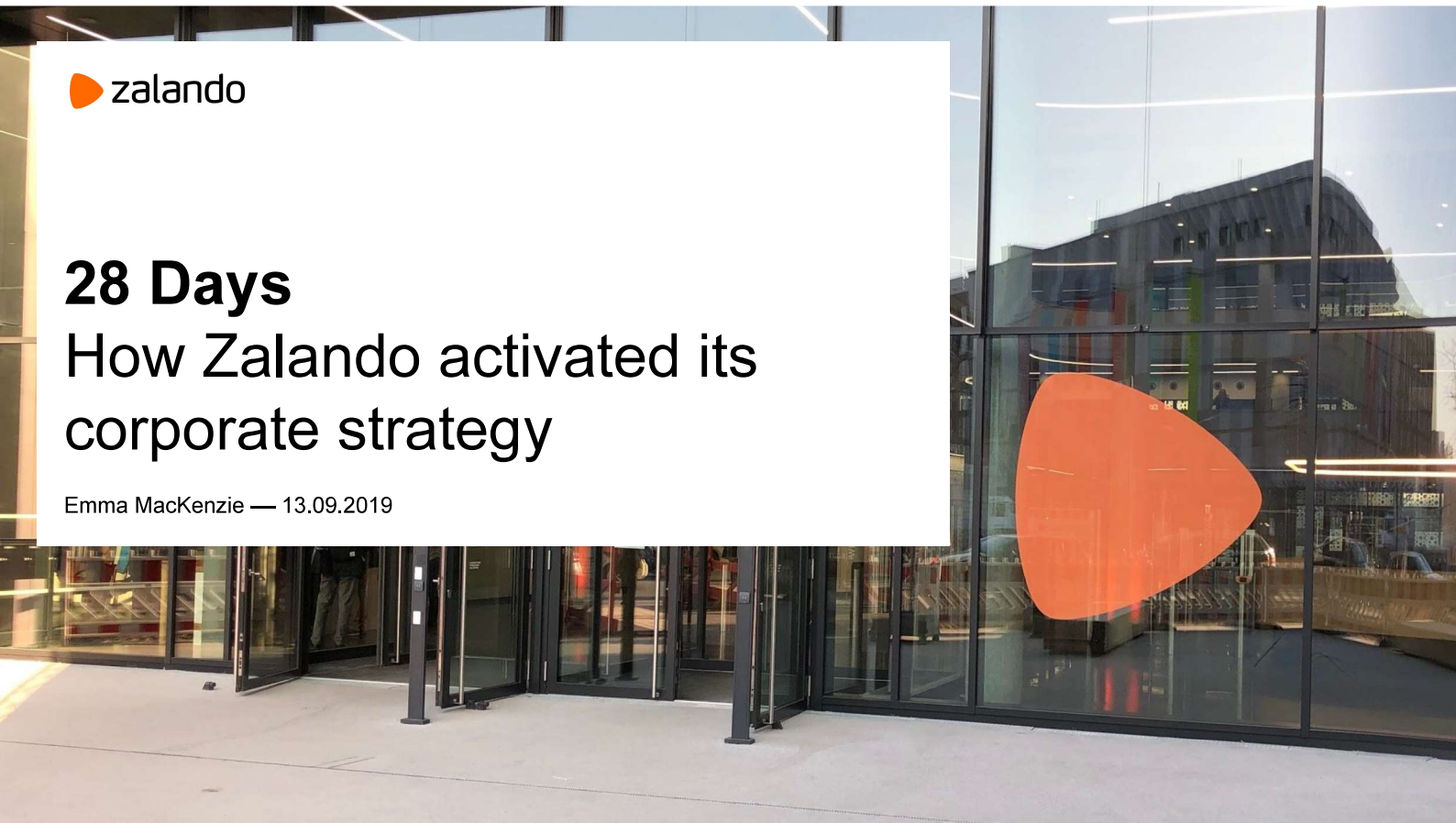




28 Days

How Zalando activated its corporate strategy

Emma MacKenzie — 13.09.2019



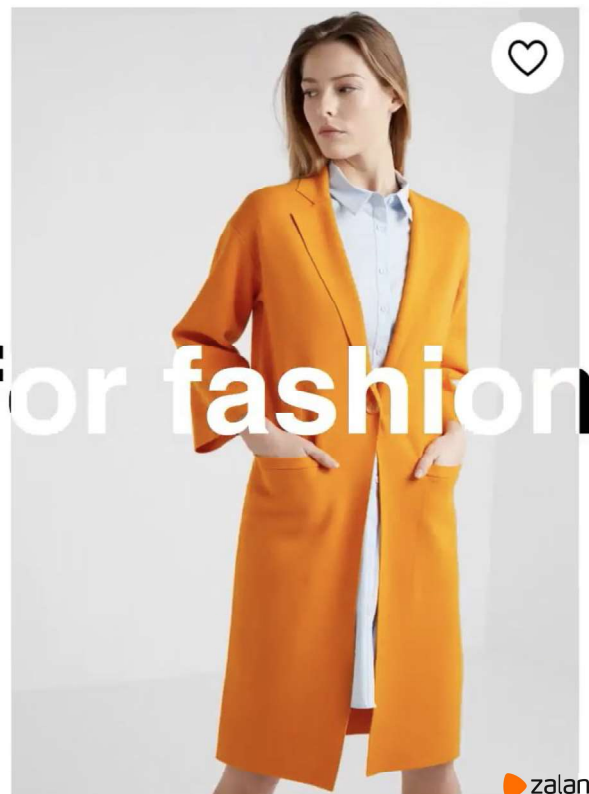


Time:
Zalando





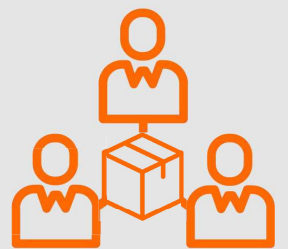
Starting point for fashion.



