

Pressemitteilung

Hamburg, 31.03.2016

Otto Group startet mit viel Rückenwind ins neue Geschäftsjahr

Vorläufige Zahlen der Otto Group für das Geschäftsjahr 2015/16:

- **Starkes Wachstum der großen Kerngesellschaften**
- **Konzern-Umsatz legt um mehr als 500 Millionen Euro zu**
- **Online-Erlöse steigen allein in Deutschland um 10 Prozent auf 4,4 Milliarden Euro**
- **Geschäftsentwicklung in Deutschland sehr erfreulich**
- **Konsequenter Umbau des Unternehmensportfolios**

Der Handels- und Dienstleistungskonzern Otto Group, Hamburg, blickt auf ein erfolgreiches Geschäftsjahr 2015/16 (29. Februar) zurück, das geprägt war von einem erfreulichen Wachstum in den großen Kerngesellschaften und einem konsequenten Umbau des Portfolios. Nach vorläufigen Berechnungen steigerte die Otto Group die Umsätze um mehr als 500 Millionen Euro auf 12,572 Milliarden Euro¹. Das entspricht einem Zuwachs von 4,3 Prozent. In Deutschland, dem wichtigsten Markt der Otto Group, entwickelten sich die Umsätze mit einem Plus von 5,5 Prozent überdurchschnittlich gut. Die internationalen Aktivitäten zeigten ein gemischtes Bild: Während in Nord- und Südamerika sowie in Großbritannien die Erlöse zum Teil stark zunahmen, waren die Umsätze der französischen 3SI Group sowie die der Otto Group Russia weiterhin rückläufig.

„Das zurückliegende Geschäftsjahr war ein Jahr des Umbruchs. Wir haben die Stärkung des Kerngeschäfts, den weiteren Ausbau des E-Commerce und die Bereinigung des Portfolios erfolgreich vorangetrieben und damit eine gute Basis für die nächsten Jahre gelegt“, betont Hans-Otto Schrader, Vorstandsvorsitzender der Otto

¹ Der Umsatzausweis steht unter Vorbehalt von Verkäufen und Schließungen von Konzerngesellschaften

Group. „Dank der guten Geschäftsentwicklung der Kernunternehmen und der erfolgreichen Lösung der meisten Problemfelder erwarte ich auch beim Vorsteuerergebnis eine deutliche Verbesserung.“

Einer der wesentlichen Treiber des Geschäfts war abermals der Online-Handel. Weltweit legte der Online-Umsatz um 400 Millionen Euro, respektive 6,5 Prozent auf 6,6 Milliarden Euro zu². In Deutschland wuchsen die Online-Erlöse um rund 10 Prozent auf 4,4 Milliarden Euro. Damit behauptete die Otto Group ihre Position als einer der weltweit größten Onlinehändler mit dem Endverbraucher.

Starkes Wachstum bei Kerngesellschaften

OTTO, die größte Einzelgesellschaft der Unternehmensgruppe, erzielte ein hervorragendes Geschäftsjahr auch dank der sehr erfolgreichen Kampagne „20 Jahre otto.de“. Das Unternehmen wuchs weit über Plan um knapp 10 Prozent auf 2,563 Milliarden Euro. Auch der in 29 Ländern aktive Modeanbieter Bonprix entwickelte sich hervorragend. Das Unternehmen legte um knapp 11 Prozent auf 1,432 Milliarden Euro zu. Die auf die attraktive Zielgruppe 50+ fokussierte Witt-Gruppe wuchs um 4 Prozent auf 756 Millionen Euro, während die Baur-Gruppe ein Wachstum von 1,3 Prozent auf 683 Millionen Euro vermeldete. Die Schwab-Gruppe verbuchte ein Minus von 6,9 Prozent auf 216 Millionen Euro, wobei die Schwab-Marke Sheego leicht zulegen konnte. Während die Heine-Gruppe mit einem Minus von 4,8 Prozent auf 458 Millionen Euro rückläufig war, kehrte die Mytoys-Gruppe zur alten Wachstumsstärke zurück und setzte mit 508 Millionen Euro knapp 20 Prozent mehr um. Auch Sportscheck konnte wieder zulegen und erlöste mit 319 Millionen Euro 7,7 Prozent mehr als im Vorjahr. Das Start-up Collins mit den Marken About you und Edited wächst weiterhin dynamisch und steuert auf die Umsatzmarke von 100 Millionen Euro zu.

