

Pressemitteilung

Hamburg, 10. September 2013

**„Digital Brand Champion“ – Otto Group-Marken belegen sechs Plätze in den Top Ten**

**Bei der Studie „Digital Brand Champion“ dominiert die Otto Group mit sechs Marken in den Top Ten. Neben OTTO und Bonprix finden sich in der Distanzhandels-Kategorie ebenso Baur, Quelle, Neckermann und Schwab in dem von der Wirtschaftswoche und der Berliner Strategieagentur different entwickelten Ranking für die beste digitale Markenstrategie wieder.**

„Das Ergebnis bestätigt einmal mehr, wie richtig es war, unsere Marken möglichst früh ins digitale Zeitalter zu überführen“, sagt Dr. Rainer Hillebrand, Konzern-Vorstand Konzernstrategie, E-Commerce und Business Intelligence. „Inzwischen setzen wir Benchmarks in Bereichen wie Kundenberatung 2.0, Mobile-Commerce sowie Online-Marketing. Jedoch sehen wir uns noch lange nicht am Ziel: Der Markt ist stark in Bewegung – wir wollen weiterhin mit spannenden Konzepten führend sein.“

Mit 116 von 160 möglichen Punkten etabliert sich OTTO nur knapp hinter eBay (122) und vor Zalando (111) als Distanzhändler mit der erfolgreichsten Strategie zur Inszenierung seiner Marke im digitalen Umfeld. Das Unternehmen zählt im deutschen Distanzhandel zu den Pionieren im Internet und generiert bereits mehr als 80 Prozent des Umsatzes im Netzhandel.

Den 4. Platz im Ranking sichert sich mit 100 Punkten Bonprix, das zum Zeitpunkt der Messung mit seinem Fashion-Contest „Modezwillig“ von sich reden machte. Mit 93 Punkten schließt Baur mit Sitz im oberfränkischen Burgkunstadt auf.

Punktgleich mit Wettbewerber Amazon etabliert sich Quelle (76) unter den „Digital Brand Champion“. Das Unternehmen, das vor wenigen Monaten erst sein Konzept neu ausgerichtet hat, belegt den 7. Rang. Neckermann platziert sich mit 64 Punkten direkt

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](http://www.ottogroup.com)

dahinter. Die Otto Group hatte im November 2012 sämtliche Markenrechte des damals insolventen Unternehmens erworben und daraus binnen weniger Monate einen erfolgreichen Online-Shop für Mode, Living und Technik geschaffen. Mit 59 Punkten macht der Multichannel-Einzelhändler Schwab das Otto Group Sextett bei den „Digital Brand Champion“ perfekt (9. Platz).

Die seit 2012 durchgeführte Untersuchung „Digital Brand Champion“ beleuchtet die digitalen Markenstrategien von 200 Unternehmen in den 20 bedeutendsten Branchen in Deutschland. Neben dem Versandhandel werden unter anderem auch Sportartikelhersteller, die Bankenbranche sowie die Automobilindustrie unter die Lupe genommen. Die einzelnen Rankings werden mithilfe der Digital Brand Scorecard erstellt. Das 16 Kennziffern umfassende Messmodell gibt Rückschlüsse über die digitale Performance der einzelnen Unternehmen.

Einen Einblick in die Studie erhalten Sie hier: [www.different.de/digitalbrandscorecard](http://www.different.de/digitalbrandscorecard).

#### **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](http://www.ottogroup.com) für Sie bereit.

#### **Pressekontakt:**

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

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