Our Founding Mindset



Customer Promises



Partner Promises



Investment Principles



Time:
28 Days

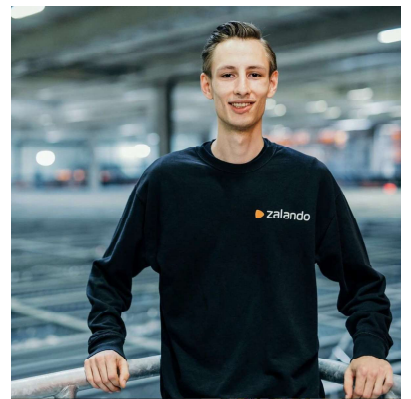




Leadership Team



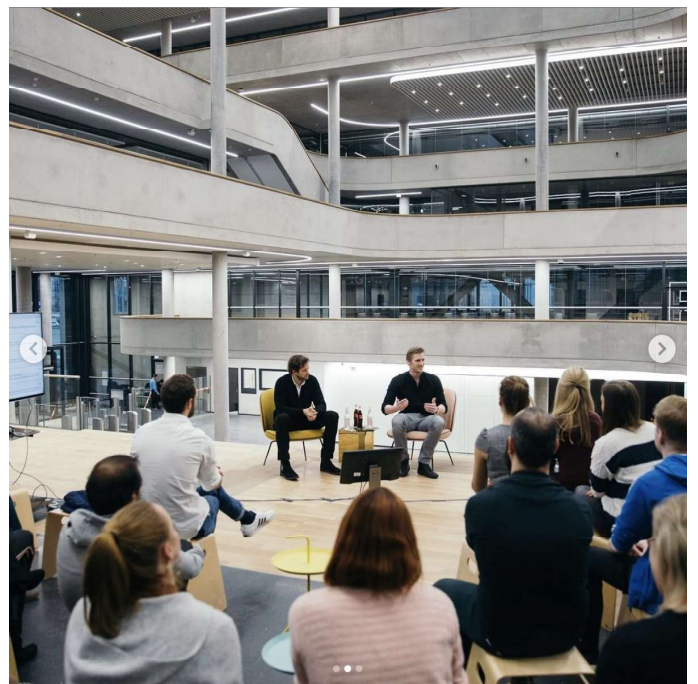
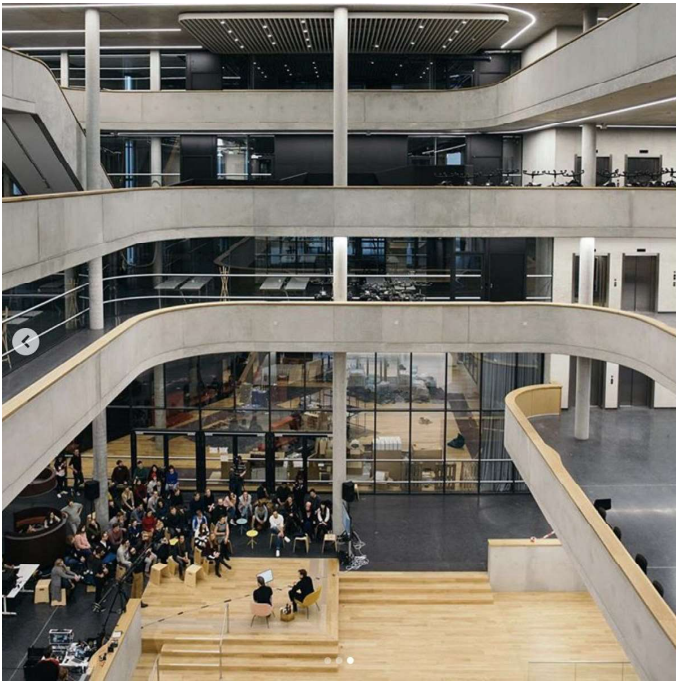
Office Workforce



