



# 28 Days - How Zalando activated its corporate strategy

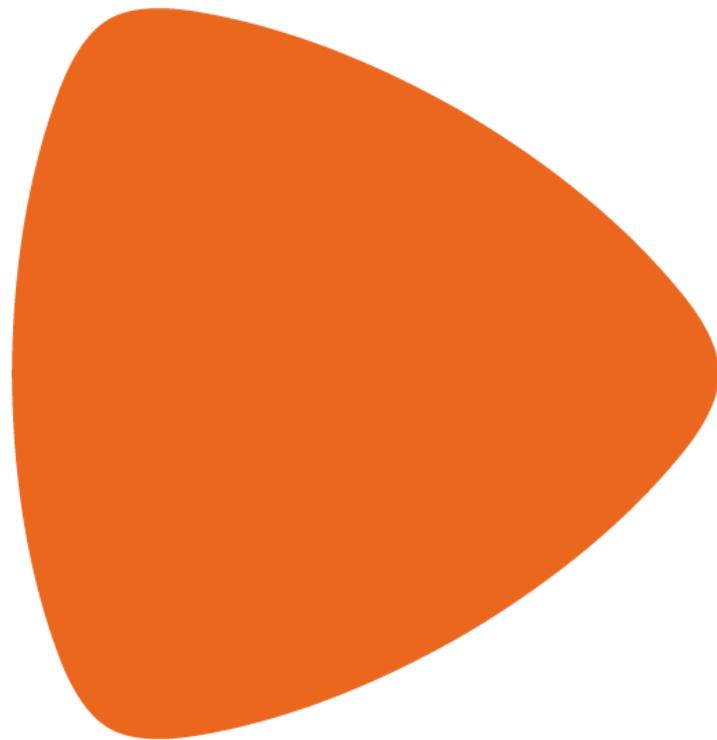
---

KOMMUNIKATIONS KONGRESS

Emma MacKenzie

13-09-2019



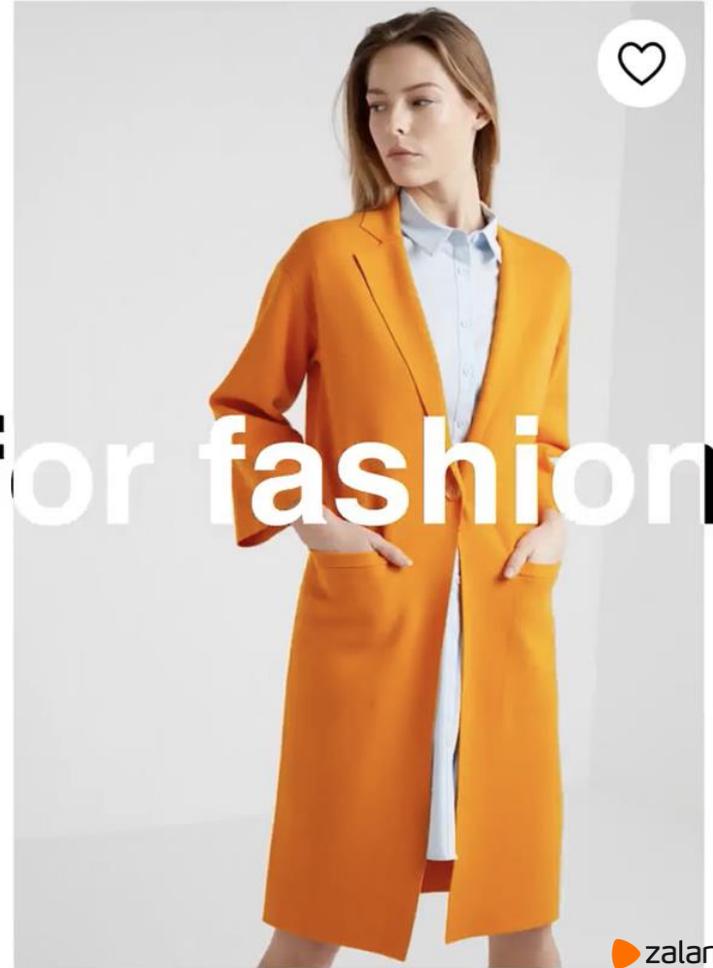


# Time: Zalando





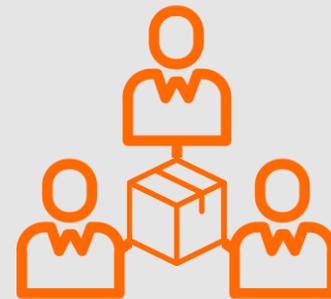
**Starting point for fashion.**



## Our Founding Mindset



## Customer Promises



## Partner Promises



## Investment Principles



**Time:**  
**28 Days**

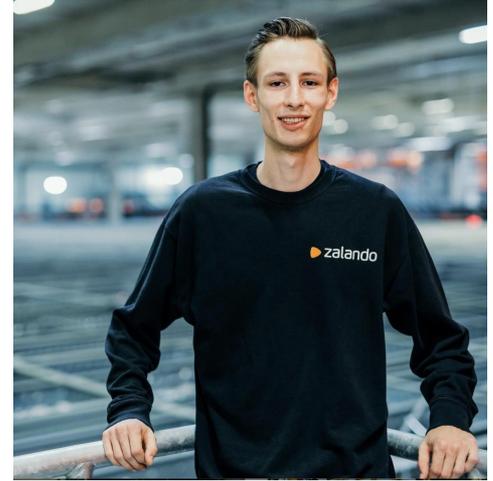




**Leadership Team**



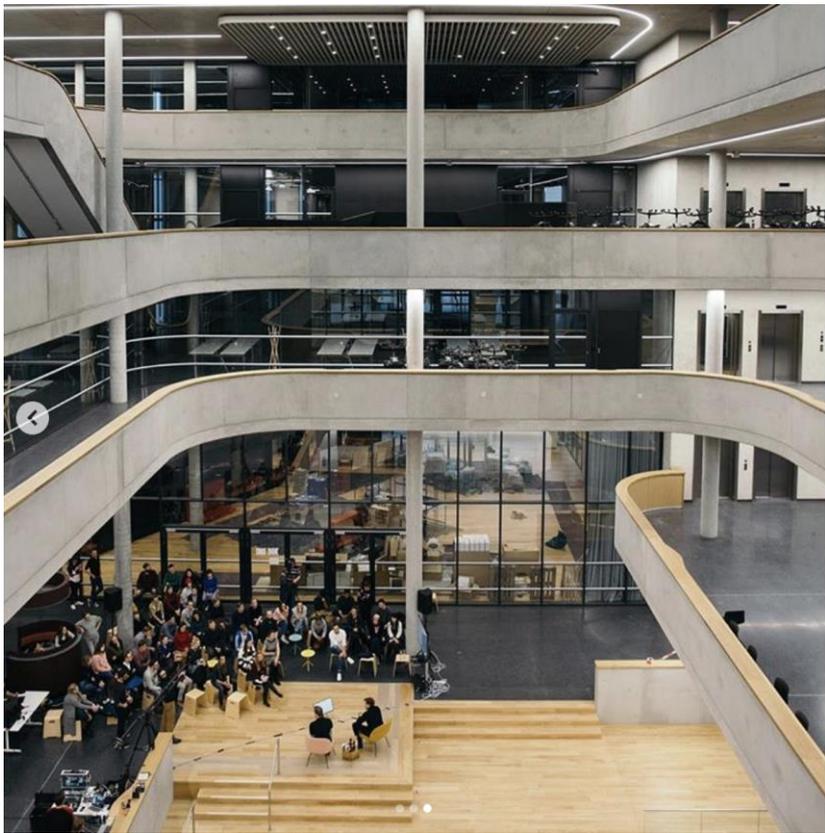
**Office  
Workforce**



**Logistics  
Workforce**







A pair of gold high-heeled shoes is being held by tweezers in space. The shoes are positioned in the center of the frame, with the tweezers holding them from the bottom. The background shows the Earth's horizon and a blue sky, suggesting a high-altitude or space environment. The text "than we ever thought possible" is overlaid on the image in white, bold, sans-serif font.

than we ever thought possible



# UNSERE WERTE FÜR DIE ZUKUNFT

Daniel Behlert, Director of Warehouses, über die Rolle der Werte innerhalb unserer Strategie

