

Pressemitteilung

Hamburg, 28.03.2017

Otto Group wächst über Plan und verbessert Profitabilität

Der internationale Handels- und Dienstleistungskonzern Otto Group konnte seine Umsätze im abgelaufenen Geschäftsjahr 2016/17 nach vorläufigen Berechnungen um 5 Prozent auf vergleichbarer Basis steigern. Die Online-Umsätze wuchsen dabei auf knapp sieben Milliarden Euro. Das entspricht einem Plus von knapp 10 Prozent.

Nach vorläufigen Zahlen hat die Otto Group im zurückliegenden Geschäftsjahr 2016/17 (28. Februar) die Umsätze um 3,4 Prozent auf 12,512 Milliarden Euro gesteigert. In Deutschland betrug das Wachstum 3,1 Prozent. Auf vergleichbarer Basis¹ stiegen die Umsätze weltweit um 5 Prozent, wodurch das zu Geschäftsjahresbeginn selbst gesteckte Ziel eines Wachstums von 4 Prozent auf vergleichbarer Basis übertroffen wurde.

Dabei war der E-Commerce erneut der Umsatztreiber des internationalen Handels- und Dienstleistungskonzerns. Gegenüber dem Vorjahr konnten die Umsätze der mehr als 100 Online-Shops weltweit auf vergleichbarer Basis um rund 10 Prozent von 6,3 auf knapp sieben Milliarden Euro gesteigert werden, im deutschen Markt legte der Umsatz ebenfalls um knapp 10 Prozent auf rund fünf Milliarden Euro zu. Damit konnte die Otto Group ihre Position als Nummer 2 im deutschen und als einer der führenden Akteure im internationalen Online-Handel festigen. Allein in Deutschland konnten die Unternehmen der Otto Group die Zahl der aktiven Kunden um rund eine Million auf 18,5 Millionen steigern. Damit erreichen die Handelsunternehmen der Otto Group knapp die Hälfte der deutschen Haushalte.

¹ Bereinigt um Umsätze der veräußerten und erworbenen Aktivitäten

„Wir sind mit dem erreichten Umsatzwachstum des zurückliegenden Jahres sehr zufrieden“, sagt Alexander Birken, der am 1. Januar 2017 den Vorstandsvorsitz der Otto Group von Hans-Otto Schrader übernommen hat. „Unsere Konzernunternehmen konnten in ihren Märkten erneut an Kundenrelevanz gewinnen. Zugleich haben wir unsere Profitabilität verbessert und werden das Jahr auf allen Gewinebenen klar positiv abschließen. Dank unserer guten Ertragskraft konnten wir hohe Investitionen in Technologie, neue Geschäftsmodelle und unsere Standorte stemmen sowie das Unternehmensportfolio zukunftssträftig umbauen.“

Erfolgreiche Milliarden-Unternehmungen

Besonders erfreulich verlief das Geschäftsjahr bei den sehr großen Unternehmen der Otto Group, die jeweils einen Außenumsatz von mehr als einer Milliarde Euro erzielten. So konnte die Einzelgesellschaft **OTTO** den Umsatz um mehr als 6 Prozent auf 2,722 Milliarden Euro steigern. Der größte Wachstumstreiber war das Möbel- und Einrichtungssortiment. Der internationale Modehändler **Bonprix** wiederum legte um knapp 6 Prozent auf 1,512 Milliarden Euro zu – auch dank eines sehr erfolgreichen Marketings in Deutschland und eines erneut starken Wachstums der US-amerikanischen Fashion- und Bademodenmarke Venus. Ausgesprochen positiv entwickelte sich auch der nordamerikanische Lifestyle-Händler **Crate and Barrel**. Unter neuer Geschäftsführung und mit einem neu ausgerichteten Sortiment steigerte das Unternehmen die Umsätze um 10,7 Prozent auf knapp 1,475 Milliarden Euro. Die **Hermes Gruppe** profitiert weiterhin vom wachsenden Online-Markt. Sie legte um rund 5 Prozent auf 1,574 Milliarden Euro zu. Wechselkursbereinigt fiel das Wachstum mit mehr als 11 Prozent noch deutlich höher aus dank der weiterhin sehr guten Entwicklung der britischen Hermes UK. Die **EOS Gruppe** zählt mit einem Umsatz von 645 Millionen Euro und einem Wachstum von knapp 11 Prozent ebenfalls zu den erfolgreichsten Unternehmen der Otto Group und erwirtschaftete wieder einen hohen Gewinnbeitrag.

Die **Mytoys Group**, die die Marken Mytoys, Mirapodo, Ambellis, Yomonda und Limango umfasst, steigerte ihren Umsatz um knapp 10 Prozent auf rund 556 Millionen Euro. Die **Witt-Gruppe** hielt die Umsätze mit knapp 760 Millionen Euro bei

einer hohen Rendite auf Vorjahresniveau, während die **Baur-Gruppe** einen leichten Umsatzrückgang um 2 Prozent auf knapp 670 Millionen Euro verzeichnen musste. Auch die **Schwab-Gruppe** weist rückläufige Umsatzerlöse in Höhe von 6 Prozent auf rund 200 Millionen aus, zum größten Teil begründet durch die schwierige Lage in den osteuropäischen Märkten. Die **Heine-Gruppe** verbuchte einen Umsatzrückgang von mehr als 23 Prozent auf 282 Millionen Euro, der vor allem auf den Verkauf von Alba Moda zurückzuführen ist. Bei **Sportscheck** gingen die Umsätze um knapp 9 Prozent zurück auf 291 Millionen Euro, vor allem aufgrund einer Neuausrichtung des Geschäftsmodells. Die **Manufactum-Gruppe**, die im September 2016 ein Warenhaus in Bremen eröffnete, das vom Branchenverband HDE als „Store of the Year“ ausgezeichnet wurde, steigerte den Umsatz um gut 3 Prozent auf 92 Millionen Euro. **Frankonia**, deutscher Marktführer im Bereich Jagd, legte beim Umsatz um 7,2 Prozent auf 136 Millionen Euro zu.

