

Pressemitteilung

Hamburg, 29.06.2016

Otto Group erweitert FSC®-zertifiziertes Möbelsortiment und fördert verantwortungsvolle Forstwirtschaft

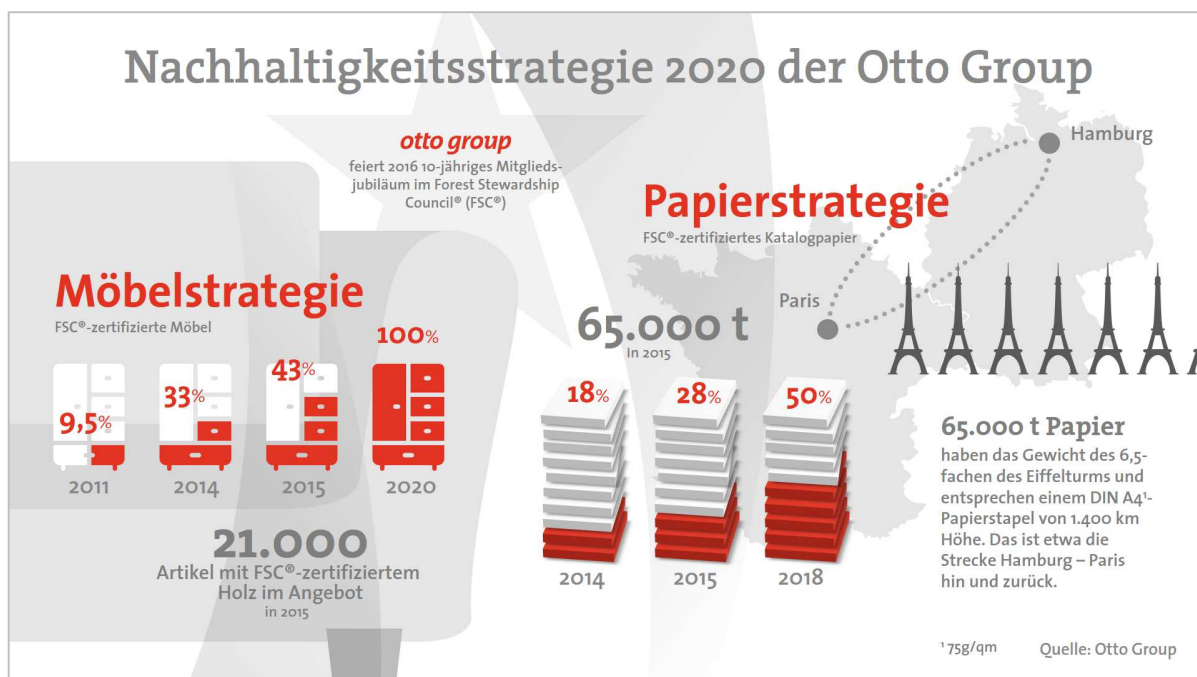
Der Anteil nachhaltiger Produkte am gesamten Möbelsortiment der Otto Group ist im Jahr 2015 auf 43% gestiegen. Als größter Möbel-Onlinehändler im DACH-Raum gehört die Unternehmensgruppe damit zu den Vorreitern und ist auf einem hervorragenden Weg, bis zum Jahr 2020 ausschließlich Möbelprodukte anzubieten, die den Standards des Forest Stewardship Council® (FSC) entsprechen. Bei den Katalogen hat der Konzern bereits zu 28% auf nachhaltiges Papier umgestellt, was einer Menge von mehr als 65.000 Tonnen entspricht.

Mit mehr als 21.000 Artikeln ist der Anteil an Möbeln mit FSC-zertifiziertem Holz bei der Otto Group auf 43% gestiegen. Dies entspricht einer Zunahme um beachtliche zehn Prozentpunkte im Vergleich zum Vorjahr. Bei Betrachtung eines Zeitraums von fünf Jahren hat sich der Anteil nachhaltiger Möbel am Gesamtsortiment sogar mehr als vervierfacht. Das FSC-Logo auf einem Produkt signalisiert dem Verbraucher, dass das Holz aus verantwortungsvoller Waldnutzung stammt.

„Nachhaltige Forstwirtschaft ist das Fundament für den Klimaschutz. Denn jeder Baum reduziert Treibhausgase und entlastet die Atmosphäre. Neben den positiven Effekten für den Klimaschutz erhält eine nachhaltige Forstwirtschaft unter anderem aber auch die Artenvielfalt, Produktivität und ökologischen Prozesse des Waldes“, betont Andreas Streubig, Bereichsleiter Nachhaltigkeitsmanagement bei der Otto Group. „Da Holz einer der am häufigsten genutzten Rohstoffe bei der Otto Group ist, leisten wir mit unserem Ziel, bis 2020 das Angebot an Holzmöbeln vollständig auf FSC-zertifizierte Artikel umzustellen, einen wichtigen Beitrag zum Klima- und Naturschutz.“

Der Konzern setzt den Rohstoff Holz auch für Kataloge und Werbemittel ein, die trotz des klar dominierenden E-Commerce-Anteils am Handelsumsatz immer noch vielen Kunden als Inspirationsquelle dienen. Bis 2018 soll die Hälfte des Papiers für Kataloge und Werbemittel FSC-zertifiziert sein. Im vergangenen Jahr steigerte die Otto Group den Anteil an zertifiziertem Papier von 18% auf 28% und übertraf damit die Prognose für das Jahr 2015 deutlich. Mit umgerechnet mehr als 65.000 Tonnen nachhaltigem Papier ist der Handels- und Dienstleistungskonzern weiterhin eines der weltweit führenden Unternehmen beim Einsatz von FSC-Papier.

Die Otto Group ist seit Ende der 1990er Jahre Förderer des FSC und seit 2006 offizielles Mitglied im Forest Stewardship Council Deutschland. In diesem Jahr feiert der Konzern sein 10-jähriges Mitgliedsjubiläum. Zu diesem Anlass findet zurzeit die jährliche Vollversammlung des FSC in der Hamburger Konzernzentrale der Otto Group statt. Der Forest Stewardship Council (FSC) ist eine internationale gemeinnützige und unabhängige Organisation, die sich für den Schutz des Waldes durch verantwortungsvolle Holzentnahme und den damit verbundene Erhalt der Biodiversität einsetzt.



Otto Group

1949 in Deutschland gegründet, ist die Otto Group heute eine weltweit agierende Handels- und Dienstleistungsgruppe mit rund 49.600 Mitarbeitern. Die Gruppe ist mit 123 wesentlichen Unternehmen in mehr als 30 Ländern Europas, Nord- und Südamerikas und Asiens präsent. Ihre Geschäftstätigkeit erstreckt sich auf die drei Segmente Multichannel-Einzelhandel, Finanzdienstleistungen und Service. Im Geschäftsjahr 2015/16 (29. Februar) erwirtschaftete die Otto Group einen Umsatz von 12,1 Milliarden Euro. Sie gehört mit einem Onlineumsatz von 6,5 Milliarden Euro zu den weltweit größten Onlinehändlern. 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:

Nicole Sieverding, Corporate Communications Consultant
Telefon: +49 40 6461-3179, E-Mail: nicole.sieverding@ottogroup.com