Bei den Auslandsaktivitäten kämpfte die Otto Group Russia erneut mit einer sehr schwachen Konjunktur und einem volatilen Rubel-Kurs. Die Umsätze gingen um 35 Prozent auf 260 Millionen Euro zurück, dem Management gelang es aber, das

² Auf vergleichbarer Basis ohne Umsätze von OTTO Office und JM Bruneau.

Unternehmen aus der operativen Verlustzone herauszuführen. Die französische 3SI Group meldete abermals einen Rückgang von 8,5 Prozent auf 779 Millionen Euro, bedingt vor allem durch erneut hohe Umsatzverluste bei der Kernmarke 3Suisse. Die Otto Japan Group war mit -2,6 Prozent leicht rückläufig und setzte 145 Millionen Euro um. Die britische Freemans Grattan Holdings (FGH) wuchs dagegen kräftig um 19,4 Prozent auf 236 Millionen Euro. Besonders erfreulich entwickelte sich die nordamerikanische Lifestyle-Gruppe Crate and Barrel, die nach einem schwachen Vorjahr um satte 24,3 Prozent auf 1,332 Milliarden Euro zulegen konnte. Auch wenn dieses Wachstum durch die Wechselkursentwicklung unterstützt wurde, ist dem neuen Management ein eindrucksvolles Ergebnis gelungen.

Service wächst erneut zweistellig

Das Segment Multichannel-Einzelhandel, in dem die oben genannten Unternehmen zusammengefasst werden, legte um rund 2,4 Prozent zu auf mehr als 10 Milliarden Euro. Das Segment Finanzdienstleistungen, das durch die Aktivitäten der EOS-Gruppe in 25 Ländern geprägt ist, erwirtschaftete rund 680 Millionen Euro – ein Zuwachs von 5,3 Prozent. Besonders erfolgreich entwickelte sich abermals das Segment Service, das maßgeblich durch die Hermes Gruppe bestimmt wird. Nach vorläufigen Berechnungen stieg der Umsatz um 16,6 Prozent auf 1,743 Milliarden Euro. Damit werden nur die Umsätze erfasst, die Hermes mit Kunden außerhalb der Otto Group erwirtschaftet hat.

Erfolgreiche Desinvestments

Wie auf der Bilanzpressekonferenz im Mai 2015 angekündigt, stand das zurückliegende Geschäftsjahr 2015/16 auch im Zeichen eines Umbaus des Portfolios. So wurden die Büroartikel-Versender OTTO Office und JM Bruneau ebenso erfolgreich veräußert wie der Modeversender Alba Moda sowie die französischen Dienstleister Taylormail und Cité Numerique. Zudem hat die Geschäftsführung der 3SI Group gerade entschieden, alle Handelsaktivitäten der Gruppe zum Verkauf zu stellen. Dies soll noch im aktuellen Geschäftsjahr 2016/17 erfolgen.

Positiver Ausblick

Nach vorläufigen Berechnungen betrug die Zahl der Beschäftigten der Otto Group am Geschäftsjahresende rund 52.200 Vollzeitstellen, ein Rückgang von rund 1.800 Stellen, der im Wesentlichen durch die Unternehmensverkäufe bedingt ist. In Deutschland blieb die Zahl der Vollzeitstellen mit rund 26.300 auf Vorjahresniveau.

„Wir sind mit viel Rückenwind ins neue Geschäftsjahr gestartet“, sagt Hans-Otto Schrader. „Für 2016/17 peilen wir ein Umsatzwachstum von rund 4 Prozent an und wollen die Rendite nachhaltig steigern.“

Otto Group

1949 in Deutschland gegründet, ist die Otto Group heute eine weltweit agierende Handels- und Dienstleistungsgruppe mit rund 52.200 Mitarbeitern (Stand Februar 2016). 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 nach vorläufigen Zahlen einen Umsatz von 12,6 Milliarden Euro. 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, Direktor Wirtschaftspolitik und Kommunikation

Telefon: +49 40 6461-4010 , E-Mail: thomas.voigt@ottogroup.com