

Pressemitteilung

Hamburg, 19.03.2015

**Business Intelligence: Otto Group startet Data Science Wettbewerb**

**Der weltweit tätige Handels- und Dienstleistungskonzern Otto Group öffnet sich bei der kreativen Lösung komplexer IT-Fragestellungen immer stärker internationalen Fachcommunities. Als erstes Unternehmen aus Deutschland heraus hat die Otto Group einen Wettbewerb auf „Kaggle“, der weltweit größten Internet-Plattform für Data Science Wettbewerbe, ausgerufen.**

Am Beispiel der Entwicklung einer konzernweiten Produktklassifizierung will der Multichannel-Online-Händler testen, wie inspirierend sich die Zusammenarbeit mit den weltweit besten Data Science Experten auf die Erarbeitung individueller IT-Lösungen für den Konzern auswirkt. Die Otto Group vollzieht damit auf allen Ebenen den Trend, gemeinsam mit externen Entwicklern und Data Scientists komplexe oder spezifische Lösungen zu erarbeiten.

Ziel des Kaggle-Wettbewerbs mit dem Namen „Otto Group Product Classification Challenge“ ist es, einen Algorithmus zu entwickeln, der Produkte weltweit anhand bestimmter Merkmale automatisch und zuverlässig Produktkategorien zuordnet.

„Wir sind eine globale Unternehmensgruppe mit weltweit mehr als 100 Online-Shops mit unterschiedlichen Produkten und unterschiedlicher IT-Infrastruktur. Um eine übergreifende Analyse zum weltweiten Verkauf einzelner Artikel vorzunehmen, müssen die Produkte einheitlichen Kategorien zugeordnet werden. Eine manuelle Zuordnung aller Produkte ist aber nicht nur zeitaufwändig, sondern auch sehr fehleranfällig“, erläutert Josef Feigl, Data Scientist bei der Otto Group, die Aufgabe. „Für den Wettbewerb haben wir über 200.000 Produkte mit unterschiedlichen Merkmalen zusammengestellt.“

Auf dem 2010 gegründeten Portal Kaggle schreiben Unternehmen Wettbewerbe zu datenbasierten Fragestellungen aus. Experten aus der ganzen Welt versuchen, eine Antwort darauf zu finden und treten in einem Wettbewerb um den besten Algorithmus an.

Der Kaggle-Wettbewerb der Otto Group hat eine Laufzeit von zwei Monaten und ist mit einem Preisgeld von insgesamt 10.000 US-Dollar für die drei besten Lösungen ausgelobt. Über 400 Teilnehmer haben sich in den ersten zwei Tagen seit Beginn bereits angemeldet. Zudem erhält er in zahlreichen Foren großen Zuspruch. „Die Otto Group fördert mit dem Wettbewerb nicht nur den Netzwerk-Gedanken, sondern auch die Offenheit und Kreativität der Mitarbeiter“, ist Josef Feigl begeistert. „Kaggle bietet uns ganz neue Möglichkeiten zum Austausch mit der Community.“

#### **Otto Group**

1949 in Deutschland gegründet, ist die Otto Group heute eine weltweit agierende Handels- und Dienstleistungsgruppe mit rund 54.260 Mitarbeitern (Stand Februar 2014). 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 2013/14 (28. Februar) erwirtschaftete die Otto Group einen Umsatz von 12 Milliarden Euro. Sie ist weltweit der zweitgrößte Onlinehändler mit dem Endverbraucher (B2C) und in Europa der größte Onlinehändler für Fashion und Lifestyle 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 der Otto Group 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.

#### **Pressekontakt:**

Thomas Voigt, +49 40 6461 4010, [thomas.voigt@ottogroup.com](mailto:thomas.voigt@ottogroup.com)

Anja Schlumberger, +49 40 6461 2820, [anja.schlumberger@ottogroup.com](mailto:anja.schlumberger@ottogroup.com)