Logistics Workforce

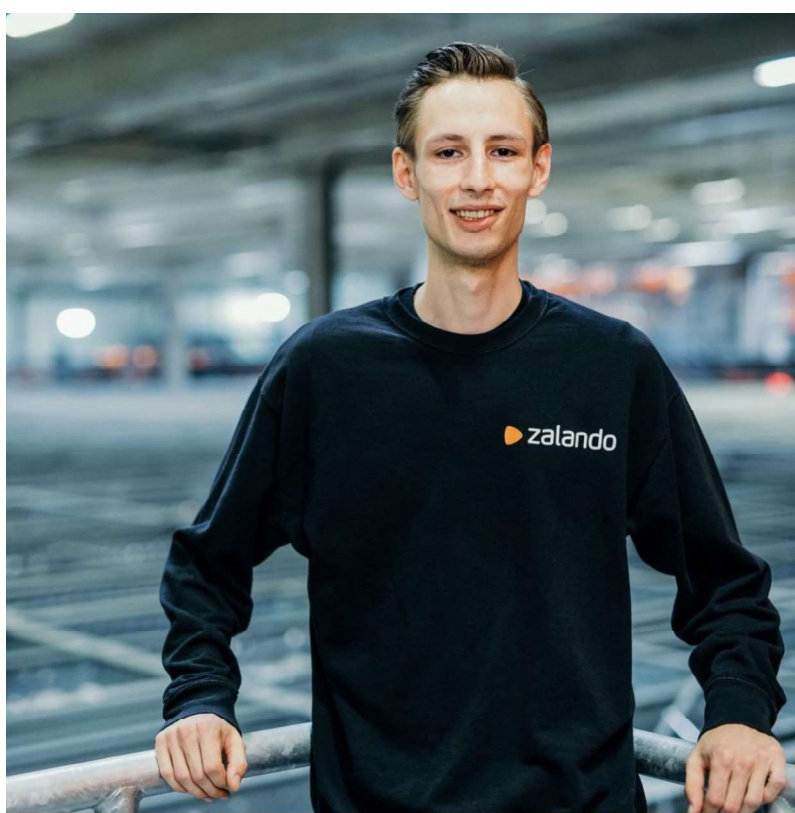






than we ever thought possible







Treasury

UNSER ZIEL FÜR 2023

Wer an Mode denkt, soll an Zalando denken. So wie heute die meisten Menschen für Musik Spotify öffnen, möchten wir, dass Kunden an Zalando denken, sobald sie auf der Suche nach einem neuen Outfit sind. Was das für uns bedeutet, erfährt ihr hier.

Wir bei Zalando machen uns ständig Gedanken, wie wir unsere Kunden noch glücklicher machen können. Wenn unsere Kunden den Zalando-Shop besuchen, sollen sie die für sie beste Auswahl an Kleidung, Accessoires und Kosmetik finden, tolle Styles entdecken können und neue Ideen für ihren Kleiderschrank bekommen. Zalando will eine unverzichtbare Rolle im Leben unserer Kunden und im Geschäft unserer Markenpartner spielen. „Ob das neue Outfit für die Party am Wochenende oder den ersten Tag an neuen Arbeitsplatz – Zalando ist der Ort, wo Kunden das finden, wonach sie suchen“, betont Jan Bartels, der im April dieses Jahres als neuer SVP Customer Fulfillment in die Fußstapfen von David Schröder getreten ist und damit auch die Logistik in seinem Bereich mitverantwortet.

