

Pressemitteilung

Hamburg, 10. Mai 2012

Otto Group strebt im E-Commerce die Marktführerschaft in Brasilien an

Die Otto Group hat mit dem brasilianischen Distanzhändler Posthaus ein gemeinsames Unternehmen gegründet, um in dem südamerikanischen Land das E-Commerce-Geschäft zu forcieren. Die Offensive leiten die Konzern-Töchter Bonprix und Arqueonautas ein. Zudem ist auch der Web-Enabling-Dienstleister NexTec in Brasilien gestartet, um Einzelhändler beim Eintritt in den brasilianischen E-Commerce-Markt zu unterstützen. Damit ist die Otto Group mit ihren drei Segmenten – Multichannel-Einzelhandel, Service und Finanzdienstleistungen – in Brasilien aktiv.

Nach der erfolgreichen Expansion nach Russland forciert die Otto Group den Einstieg in das BRIC-Land Brasilien. Zusammen mit dem Distanzhandelsunternehmen Posthaus hat die Otto Group das Gemeinschaftsunternehmen DBR gegründet, an dem die Hamburger eine knappe Mehrheit halten. „Brasilien ist für die Otto Group ein wichtiger Meilenstein bei der internationalen Expansion und für das weitere Wachstum der Gruppe“, sagt Hans-Otto Schrader, Vorstandsvorsitzender der Otto Group. „Wir erwarten wie in Russland, dass wir innerhalb von fünf Jahren die Marktführerschaft im Fashion-E-Commerce erringen und den Umsatz auf eine halbe Milliarde US-\$ steigern.“

DBR hat von Posthaus den in Brasilien bekannten Internet-Marktplatz posthaus.com.br übernommen, auf dem Eigenmarken von Posthaus sowie Mode-Marken von anderen Anbietern vertrieben werden. Posthaus ist ein etablierter und marktstarker Distanzhändler mit einem integrierten Warehousing. Im Jahr 2011 realisierte das Unternehmen einen Umsatz von rund 100 Millionen Euro. „Durch die enge Zusammenarbeit mit Posthaus haben wir uns eine hervorragende Startposition verschafft“, sagt Vorstand Hanjo Schneider, der für die Expansion nach Brasilien zuständig ist. „Posthaus und die Otto Group sind auf Grund ihrer Wurzeln im Versand- und Onlinehandel und ihres Geschäftsmodells optimale Partner.“

Otto Group · Unternehmenskommunikation · Wandsbeker Straße 3-7 · D-22172 Hamburg
Telefon +49 (0) 40 64 61 4010 · Fax +49 (0) 40 64 61 4490
www.ottogroup.com

Ausgehend vom Marktplatz posthaus.com.br wird die Otto Group in den nächsten Jahren ihre Marken lancieren. Bereits jetzt bietet Bonprix ein Sortiment auf dem Online-Marktplatz an. Zum Start der Herbst-Winter-Saison wird Bonprix mit einem eigenen Webshop die brasilianischen Kunden ansprechen. Zudem testet die Otto Group zurzeit die Marke Arqueonautas mit Kevin Costner als Testimonial auf posthaus.com.br.

Da der brasilianische E-Commerce-Markt für Mode noch am Anfang der Entwicklung steht, sieht die Otto Group großes Wachstumspotenzial im Bereich Web-Enabling, also bei der Unterstützung von Händlern, ihr Sortiment auch online anzubieten. Dabei stehen sowohl stationäre Händler in Brasilien im Fokus als auch internationale Marken, die in das südamerikanische Land expandieren wollen. Dazu baut das Otto Group-Unternehmen NexTec ein Team von Spezialisten auf, das Online-Shops einrichtet und alle Services entlang der E-Commerce-Wertschöpfungskette anbietet – vom Shop-Management über crossmediales Marketing hin zu Distribution und Customer Service.

Wie schon im Juni 2011 berichtet, hat die EOS Gruppe, ein Unternehmen der Otto Group, 60 Prozent der Anteile am Hoepers Recuperadora de Crédito S.A., übernommen, einem der Top drei Inkasso-Unternehmen des Landes. Damit agiert der Konzern in Brasilien mit allen drei Segmenten: Er ist sowohl mit seinem Kerngeschäft als Distanzhändler aktiv als auch als kompetenter Dienstleister in den Bereichen Web-Enabling und Finanzdienstleistungen, die essentiell für erfolgreiche Handelsunternehmungen sind.

Otto Group

1949 in Deutschland gegründet, ist die Otto Group heute eine weltweit agierende Handels- und Dienstleistungsgruppe mit rund 54.200 Mitarbeitern (Stand Februar 2012). Die Gruppe ist mit 123 wesentlichen Unternehmen in mehr als 20 Ländern Europas, Nordamerikas und Asiens präsent. Ihre Geschäftstätigkeit erstreckt sich auf die drei Segmente Multichannel-Einzelhandel, Finanzdienstleistungen und Service. Im Geschäftsjahr 2011/12 (29. Februar) erwirtschaftete die Otto Group nach vorläufigen Zahlen einen Umsatz von 11,6 Mrd. Euro. Sie ist weltweit größter Online-Händler für Fashion und Lifestyle und weltweit zweitgrößter Online-Händler mit dem Endverbraucher (BtoC). Kataloggeschäft, E-Commerce und der stationäre Einzelhandel bilden die drei Säulen des Multichannel-Einzelhandels der Otto Group. Weltweite Konzernaktivitäten und eine Vielzahl von strategischen Partnerschaften und Joint Ventures bieten Otto ausgezeichnete Voraussetzungen für Know-how-Transfer und die Nutzung von Synergiepotenzialen. Ein hohes Maß an Eigenverantwortlichkeit der Konzernunternehmen garantiert zugleich Flexibilität und Kundennähe sowie eine optimale Zielgruppenansprache in den jeweiligen Ländern.

Nähere Informationen zur Otto Group liegen im Internet unter www.ottogroup.com für Sie bereit.

Medienkontakte:

Thomas Voigt, Tel.: +49 40 6461-4010, Fax: -4490,
E-Mail: thomas.voigt@ottogroup.com

Anja Schlumberger, Tel.: +49 40 6461-2820, Fax: -4490,
E-Mail: anja.schlumberger@ottogroup.com