**Daniel, wie finden sich die 14 Werte im Rahmen unserer neuen Strategie wieder?**  
Die Strategie beschreibt, wie wir künftig arbeiten wollen, aber auch welche Versprechen wir unseren Kunden, Geschäftspartnern und den Marken geben wollen, die ihre Artikel in unserem Online-Shop verkaufen. Den Kunden wollen wir weiterhin das beste Einkaufserlebnis bieten. Unseren Partnern wollen wir die besten Rahmenbedingungen bieten, um ihre Artikel zu verkaufen. Die Werte sind dabei Entscheidungshilfen, die uns bei Zalando helfen, das Richtige zu tun, wenn wir vor Herausforderungen stehen.

**Wie können uns die Werte in unserer tagtäglichen Arbeit unterstützen?**  
Für jeden Mitarbeiter sind das unterschiedliche Situationen während der Arbeit, z. B. wenn ein Gerät kaputt ist, ein Klärfall bearbeitet werden muss oder wenn ein Feedback-Gespräch ansteht. Wenn alle sich an den Werten orientieren, wird das insgesamt eine positive Auswirkung auf unsere Logistikprozesse haben. Die Werte sind dabei aber keine starren Vorschriften, an die man sich sehr streng halten muss, sondern eher als Angebot zu verstehen, für Situationen, in denen man eine Entscheidungshilfe benötigt.