Um das zukünftige Wachstum zu sichern und unsere Position als Europas führende Onlineplattform für Mode und Lifestyle voranzutreiben, haben wir

unsere Strategie weiterentwickelt. „Unser Fokus liegt darauf, der Starting Point for Fashion, also die erste Anlaufstelle für Mode, zu werden“, erklärt Jan. Doch was bedeutet „Starting Point for Fashion“ genau? „Viele Menschen suchen schon heute das neue Album ihrer Lieblingsband zuerst auf Spotify und besuchen Netflix, wenn sie Lust auf eine neue Serie haben. Diese Services sind also solche Starting Points oder Anlaufstellen, zu denen sich Kunden automatisch hingezogen fühlen“, erklärt Jan und ergänzt: „Wir sehen das auch heute schon bei Zalando. Mittlerweile bestellen etwa 65 Prozent der Kunden über die App. Für sie ist Zalando also heute schon die erste Anlaufstelle für Mode. Das wollen wir noch ausbauen.“

Der Schlüssel dafür ist die Plattformstrategie. Wir wollen, dass unsere Kunden auf Zalando genau das für sie passende Sortiment vorfinden. Starke Partnerschaften mit Marken bringen uns hier ans Ziel, deswegen werden wir unser Partner-Programm weiter ausbauen, das heißt, zukünftig werden



Wir möchten für unsere Kunden die erste Anlaufstelle für Mode sein. Dabei hilft uns der Fulfillment. Alles, was Mode zum Leben bringt, muss gut laufen.

nach mehr Marken über Zalando direkt an Kunden verkaufen. Um sicherzustellen, dass unsere Kunden keine Kompromisse machen und diese weiter vom gewohnten hohen Service-Niveau unserer Logistik profitieren, setzen wir künftig ebenfalls stärker auf ZFS, also unser Logistik-Serviceangebot für unsere Partner.

Gleichzeitig wird Zalando weiterhin daran arbeiten, für jeden Kunden maßgeschneiderte Services zu bieten. Ein Wegbereiter ist dabei Zalando Plus. Bei Zalando Plus erhalten Kunden gegen eine jährliche Gebühr von 15 Euro besondere Vorteile wie schnellere Lieferung und kostenlose Retourenabholung.

Um unsere Vision zu erreichen und der „Starting Point for Fashion“ zu werden, müssen wir auch in den nächsten Jahren weiter an einem Strang ziehen. Für Jan steht dabei fest: „Bis zum Jahr 2023/24 wollen wir unseren Umsatz noch einmal deutlich steigern und noch viel mehr Kunden in Europa glücklich machen: Wenn die Menschen also an Mode denken, sollen sie an Zalando denken.“

Vorstands-Update: Aus drei mach fünf

Berlin Im Rahmen unserer neuen Strategie haben wir auch unseren Vorstand erweitert.

Mit Blick auf unsere neue Strategie, der „Starting Point for Fashion“ zu werden, also die erste Anlaufstelle für Mode, ergeben sich für uns auch viele Chancen. Die Europäer geben 420 Milliarden Euro im Jahr für Mode aus. Im Vergleich zu unserem Umsatz ist das eine riesige Summe. Aktuell setzen wir 1,6 Prozent davon um. Obwohl wir heute ein großes Unternehmen sind, können wir noch viel mehr erreichen. Wir möchten weiter wachsen und in den nächsten Jahren einen Anteil von 3 Prozent erreichen. Um weiter erfolgreich zu bleiben, wollen wir auch unser Management verändern: Aus drei Vorstandsmitgliedern werden fünf. Wir möchten wichtige Entscheidungen schnell treffen und Pläne schnell in die Tat umsetzen können. Jedes einzelne Vorstandsmitglied hat damit einen klaren Aufgabenbereich und kann mit den Teams unsere neue Strategie umsetzen. Seit dem 1. April 2019 ist unser Vorstand wie folgt besetzt:

- David Schneider (Co-CEO) wird weiterhin eng mit unseren Marken-Partnern zusammenarbeiten und ist auch für das Sortiment zuständig.
- Robert Gentsch (Co-CEO) wird die Bereiche Marketing und Vertrieb übernehmen und weiterhin für das Personalwesen verantwortlich sein.
- Rubin Ritter (Co-CEO) wird die Verantwortung für die Strategie übernehmen.
- Jim Freeman, derzeit Senior Vice President Engineering, kam im April 2018 von Amazon zu Zalando. Er wird neuer Chief Technology

Officer (CTO) und die Verantwortung für die Produkt- und Technologiestrategie und -umsetzung von Zalando übernehmen.

