

Pressemitteilung

Hamburg, 29. August 2013

Nachhaltige Möbel: Otto Group baut FSC-Sortiment weiter aus

Die Otto Group hat den Anteil FSC®-zertifizierter Artikel am gesamten Möbelsortiment auf 27,5 Prozent ausgebaut. Damit ist der größte deutsche Online-Möbelhändler auf einem vielversprechenden Weg, das Ziel einer vollständigen Umstellung bis 2020 zu erreichen. Die FSC-Umstellung der Sortimente ist Teil der neuen Otto Group CR-Strategie 2020.

Mehr als 9.000 Artikel der Otto Group im Bereich Möbel und Home-Accessoires sind FSC-zertifiziert – das entspricht einem Anteil von 27,5 Prozent im ersten Halbjahr 2013. Damit konnte der Marktführer im deutschen Online-Möbelverkauf die Quote im Vergleich zum Vorjahr nahezu verdoppeln. Vorreiter sind die Einzelgesellschaft OTTO mit einem Anteil von 33,6 Prozent sowie das Konzernunternehmen Heine, das bereits bei 31,7 Prozent steht. Ziel der Otto Group ist es, bis 2020 ausschließlich Möbel und Home-Accessoires mit FSC-Zertifizierung anzubieten.

„Holz ist einer der zentralen Rohstoffe, bei deren Anbau und Verarbeitung entscheidende Weichen für nachhaltiges Wirtschaften gelegt werden können. Mit der kompletten Umstellung auf ein FSC-zertifiziertes Möbelsortiment stellen wir sicher, dass die verwendeten Hölzer aus verantwortungsvoller Waldwirtschaft stammen. Bei diesem Ziel sind wir auf einem guten Weg“, betont Dr. Johannes Merck, Direktor Corporate Responsibility der Otto Group.

Die vollständige Umstellung auf FSC-zertifizierte Sortimente im Bereich Möbel und Home-Accessoires ist ein Ziel der neuen CR-Strategie 2020. Diese formuliert unter anderem auch ein weiteres FSC-Ziel: Bis 2020 soll das für Kataloge und Werbemittel verwendete Papier mindestens zur Hälfte aus Quellen stammen, die vom Forest Stewardship Council zertifiziert sind. Detaillierte Informationen zur neuen CR-Strategie 2020 und zum CR-Management der

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

Otto Group werden am 4. September 2013 mit dem neuen Nachhaltigkeitsbericht veröffentlicht.

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

Alexander Gutmann, Telefon: +49 (0) 40 6461-5283, Fax: -4490, E-Mail:
alexander.gutmann@ottogroup.com