

Pressemitteilung

Hamburg, 11. Juni 2013

FOKUS: Strukturen sind verabschiedet

Mit dem Zukunftsprojekt FOKUS sollen die Marken OTTO, Baur und Schwab in eine langfristig erfolgreiche Zukunft geführt werden. Alle drei Unternehmen und Marken werden auch künftig eigenständig am Markt agieren, werden aber deutlich von den Synergien profitieren. Hierfür sind in einem ersten Schritt die Markenprofile geschärft und wichtige Zukunftsinvestitionen getätigt worden. Der strategischen Ausrichtung folgend, sind nun auch die neuen Organisationsstrukturen zwischen Arbeitgeber- und Arbeitnehmervertreterseite verhandelt und verabschiedet.

Unter der Projektleitung von Alexander Birken, Konzernvorstand Multichannel Distanzhandel, war in den letzten Monaten intensiv an der Ausgestaltung von FOKUS gearbeitet worden. Erste Investitions- und Zukunftsmaßnahmen konnten dabei bereits erfolgreich umgesetzt werden. Birken: „Sowohl die Abschlüsse des abgelaufenen Geschäftsjahres als auch die ersten Zahlen dieses Geschäftsjahres belegen, dass wir den richtigen Weg eingeschlagen haben. Die Ergebnisentwicklung von OTTO, Baur und Schwab ist sehr positiv.“ Neben einer Vielzahl von markenstärkenden Kundenmaßnahmen, galt es jedoch auch die Prozesse und dahinterliegenden Strukturen effizienter zu gestalten. „Wir müssen uns im wettbewerbsintensiven Onlinemarkt agil aufstellen und die stetig wachsende Bedeutung des E-Commerce in den Organisationsstrukturen konsequent abbilden“, so Birken.

Um dies zu gewährleisten, sind über die drei Firmen hinweg wesentliche strukturelle Maßnahmen geplant und zum Teil auch schon umgesetzt worden. OTTO, Baur und Schwab werden den starken Verbund und damit auch die Synergien vor allem im Einkaufs- bzw. Category Management nutzen. So werden Überschneidungen in der Sortimentsbearbeitung bereinigt und positive Effekte aus der Bündelung von Mengen besser genutzt. Auch künftig werden die einzelnen Sortimente für alle drei Firmen marken- und zielgruppenspezifisch gesteuert.

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

In den kaufmännischen Funktionen werden Kompetenzen gebündelt und verschlankt, Leistungen werden standardisiert. Effizienzvorteile im Bereich Marke und Werbung ergeben sich insbesondere aus der Verschiebung der Marketingmaßnahmen von offline hin zu online sowie aus gezielten Maßnahmen in Richtung Business Intelligence und E-Commerce wie z.B. der Softwareneuentwicklung für otto.de.

Die klare Fokussierung auf das Online-Geschäft und die Nutzung der Synergien über die drei Firmen hinweg hat auch Einfluss auf die personelle Stärke einzelner Bereiche. Darüber hinaus werden die Hierarchien flacher organisiert, um Entscheidungsprozesse für die Zukunft agiler zu gestalten.

In ihren ersten Annahmen war die Otto Group davon ausgegangen, dass über die strukturellen Veränderungen maximal rund 700 von 6300 Vollzeitstellen über alle drei Firmen hinweg von einem Abbau betroffen sein könnten. Nachdem über die vorausschauende Personalpolitik, Fluktuation und Versetzungen bereits weit mehr als 50 Prozent von diesem maximalen Abbau realisiert werden konnten, bleibt zum jetzigen Zeitpunkt ein offener Abbau von rund 270 Vollzeitstellen über die drei Firmen hinweg. Davon müssen bei der Einzelgesellschaft OTTO noch rund 200 Vollzeitstellen abgebaut werden. Bei Baur sind noch rund 60 Vollzeitstellen und bei Schwab etwa 10 Stellen abzubauen.

„Das sind nach wie vor schwerwiegende Einschnitte. Dennoch sind wir sehr zuversichtlich, dass wir auch den noch ausstehenden Abbau sozialverträglich und mit dem gleichen Augenmaß wie bisher realisieren können“, sagt Alexander Birken. Der Großteil der Veränderungen soll über Fluktuation oder andere sozialverträgliche Maßnahmen im Konzernverbund aufgefangen werden.

Otto Group

1949 in Deutschland gegründet, ist die Otto Group heute eine weltweit agierende Handels- und Dienstleistungsgruppe mit rund 53.800 Mitarbeitern (Stand Februar 2013). 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 2012/13 (28. Februar) erwirtschaftete die Otto Group einen Umsatz von 11,8 Milliarden Euro. Sie ist weltweit größter Online-Händler für Fashion und Lifestyle und weltweit zweitgrößter Online-Händler mit dem Endverbraucher (B2C). E-Commerce, Kataloggeschäft 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

Ulrike Abratis, Telefon: +49 (0) 40 6461-8630, Fax: -4490,
E-Mail: ulrike.abratis@otto.com