex zu unterzeichnen.Dieser legt fest, dass alle Fabriken mindestens den örtlich festgelegten Mindestlohn zahlen, was wir wiederum durch unser Audit-Programm überwachen.
Mit unserem Factory Improvement Program (FIP) setzen wir uns dafür ein, die Arbeitsbedingungen für Arbeitnehmer zu verbessern, und konzentrieren hier einen großen Teil unserer Arbeit.

Ø Was tut Zalando, damit Frauendiskriminierung bei seinen Lieferanten in Indien und Bangladesch reduziert wird?

Auch hier gilt: Alle unsere Geschäftspartner müssen unseren Verhaltenskodex für Business Partner (auf unserer Website online zum Download) unterzeichnen. In unserem Ethikkodex haben wir

festgelegt, dass wir kein Mobbing tolerieren, ebenso wenig wie Diskriminierung, die auf ethnischer Zugehörigkeit, Geschlecht, Religion oder Weltanschauung, Behinderung, Alter oder sexueller Orientierung beruht; Alle unsere Einkäufer werden zu den Inhalten unseres Verhaltenskodex regelmäßig geschult, sowie wir umfangreiche Maßnahmen bei unseren Eigenmarken zur Einhaltung von Menschenrechten ergreifen.

Dazu gehört, dass wir unsere Sozialstandards zu einem Teil der Lieferantenauswahl und -bewertung gemacht haben und gemeinsame Workshops zum Dialog über Erwartungen und die Entwicklung der Zusammenarbeit abhalten. Alle neu hinzukommenden Fabriken müssen einen aktuellen Bericht einer akkreditierten Audit-Firma vorlegen. In unserem Factory-Improvement-Programm arbeiten wir eng mit Experten in den jeweiligen Ländern zusammen.

Seit 2017 arbeitet zLabels mit der Sustainable Apparel Coalition (SAC), dem ECAP (European Clothing Action Plan) und der Better Work Initiative der ILO (International Labour Organisation) zusammen und ist Teil der Arbeitsgruppen der Ethical Trading Initiative für die Türkei und Mauritius.

Ø Was tut Zalando, damit sich die Beschäftigten bei den Zulieferern organisieren und für ihre Rechte eintreten können? Anmerkung: Auch in Ihren Logistikzentren sind die Mitarbeiter_innen offenbar sehr unzufrieden, wie die hohe Fluktuationsrate von 25% zeigt. Löhne bei Zalando sind niedriger als bei Amazon, behauptet Enorm 5.7.2017

Auch hier: Alle unsere Geschäftspartner müssen unseren Verhaltenskodex für Business Partner unterzeichnen. Zu Arbeitsbedingungen, insbesondere der Vereinigungsfreiheit und das Recht auf Kollektivverhandlungen, haben wir dort für unsere Geschäftspartner festgelegt, dass die Vereinigungsfreiheit der Arbeitskräfte und ihr Recht auf Kollektivverhandlungen gewahrt werden müssen. Die Arbeitskräfte dürfen nicht aufgrund einer Gewerkschaftsmitgliedschaft oder ihres Engagements in Betriebsräten diskriminiert werden.

Geschäftspartner dürfen weder Einfluss auf die Versammlungen der Arbeitskräfte nehmen, noch dürfen sie die Arbeitskräfte an der Teilnahme an diesen Versammlungen hindern - sofern letztere nach den Gesetzen des Landes zulässig sind, in dem sie stattfinden.

Wo die Vereinigungsfreiheit der Arbeitskräfte und ihr Recht auf Kollektivverhandlungen von der nationalen Gesetzgebung eines Landes eingeschränkt sind, müssen die Geschäftspartner die Entwicklung entsprechender Möglichkeiten und Strukturen für Kollektivverhandlungen und Arbeitnehmerorganisationen fördern und dürfen sie nicht behindern.

In unserer Logistik halten wir uns an Sozialstandards, deren Einhaltung sowohl intern als auch bei unseren Logistik-Partnern überprüft wird. Zu unseren Maßnahmen für gute und moderne Arbeitsbedingungen gehören unter anderem eine Arbeitskultur, in der jeder gleichermaßen geschätzt und behandelt wird – unabhängig von Hierarchie-Level, Geschlecht, Alter, Herkunft oder anderen persönlichen Eigenschaften. Gleiche Entlohnung von Zeitarbeitern und Festangestellten (Equal Pay), kontinuierliche Entfristung der Verträge, Elternschichten zur besseren Vereinbarkeit von Beruf und Familie, kostenfreies Obst und Wasser und verschiedene Sportangebote. Laut unserer letzten Mitarbeiterumfrage geben 76 Prozent unserer Mitarbeiter in der Logistik an, zufrieden bei Zalando zu sein. 82 Prozent fühlen sich von ihrer Führungskraft fair und respektvoll behandelt und 77 Prozent macht ihre Aufgaben Spaß.