**Welche Werte liegen dir am meisten am Herzen?**

Da gibt es etwa den Aspekt: „ist halt so“ ist nicht.“ Ich denke, es ist sehr wichtig, Prozesse ständig zu hinterfragen und offen gegenüber Veränderungen zu sein. Oder: „Zalando ist, was wir draus machen.“ Jeder sollte versuchen, über seine eigenen Aufgaben hinauszudenken. Die Arbeit eines Einzelnen ist womöglich wichtig für andere Abteilungen. Nur gemeinsam schaffen wir das bestmögliche Einkaufserlebnis für den Kunden. Und nicht zuletzt: „Einer für alle, alle für einen!“ Denn: Unsere Vielfalt macht uns stark. Wir sind stolz auf unser Team aus 62 Nationen und beziehen den Erfahrungsschatz jedes Einzelnen in unseren Alltag ein.

DANIEL  
Director of Warehouses



## Empowerment Teamgeist

**Make us better, not bigger**  
Wir werden nicht nur größer,  
sondern immer besser

**Be your team's biggest fan**  
Einer für alle, alle für einen!

**Live high challenge and high support**  
Wir fördern und wir fördern uns

**Default to transparency**  
Wir sagen, was Sache ist

## Entrepreneurship Verantwortung

**Start with "yes"**  
Ja, das packen wir

**Act like an owner**  
Zalando ist, was wir draus machen

**Fly high and dive deep**  
Blick aufs Ganze, Auge fürs Detail

**Don't meet because it's "Thursday"**  
„Ist halt so ist nicht“



## Customer Focus Kundenfokus

**Always put yourself in our customer's shoes**  
Wir sehen die Welt aus Kundensicht

**Solve something that matters**  
Machen, was zählt

**Put purpose first, ego second**  
Wir nehmen uns selbst nicht zu wichtig



## Speed Schnelligkeit

**Think big, act fast**  
Groß denken, schnell handeln

**Keep it simple, Sherlock**  
Einfache Lösungen sind die besten

**Disagree and commit**  
Wir ziehen an einem Strang

**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

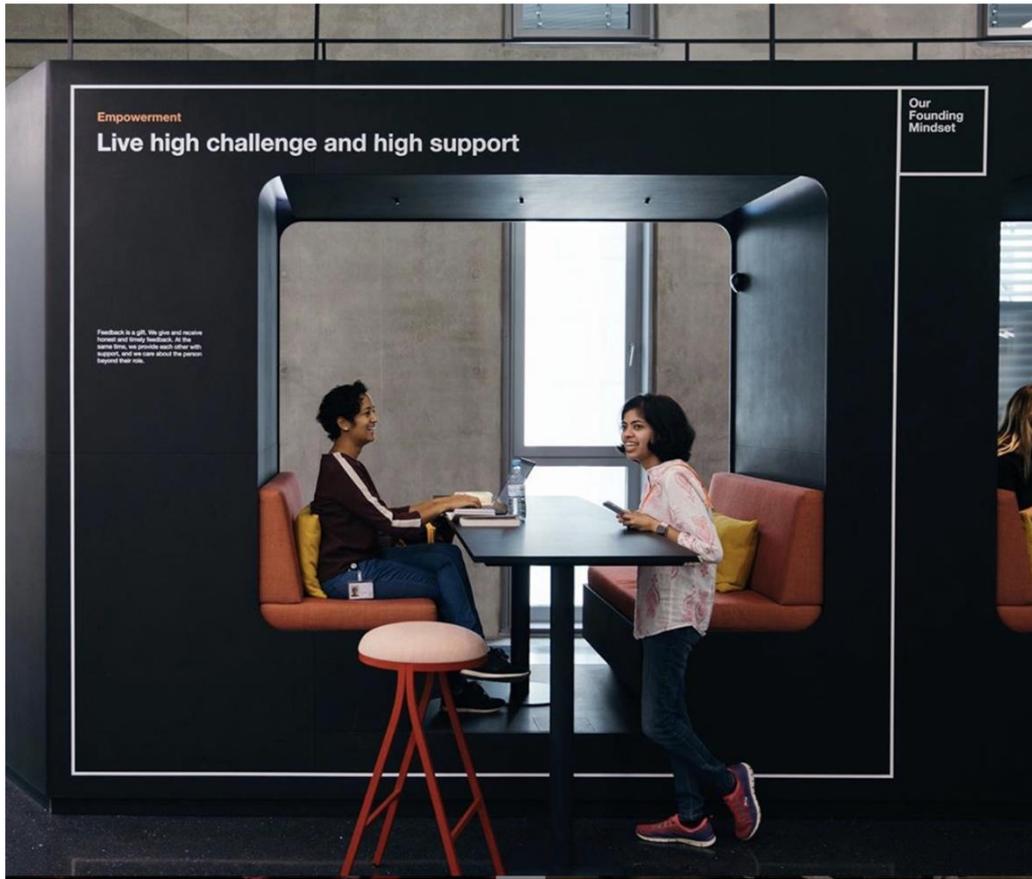
[Zalando Group Strategy in Action - Improving the Partner Experience with PEI](#)

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](#)





**Time:**

**What Next**



# Questions and answers