• David Schröder ist seit neun Jahren bei Zalando und ihr kennt ihn alle als SVP für den Bereich Convenience. Er wird neuer Chief Financial Officer (CFO) und die Verantwortung für Finanzen und Operations übernehmen.

Jan Bartels, den ihr bereits als VP Customer Fulfillment & Logistics kennt, folgt als neuer SVP Customer Fulfillment auf David Schröder und verantwortet damit neben weiteren Bereichen wie Customer Care auch die Logistik. „Ich freue mich auf die neue Herausforderung und möchte an die erfolgreiche Arbeit von David anschließen“, sagt Jan. „Durch meine bisherige Position kenne ich die Logistik natürlich sehr gut und weiß, wie hart alle Teams täglich dafür arbeiten, dass wir unseren Kunden den bestmöglichen Service anbieten können.“

JAN
SVP
Customer
Fulfillment



„Unser Fokus liegt darauf, der Starting Point for Fashion zu werden, also erste Anlaufstelle für Mode.“

Time:
Team





Time:
**From then
to now**



ZGS



Zalando Group Strategy

Find out more about our common purpose and shared goals.

The Starting
Point
for Fashion.

Change cover

8699 FOLLOWERS

NAVIGATION

- Home
- Timeline
- ZGS Blog
- ZGS 2023
- Our Founding Mindset
- Customer Promises
- Partner Promises
- Investment Principles

Edit content

We believe the most exciting times are ahead.

The European Union is home to more than 512M people and European fashion is a large opportunity at €430B with the online segment continuing to emerge.

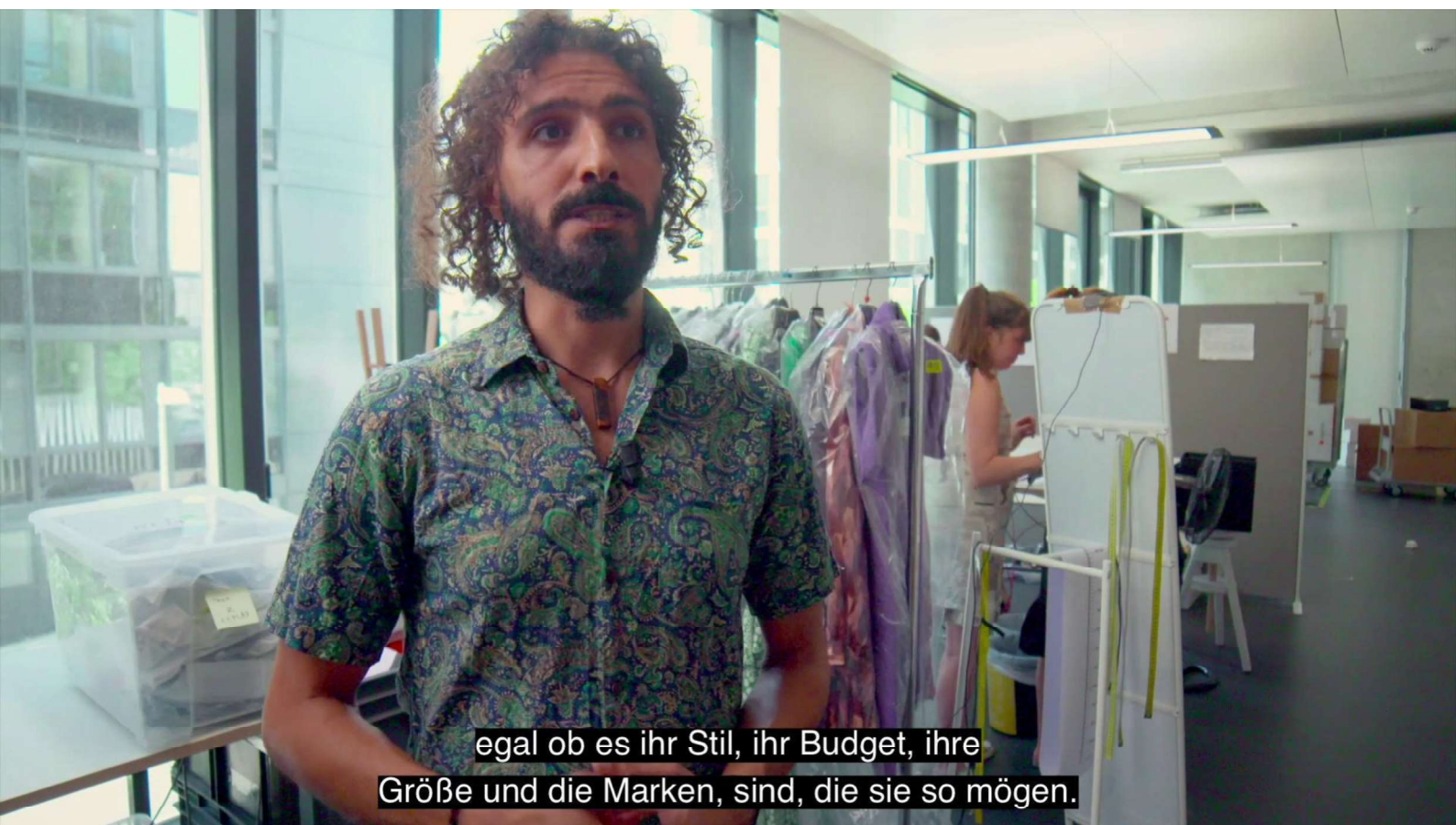
In 2013, we became the fastest-ever European company to achieve €1B in Revenue and by 2018 this had grown to €5.4B. Despite this progress, our fashion market share (i.e. the percentage of consumer spending with Zalando compared to total consumer spend) was just over 1%.