Was uns in der Logistik besonders wichtig ist: Wir möchten die Arbeitsbedingungen gemeinsam mit den Mitarbeitern gestalten. Ein konstruktiver Austausch mit den Kollegen gehört deshalb an allen Standorten von Beginn an zur gelebten Praxis. In den Logistikzentren in Brieselang, Mönchengladbach und Erfurt gibt es Betriebsräte, mit denen wir ebenfalls vertrauensvoll zusammenarbeiten.

FIP
Laut Geschäftsbericht 2017 stammen 20 % Ihrer Produkte aus Produktionsstätten, die an dem Factory Improvement Programm (FIP) = Verbesserungsprogramm teilnehmen, 2018 soll der Anteil auf 25% erhöht werden.

Frage: Warum ist der Anteil mit 20 bzw. 25% so gering?
Als noch recht junges Unternehmen sehen wir die Zahl bereits als guten Fortschritt an und arbeiten aktiv daran, sie kontinuierlich weiter zu erhöhen.

4. Zalandos Lieferanten in Bangalore – fehlende Kinderbetreuung in den Fabriken

FEMNET und unser Partner in Indien Cividep schrieben im Januar 2018 einen Brief an Zalando. Zwei seiner Zulieferer haben keine adäquate Kinderbetreuung in den Fabriken, die in Indien laut Gesetz vorgeschrieben sind. Es fehlen Bücher und anderes Lernmaterial und nur Kinder von Facharbeiterinnen werden aufgenommen. Auch geben die Fabriken den schwangeren Frauen keinen Medical Bonus und kostenlose medizinische Betreuung vor und nach der Geburt, wie gesetzlich vorgeschrieben. FEMNET und Cividep haben Zalando in ihrem Schreiben vom Januar gebeten, 11 Fragen zu ihren Zulieferern zu beantworten.

Erst auf nochmalige Nachfrage erhalten wir eine Antwort im Februar von Herrn Hoenig-Ohnsorg von Zalando. Die Antwort war: Wir lassen in den Fabriken nicht produzieren.
Dies stimmt aus unserer Sicht nicht, was wir Zalando auch mitgeteilt haben, denn die Daten sind von Exportstatistiken von 2017. Möglicherweise produziert Zalando in 2018 nicht mehr dort, aber das ist unerheblich, da das Unternehmen dort 2017 Waren bestellt hat und seine Lieferanten sind zur Einhaltung von Gesetzen verpflichtet.

Hieran sehen Sie im Übrigen, wie notwendig es ist, dass Zalando seine Lieferkette offenlegt.

Immerhin gab es ein Telefongespräch zwischen Zalando und Cividep im April, danach hatte man bei Zalando keine Zeit mehr bis Juni, um auch mit FEMNET zu sprechen.

Vorgestern Abend erhalte ich plötzlich eine E-mail, in der Zalando sich bereit erklärt, seinen Zulieferer aufzufordern, an den Trainings teilzunehmen, die unser Partner Cividep angeboten hat zu vermitteln. Schön, das freut uns. Allerdings hat Zalando wieder nicht auf unsere Fragen geantwortet

Frage: Ist Zalando bereit, unsere 11 Fragen aus unserem Schreiben vom Januar zu beantworten?

Ein konstruktiver Austausch mit Marken, Organisationen, Beratungsfirmen, NGOs und Regierungen ist uns sehr wichtig. Um diesen Austausch auch mit Femnet und Cividep zu ermöglichen, haben wir bereits zwei Telefonkonferenzen initiiert und im direkten Gespräch sowie per Email zu den beanstandeten Punkten Stellung bezogen.

Wir stehen darüber hinaus mit dem von Femnet und Cividep bezeichneten Zulieferer in Bangalore in engem Kontakt und haben angeboten, einen direkten Kontakt zwischen Cividep und dem Zulieferer herzustellen um einen unmittelbaren Austausch und Workshops zu ermöglichen. Dazu haben wir kein Feedback erhalten.

