

Pressemitteilung

Hamburg, 20.05.2015

**Otto Group gründet Startup im Bereich Data Driven Advertising  
Torsten Ahlers als Geschäftsführer bestellt**

**Die Otto Group steigt im laufenden Geschäftsjahr ins Data Driven Advertising ein. Die neu gegründete 100-prozentige Konzerngesellschaft Otto Group Media legt ihren Schwerpunkt auf nutzerbasierte Vermarktung und Aussteuerung von Werbeflächen. Hierfür bestellt sie den ausgewiesenen Branchenexperten Torsten Ahlers als Chief Executive Officer (CEO).**

Werbetreibende können über die Otto Group Media zukünftig ihre Branding-Kampagnen nutzerspezifisch mit einer State-of-the-Art-Technologie auf hochwertigen und reichweitenstarken Umfeldern ausspielen. Die Otto Group Media wird sich erstmals auf der dmexco, der europaweit führenden Messe für Digitales Marketing in Köln, dem Fachpublikum präsentieren.

„Aktuell stellen wir ein professionelles, im Markt bekanntes Team auf, das von Anfang an für hohe Qualität und gute Marktkontakte stehen wird“, so Torsten Ahlers. „Wir sind überzeugt, dass die Otto Group als reichweitenstarker Data- und Website-Owner die besten Voraussetzungen hat, um eine maßgebliche Rolle im Data Driven Advertising zu spielen.“

Torsten Ahlers durchlief nach seinem Studium Betriebswirtschaftslehre in Hamburg verschiedene Karrierestationen bei Axel Springer, Gruner + Jahr und Tomorrow Focus. 2004 stieg Torsten Ahlers bei AOL ein, wo er später Geschäftsführer von AOL Deutschland wurde. 2010 wurde er von „Werben & Verkaufen“ zu einem der innovativsten Digital-Manager gewählt. Ab 2011 war Torsten Ahlers Geschäftsführer der Next Audience, einem Unternehmen der SinnerSchrader Gruppe, bevor er 2014 – zunächst interimistisch – bei der Otto Group einstieg.

Ihm steht Boris Prondzinski, der bereits unterschiedliche Geschäftsmodelle erfolgreich für die Otto Group aufgebaut hat, als Chief Operating Officer (COO) zur Seite. Boris Prondzinski studierte Wirtschaftsingenieurwesen in Berlin und Strategisches Management an der ESC (Ecole Supérieure de Commerce) in Frankreich. Nach einer internationalen Tätigkeit bei der Unternehmensberatung OC&C baute er für Bonprix das schwedische Geschäft auf und wechselte 2011 in die Otto Group. Hier war er maßgeblich an den Markteintritten nach Russland und Brasilien beteiligt und verantwortete als Abteilungsleiter in der Konzernstrategie Projekte mit digitalem Fokus in den Bereichen Business Intelligence, Display, Usability und Search.

#### **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](mailto:anja.schlumberger@ottogroup.com)

Isabelle Ewald, +49 40 6461 3091, [isabelle.ewald@ottogroup.com](mailto:isabelle.ewald@ottogroup.com)

#### **Bildmaterial:**

Foto Torsten Ahlers  
Foto Boris Prondzinski  
Logo Otto Group Media