

Pressemitteilung

Hamburg, 30. Juli 2015

Otto Group senkt CO₂-Emissionen deutlich und hält an Reduktion um 70 Prozent bis 2040 fest

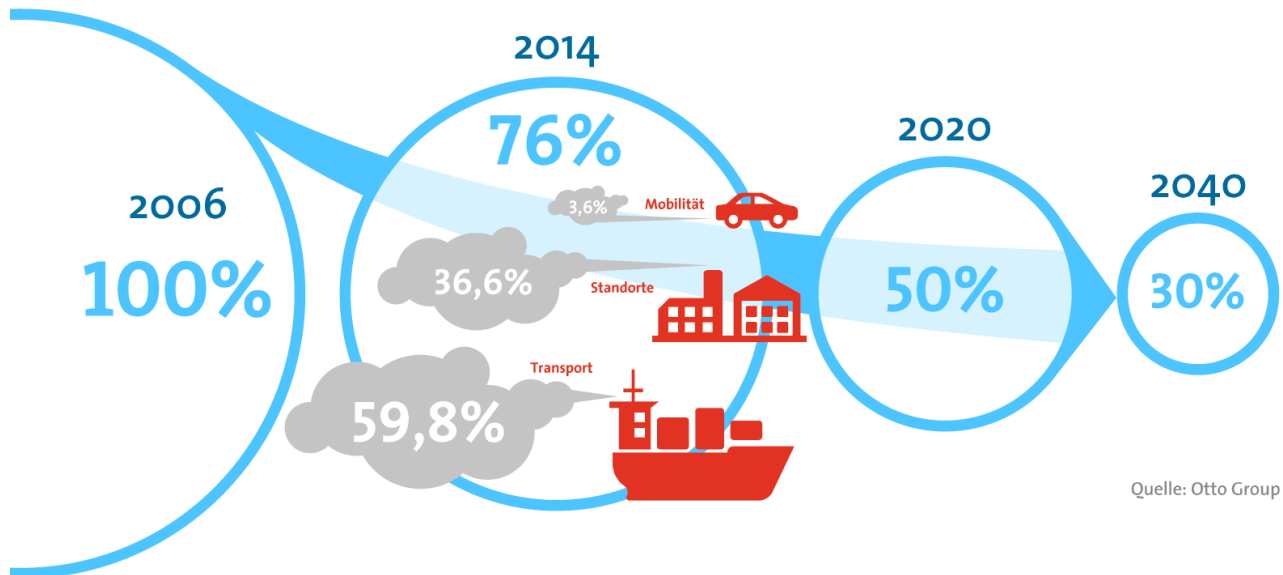
In ihrem heute veröffentlichten Nachhaltigkeitsbericht hat die Otto Group bekanntgegeben, dass ihre standort-, transport- und mobilitätsbedingten CO₂-Emissionen 2014 um 24 Prozent im Vergleich zu 2006 gesunken sind. Damit ist der internationale Handelskonzern auf einem guten Weg hin zu seinem Klimaziel, die CO₂-Emissionen bis zum Jahr 2020 zu halbieren und bis 2040 um 70 Prozent zu reduzieren.

„Neben maßgeblichen Fortschritten bei der Steigerung des Anteils an FSC-zertifizierten Holzmöbeln auf 33 Prozent sowie des Anteils an [nachhaltiger Baumwolle auf 11 Prozent](#), konnten wir hinsichtlich unserer 2020 Nachhaltigkeitsziele den Ausstoß des klimaschädlichen Gases CO₂ erheblich reduzieren“, betont Andreas Streubig, Bereichsleiter Corporate Responsibility der Otto Group.

Die Senkung der CO₂-Emissionen ist eines der erklärten fünf Kernziele der Nachhaltigkeitsstrategie 2020. Die Klimastrategie von Deutschlands größtem Textileinzelhändler umfasst neben dem Transport der Waren aus den Produktionsländern und der Auslieferung an den Kunden auch den Energieverbrauch an rund 400 Standorten sowie die Dienstreisen und die Nutzung von Dienstwagen durch Mitarbeiter.

„Wir sind auf einem guten Weg, die vom Vorstand der Otto Group verabschiedete, ambitionierte Klimaschutzstrategie umzusetzen“, so Streubig weiter. „Anknüpfend an das Ziel, die CO₂-Emissionen bis 2020 um 50 Prozent im Vergleich zu 2006 zu senken, haben wir uns bis 2040 eine Reduktion um 70 Prozent ins Pflichtenheft geschrieben.“

Entwicklung der CO₂-Emissionen der Otto Group



Die CR-Strategie der Otto Group mit ihren fünf konzernweiten Zielen ist Teil des Nachhaltigkeitsmanagementprozesses impACT. Dieser basiert auf einem innovativen Bewertungs- und Analyseverfahren, welches neben Stakeholder-Einschätzungen auch externe Kosten berücksichtigt. Mit impACT revolutioniert die Otto Group die Art und Weise, die Auswirkungen der Geschäftstätigkeit auf Mensch und Natur entlang des gesamten Lebenszyklus von Produkten und Dienstleistungen zu ermitteln, zu bewerten und daraus effektive wie effiziente Maßnahmen abzuleiten.

Mehr dazu erfahren Sie im [Nachhaltigkeitsbericht 2015](#) der Otto Group.

Otto Group

1949 in Deutschland gegründet, ist die Otto Group heute eine weltweit agierende Handels- und Dienstleistungsgruppe mit rund 54.000 Mitarbeitern. 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 2014/15 (28. Februar) erwirtschaftete die Otto Group einen Umsatz von 12,1 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:

Anja Schlumberger, +49 40 6461 2820, Anja.Schlumberger@ottogroup.com

Nicole Sieverding, +49 40 6461 3179, Nicole.Sieverding@ottogroup.com