Wir haben es uns zur Aufgabe gemacht, die Arbeitsbedingungen in unserer Lieferkette vor Ort durch unsere Factory-Improvement-Programme (FIP) zu verbessern. In Indien haben wir verschiedene FIPs unterstützt und vor kurzem begonnen, mit dem Swasti Life Programm vor Ort zusammen zu arbeiten. Dieses Programm soll Menschen und Gemeinden in die Lage versetzen, ein gesundes Leben durch Selbsthilfegruppen in teilnehmenden Fabriken zu führen, darunter unsere Fabrik in Bangalore. Das Programm konzentriert sich auf die Verbesserung der Fähigkeiten von Frauen mit Lebenskompetenzen, die ihnen helfen, die Herausforderungen des Lebens zu meistern, insbesondere in den Bereichen Gesundheit und Ernährung, reproduktive Gesundheit, finanzielle Bildung und geschlechtsspezifische Gewalt. Wir sind uns wie gesagt bewusst, dass viele Probleme in unserer Lieferkette in den Ländern, in denen wir arbeiten, endemisch sind und nicht allein gelöst werden können. Daher stehen wir Kooperationen und Austausch immer offen gegenüber.

5. Mitgliedschaft bei SAC

Frage: Warum ist Zalando nicht Mitglied beim deutschen Textilbündnis ?

Kein Stakeholder kann so viel bewirken wie wir alle zusammen. Daher ist uns ein übergreifender Austausch wichtig. Als internationale Firma mit einer internationalen Supply Chain müssen wir uns auf internationale Bündnisse konzentrieren. Deshalb sind wir mit unserer Eigenmarkenfirma zLabels, die als Produzent der relevantere Partner ist, Mitglied der Sustainable Apparel Coalition. Die SAC wiederum ist eine Arbeitsallianz mit dem Textilbündnis eingegangen. Mit dem Sekretariat des Textilbündnis stehen wir darüber hinaus in kooperativem Kontakt und planen gerade bei Themen wie Digitalisierung oder e-tail einen engeren fachlichen Austausch.

6. Frauenanteil in Leitungsfunktion bei Vorstand und Aufsichtsrat

Ø Derzeit ist keine Frau im dreiköpfigen Vorstand
Ø Nur 2 Frauen von 9 Personen sind im Aufsichtsrat
Ø Auf Ebene unter Vorstand: nur 11% - soll auf 25% in 2022 erhöht werden
Ø Auf 2. Ebene unter Vorstand liegt Frauenanteil bei 19%, soll auf 30% bis 2022 angehoben werden.

Frage: Warum soll Frauenanteil in Führungspositionen erst so spät angehoben werden?

Ein ausgewogenes Verhältnis zwischen Männern und Frauen ist für uns ein zentrales Thema, das wir mit konkreten Zielen hinterlegt haben. Bis 30. Juni 2022 soll der Frauenanteil in der ersten Führungsebene unter dem Vorstand auf 25 % und für die zweite Ebene auf 30 % gesteigert werden. Bei dem Ziel handelt es sich um die Erfüllung des §76 (4) AktG. In unserer internen Strategie haben wir uns darüber hinaus Ziele bis 2020 gesetzt. Als Maßnahmen zur Steigerung des Frauenanteils

legen wir unseren Fokus auf die drei Bereiche Recruiting, Beförderungspraxis, Fluktuation. Um nachhaltige Veränderungen zu bewirken benötigen die Maßnahmen Zeit für die Umsetzung. Diversität ist für uns ein langfristiges Thema und kein kurzfristiger Ansatz, insbesondere auch bei der Entwicklung interner Kandidaten.

Die Themen Inclusion und Diversity (I&D) sind fest in der Unternehmenskultur von Zalando verankert und unserer Meinung nach wichtige Voraussetzungen für Erfolg. Eine "inklusive" Kultur, in der sich jeder wertgeschätzt fühlt, ist dabei für uns wesentliche Voraussetzung dafür, dass bei uns Personen mit vielfältigen Hintergründen gut zusammenarbeiten und wir als Unternehmen innovativ sind. Bei Zalando arbeiten Mitarbeiter aus mehr als 100 Nationen. Auch in der Logistik ist dieser Grundsatz gelebter Alltag mit Trainings für interkulturelle Sensibilität, Gehörlosen-Teams und Initiativen zum jährlichen Diversity Day. Die Diversity Guild startete anfangs nur im Bereich Tech, wurde mittlerweile aber auf das ganze Unternehmen mit Veranstaltungen und konkreten Maßnahmen ausgeweitet. Zusätzlich sind wir mittlerweile offizielles Mitglied bei der Charta der Vielfalt.