Collins kann seinen Umsatz verdoppeln

Enorm erfolgreich entwickelte sich abermals **Collins** mit den Geschäftskonzepten About You und Edited. Das Otto Group eigene Start-up wuchs über Plan und schaffte es, die Umsätze auf mehr als 135 Millionen Euro zu verdoppeln. Im zurückliegenden Geschäftsjahr haben sich strategische Medienpartner an About You beteiligt und das Unternehmen dank der enormen Wachstumsdynamik mit rund 320 Millionen Euro bewertet.

Stabile Entwicklung bei den kleineren Auslandsgesellschaften

Viele der kleineren Auslandsgesellschaften entwickelten sich trotz eines teilweise schwierigen Umfeldes erfreulich stabil. Die **Otto Group Russia** reduzierte den aufgrund der anhaltend schwierigen gesamtwirtschaftlichen Lage erwarteten Umsatzrückgang auf 6,2 Prozent und erzielte 244 Millionen Euro. **Die Otto Japan Gruppe** erzielte auf Yen-Basis einen leichten Umsatzrückgang von 2,7 Prozent, dank der vorteilhaften Kursentwicklung in Euro jedoch ein Wachstum von 8,4 Prozent auf 158 Millionen Euro. Die **britische Freemans Grattan Holdings (FGH)** übertraf in Landeswährung den Vorjahresumsatz um mehr als 6 Prozent und konnte den Kundenbestand deutlich steigern. Wegen der starken Pfund-Abwertung im Zuge

der Entscheidung für einen Brexit wird auf Euro-Basis ein Umsatzrückgang von 7,2 Prozent auf 219 Millionen Euro ausgewiesen.

Erfolgreicher Verkaufsprozess in Frankreich

Die französische **3SI Gruppe** hat den angekündigten Verkauf der Handelsaktivitäten erfolgreich umgesetzt. Die Käufer werden die Aktivitäten mit der übernommenen Belegschaft fortführen. Das Dienstleistungssegment der 3SI Gruppe mit Mondial Relay (Logistik), Girard Agediss und Dispeo (Fulfilment) entwickelte sich in Summe erfolgreich. Mondial Relay und Girard Agediss werden künftig operativ von der Hermes Gruppe gesteuert, für Dispeo haben mehrere Marktteilnehmer Kaufangebote abgegeben, so dass ein Verkauf dieser Aktivität nicht auszuschließen ist.

Hohe Investitionen

„Im zurückliegenden Geschäftsjahr haben wir wichtige Weichen für die weitere Entwicklung der Otto Group gestellt. Wir haben das Portfolio konsolidiert, massiv in Technologie, die logistische Infrastruktur sowie neue Services investiert und den Know-how-Austausch zwischen den Gesellschaften und Experten der Otto Group, aber auch mit externen Geschäftspartnern und Start-ups intensiv gefördert“, fasst Alexander Birken die Maßnahmen zusammen, die die Geschwindigkeit von Prozessen und die Innovationskraft der Otto Group weiter erhöhen werden.

Durch eine umfassende Technikoffensive sind beispielsweise in der Hamburger Zentrale die Arbeitsplätze mit modernster Technologie ausgerüstet worden. Die Mitarbeiter können nun noch stärker als in der Vergangenheit entscheiden, wann und an welchen Orten sie arbeiten möchten – sei es im Büro, im Flex-Office oder in Coworking-Räumen wie dem neu eröffneten Collabor8. „Gerade die vielen Initiativen im Rahmen unseres Kulturwandels 4.0 führen in Summe dazu, dass wir Geschäftskonzepte deutlich schneller ausarbeiten und am Markt testen können“, so Alexander Birken. „Bestes Beispiel ist das Miet-Angebot OTTO Now, das wir innerhalb weniger Monate konzipiert und gestartet haben und das von unseren Kunden sehr gut angenommen worden ist.“ Auch der Starship-Roboter, mit dem

Hermes die Zustellung von Paketen in Innenstädten testet, ist ein Beispiel für gelungene Technologie-Kooperation mit externen Partnern.

Nach vorläufigen Berechnungen stieg die Zahl der Beschäftigten der Otto Group im zurückliegenden Geschäftsjahr leicht auf 49.750 Vollzeitstellen, in Deutschland legte die Zahl der Vollzeitstellen um rund 800 auf insgesamt 26.600 zu.

Die neue Konzernstrategie, die Investitionsschwerpunkte und die endgültigen Finanzzahlen werden auf der Bilanzpressekonferenz am 17. Mai 2017 vorgestellt.

Otto Group

1949 in Deutschland gegründet, ist die Otto Group heute eine weltweit agierende Handels- und Dienstleistungsgruppe mit rund 49.750 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 2016/17 (28. Februar) erwirtschaftete die Otto Group nach vorläufigen Zahlen einen Umsatz von 12,5 Milliarden Euro. Sie gehört mit einem Onlineumsatz von rund 7 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:

Thomas Voigt, +49 40 6461 4010, thomas.voigt@ottogroup.com

Robert Hägelen, +49 40 6461 3129, robert.haegelen@ottogroup.com