Latest Updates

LATEST BLOG ARTICLES

[Zalando Group Strategy in Action - Improving the Partner Experience with PEI](#)
3 days ago in [Zalando Group Strategy](#) at [ZGS Blog](#)

[Zalando Group Strategy in Action - Size & Fit](#)
9 days ago in [Zalando Group Strategy](#) at [ZGS Blog](#)



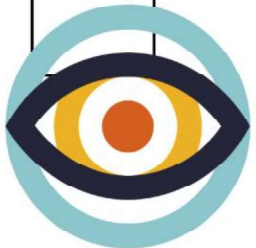
egal ob es ihr Stil, ihr Budget, ihre
Größe und die Marken, sind, die sie so mögen.



Our Founding Member

zalando

Customer Focus



Solve something that matters.
We start with an experience we'll cherish and then work backwards to make it happen. We don't just want to solve the problem, we want to make it a fun experience.

Always put yourself in our customer's shoes.
Building empathy with the customer is the only way to understand their needs and solve their problems. We're not just solving a problem, we're solving a customer's problem. We're not just solving a problem, we're solving a customer's problem.

Put purpose first, ego second.
We don't matter and I don't matter. Our mission, our vision, our purpose. That's what matters. We're not just solving a problem, we're solving a customer's problem. We're not just solving a problem, we're solving a customer's problem.

zalando

Entrepreneurship



Act like an owner.
"Ownership" is about being responsible for your actions. It's about taking ownership of your actions. It's about taking ownership of your actions. It's about taking ownership of your actions.

Don't meet because it's "Thursday".
The reason we're meeting is because we have a problem. We're not just meeting because it's "Thursday". We're meeting because we have a problem. We're meeting because we have a problem.

Start with "yes".
Opportunity comes in many guises. It's not always obvious. It's not always obvious. It's not always obvious. It's not always obvious. It's not always obvious. It's not always obvious.

Fly high and dive deep.
We want the big picture in mind, but we also want to dive deep. We want the big picture in mind, but we also want to dive deep. We want the big picture in mind, but we also want to dive deep.

Our Founding Member

zalando

Empowerment



Make us better, not bigger.
We promote and live by change. We promote and live by change. We promote and live by change. We promote and live by change. We promote and live by change.

Be your team's biggest fan.
Empowerment happens in teams. Empowerment happens in teams. Empowerment happens in teams. Empowerment happens in teams. Empowerment happens in teams.

Default to transparency.
We promote and live by change. We promote and live by change. We promote and live by change. We promote and live by change. We promote and live by change.

Live high challenge and high support.
Empowerment happens in teams. Empowerment happens in teams. Empowerment happens in teams. Empowerment happens in teams. Empowerment happens in teams.

Our Founding Member

zalando

Speed



Think big, act fast.
We start with an experience we'll cherish and then work backwards to make it happen. We don't just want to solve the problem, we want to make it a fun experience.

Keep it simple, Sherlock.
We start with an experience we'll cherish and then work backwards to make it happen. We don't just want to solve the problem, we want to make it a fun experience.

Disagree and commit.
We start with an experience we'll cherish and then work backwards to make it happen. We don't just want to solve the problem, we want to make it a fun experience.

Our Founding Member





Time: **What Next**



Q&A

