

Pressemitteilung

Moskau, 20. August 2013

Investitionen von weiteren 50 Millionen Euro: Otto Group Russia will ihre Marktführerschaft im E-Commerce ausbauen

Innerhalb von nur sieben Jahren hat sich die Otto Group vom Newcomer zum Marktführer im russischen Distanzhandel entwickelt. Um diese starke Position zu festigen und weiter auszubauen, plant der weltweit agierende Handels- und Dienstleistungskonzern Investitionen von weiteren 50 Millionen Euro in Russland. Der Schwerpunkt liegt vor allem im Ausbau der Logistik-Dienstleistungen. Rund 700 zusätzliche Jobs sollen entstehen.

Unter der Dachmarke Otto Group Russia ist die Otto-Gruppe seit 2006 im russischen Markt aktiv. Mit rund einem Dutzend Marken erwirtschaftet der Konzern inzwischen etwa 550 Millionen Euro Umsatz. Am erfolgreichsten hat sich die Marke Bonprix entwickelt, die mittlerweile mehr als 200 Millionen Euro Umsatz erzielt. Weitere starke Marken sind OTTO, Quelle, Witt, Nadom, Lascana, myToys.ru und Meggy Mall. Um die bestellten Waren möglichst schnell an die Kunden zu senden, betreibt die Otto Group Russia ein Logistikzentrum in Tver.

„Das Russland-Geschäft der Otto Group kann als Paradebeispiel für eine gelungene Expansion ins Ausland herangezogen werden“, bilanziert Dr. Michael Otto, Unternehmer und Aufsichtsratsvorsitzender der Otto Group. „Die Otto Group ist aus eigener Kraft und durch Zukäufe schnell gewachsen und hat damit über 2.000 Arbeitsplätze geschaffen. Wir sind überzeugt, dass im russischen Distanzhandel noch viel Potenzial steckt – allen voran im E-Commerce, der bereits für über 50 Prozent der Handelsumsätze steht. Damit ist und bleibt Russland für uns einer der zukunftsreichsten Märkte im Online-Handel weltweit.“

Die Perspektiven für den russischen Distanzhandel, der sich aus dem Kataloggeschäft und dem E-Commerce zusammensetzt, sind hervorragend. Während der Anteil des Distanzhandels am gesamten Einzelhandel in Deutschland rund acht Prozent beträgt, liegt

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

dieser Anteil in Russland noch unter drei Prozent. Prognosen zufolge wird sich vor allem das Online-Shopping in Russland stark entwickeln. Der E-Commerce-Umsatz wird sich in den kommenden fünf Jahren von heute rund 8,2 Milliarden Euro mehr als verdoppeln: Etwa 19 Milliarden Euro werden russische Verbraucher im Jahre 2017 durch den Einkauf im Netz voraussichtlich umsetzen. Auch der Kataloghandel wird an Bedeutung gewinnen und parallel zur positiven Gesamtentwicklung im Einzelhandel weiter wachsen.

Um weiterhin von dieser hohen Dynamik des russischen Distanzhandels profitieren zu können, plant die Otto Group weitere Investitionen in Höhe von rund 50 Millionen Euro. Ein Großteil der Summe fließt dabei in den Ausbau der Logistik-Infrastruktur. Um auch künftig weiterhin stark wachsen und das zunehmende Bestellaufkommen noch besser handhaben zu können, wird die Fläche des Logistikzentrums in Tver verdoppelt. Im Zuge dessen werden weitere 700 Arbeitsplätze geschaffen.

Ausbau des Hermes-DPD PaketShop-Netzwerks

Aber auch in die Erweiterung des PaketShop-Netzes wird investiert, in denen Kunden des Distanzhandels ihre Pakete abholen und aufgeben können. Dieses Netz hat Hermes 2010 gemeinsam mit dem DPD auf Basis eines Joint Ventures eröffnet und seither stetig erweitert. „Heute umfasst das Hermes-DPD PaketShop-Netzwerk bereits mehr als 350 PaketShops in 90 russischen Städten – unser Ziel sind über 1.000 Shops in 150 Städten bis 2015. Vorbild sind die PaketShop-Netzwerke, die Hermes bereits erfolgreich in Deutschland, Österreich und in Großbritannien betreibt“, erläutert Hanjo Schneider, Vorstand Services der Otto Group und CEO der Hermes Europe GmbH. Mit über 20.000 Shops in Europa unterhält Hermes damit das größte Netz an Annahmestellen im privaten Paketversand. Die Annahmestellen in Russland sind vorrangig als „Shops-in-Shops“ z.B. in Kioske und Supermärkte integriert, und werden seit dem Mai 2012 durch selbst geführte Servicestellen ergänzt.

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:

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

Robert Hägelen, Telefon: +49 (0) 40 6461-3129, Fax: -4490, E-Mail:
robert.haegelen@ottogroup.com