

Pressemitteilung

Hamburg, 18. September 2012

Arqueonautas gründet Beirat

Hamburg, 18. September 2012 – Die für sportlich-maritime Kleidung bekannte Arqueonautas GmbH (ARQ) hat einen Beirat gegründet, dem namhafte Mitglieder angehören. So wird die Journalistin und TV-Produzentin Sabine Christiansen das Unternehmen insbesondere zu den Themen Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung beraten. Rien Jansen, Geschäftsführer bonprix, Nikolaus Graf Sandizell, Gründer von Arqueologia Subaquatica S.A., sowie Hanjo Schneider, Mitglied des Vorstands der Otto Group und CEO Hermes Europe, komplettieren das mit Wirkung zum 1. September 2012 eingesetzte Gremium.

„Bei Arqueonautas verfolgen wir ambitionierte Ziele. Dafür stehen bereits unsere weltweit bekannten Markenbotschafter Kevin Costner und Mika Häkkinen. Mit dem neu gegründeten Beirat sind wir nun aber auch organisatorisch für die weitere internationale Expansion der Marke sehr gut aufgestellt“, erklärt Wolfgang Müller-Tonder, Geschäftsführer von „House of Brands“, das seit Anfang des Jahres als Markendach für Arqueonautas und andere Mode- und Lifestyle Brands der Otto Group fungiert.

„Mit Sabine Christiansen haben wir zudem eine prominente Persönlichkeit für uns gewinnen können, die über große Erfahrung bei der Implementierung nachhaltiger Organisationsformen in Unternehmen verfügt. Darauf legen wir bei der naturverbundenen Marke Arqueonautas natürlich besonderen Wert“, betont Wolfgang Müller-Tonder.

Namensgeber des Labels ist das 1995 von Nikolaus Graf Sandizell in Portugal gegründete marinearchäologische Unternehmen Arqueonautas, Arqueologia Subaquatica S.A., das kulturhistorisch wertvolle Fracht aus historischen Schiffwracks birgt. Entsprechend wird für jedes verkaufte modische Accessoire je ein Euro für den Schutz maritimen Kulturguts an das Tauch- und Archäologen-Team abgeführt. Seit dem

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

Herbst 2011 kooperiert Arqueonautas mit dem US-Schauspielstar Kevin Costner als Markenbotschafter, der selbst passionierter Taucher ist und somit das maritime Image des Modelabels ideal repräsentiert.

„Nachhaltigkeit wird bei Arqueonautas sowohl im öffentlichen Wirken des Unternehmens als auch im Produktdesign sehr authentisch praktiziert. Es wird spannend sein, diese Strategie weiter zu entwickeln und zu fördern“, freut sich Sabine Christiansen auf ihre neue Aufgabe als Beiratsmitglied.

Die ehemalige Tagesthemen- und Talkshow-Moderatorin ist seit 2002 geschäftsführende Gesellschafterin der TV 21 GmbH in Berlin, die u. a. nationale und internationale Wirtschafts- und Politikformate, Dokumentationen sowie Reportagen produziert. Darüber hinaus setzt sie sich seit Jahren u. a. als Unicef-Botschafterin und Vorstandsmitglied der Laureus Sport for Good-Stiftung für soziale Belange ein, ist Vorsitzende verschiedener Nachhaltigkeitsbeiräte im Konsumgüterbereich und wurde erst kürzlich mit der bayerischen Staatsmedaille für ihr gesellschaftliches Engagement ausgezeichnet.

Vorsitzender des Beirats bei Arqueonautas ist Hanjo Schneider, der gemeinsam mit Rien Jansen die betriebswirtschaftliche Entwicklung und den Ausbau der internationalen Markenstrategie begleiten wird. Beide verfügen über langjährige Erfahrung als Geschäftsführer international erfolgreicher Unternehmen. Als Mann der ersten Stunde von Arqueonautas und Experte für die Tauchexpeditionen komplettiert Nikolaus Graf Sandizell das Gremium.

„Die Kombination wirtschaftlicher sowie ökologischer und sozialer Expertise im Beirat von Arqueonautas hat Vorbildcharakter. Ich bin sicher, dass Sabine Christiansen dank ihrer Persönlichkeit und Erfahrung auch in anderen Gesellschaften unseres traditionell nachhaltig aufgestellten Konzerns wichtige Impulse setzen kann“, sagt Hanjo Schneider.

Entsprechend ist geplant, Sabine Christiansen auch in den derzeit in Gründung befindlichen Aufsichtsrat der Hermes Europe GmbH zu berufen. Ab dem Frühjahr 2013 soll sie hier die weitere strategische Ausrichtung des Handels- und Logistikdienstleisters auf umweltfreundliche Transporte und die Übernahme sozialer Verantwortung begleiten.

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-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:

Thomas Voigt, Telefon: +49 (0) 40 6461-4010, Fax: -4490, E-Mail:
Thomas.voigt@ottogroup.com

Anja Schlumberger, Telefon: +49 (0) 40 6461-2820, Fax: -4490, E-Mail:
anja.schlumberger@ottogroup.com