

Pressemitteilung

Hamburg, 10. Juli 2012

Stetiges Wachstum beflügelt Sportumsätze

„SportScheck macht Sport“ zu einem Umsatzmotor der Otto Group

Der Umsatz von Sportartikeln in der Otto Group belief sich im vergangenen Geschäftsjahr (März 2011 bis Februar 2012) auf rund 750 Millionen Euro. Ein wesentlicher Treiber in diesem Geschäftszweig ist SportScheck.

SportScheck, das seit 1991 vollständig zur Otto Group gehört, hält mit über 400 Millionen Euro Brutto-Umsatz* den größten Anteil an Sportartikeln. Mittelfristiges Ziel ist es, den Gesamtumsatz im Segment Sport für alle Konzernunternehmen auf eine Milliarde Euro zu steigern. Dazu gehören neben SportScheck auch die Unternehmen OTTO, Baur, Heine, Witt und Bonprix. Durch die Expansion der SportScheck GmbH auf allen Verkaufskanälen wird Sport innerhalb der Unternehmensgruppe zu einem immer wertvolleren Thema. Die kontinuierliche Umsatzsteigerung seit fünf Jahren ist dem Wachstum der Stationärgeschäfte, der Erweiterung der Onlineaktivitäten und der stetigen Weiterentwicklung des Mobile Business zu verdanken.

SportScheck ist einer der größten deutschen Sportartikelanbieter und führender Multichannel-Sportfachhändler. Das Sortiment ist im Web, im Mobile Shop, via Shopping App, per Katalog und in 16 Filialen erhältlich.

*Der genannte Wert entspricht nach IAS/IFRS einem Umsatz in Höhe von 350 Millionen Euro.

Otto Group

1949 in Deutschland gegründet, ist die Otto Group heute eine weltweit agierende Handels- und Dienstleistungsgruppe mit rund 53.100 Mitarbeitern (Stand Februar 2012). Die Gruppe ist mit 123 wesentlichen Unternehmen in mehr als 20 Ländern Europas, Nord- und Südamerikas 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 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-

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

AG Hamburg, HR A 62 024, Persönlich haftend: Verwaltungsgesellschaft Otto mbH, Hamburg, AG Hamburg, HR B 13 762
vertr. durch: Hans-Otto Schrader (Vorsitzender) · Dr. Rainer Hillebrand (Stellvertretender Vorsitzender) · Alexander Birken ·
Dr. Michael Heller · Dr. Timm Homann · Hanjo Schneider · Jürgen Schulte-Laggenbeck · Dr. Winfried Zimmermann
Aufsichtsrat: Dr. Michael Otto (Vorsitzender)

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.

Pressekontakt:

Anja Schlumberger, Telefon: +49 (0) 40 6461-2820, Fax: -4490, E-Mail:

anja.schlumberger@ottogroup.com