

Pressemitteilung

Hamburg/Berlin, 21.02.2017

Prognose 2016/17:

E-Commerce-Umsatz der Otto Group wächst global um 615 Millionen auf knapp sieben Milliarden Euro

Der international tätige Handels- und Dienstleistungskonzern Otto Group wird seinen weltweiten E-Commerce-Umsatz im laufenden Geschäftsjahr 2016/17 (28.02.) nach ersten Schätzungen auf knapp sieben Milliarden Euro steigern können. Das entspricht einem Plus aus bestehendem Geschäft von knapp zehn Prozent oder 615 Millionen Euro. Im deutschen Online-Geschäft setzte der Konzern knapp fünf Milliarden Euro um, ebenfalls ein Plus von fast zehn Prozent.

Der E-Commerce bleibt Umsatztreiber im Handelsgeschäft des international agierenden Handels- und Dienstleistungskonzerns Otto Group. Gegenüber dem Geschäftsjahr 2015/2016 konnten die Onlineumsätze weltweit um rund zehn Prozent von 6,34* auf voraussichtlich knapp sieben Milliarden Euro gesteigert werden. Im deutschen Markt legte der Umsatz ebenfalls um fast zehn Prozent von 4,47* auf knapp fünf Milliarden Euro gegenüber dem Vorjahreszeitraum zu. Mit diesem Ergebnis dürfte die Otto Group ihre Position unter den Top 5 der weltweit größten E-Commerce-Player und als Nr. 2 in Deutschland gut behaupten. Die Entwicklung in Teilbereichen verläuft überproportional erfolgreich.

„Wir sind mit dieser Umsatzdynamik zufrieden“, betont Dr. Rainer Hillebrand, stellvertretender Vorstandsvorsitzender und für Konzernstrategie, E-Commerce und Business Intelligence zuständiger Vorstand der Otto Group: „In zahlreichen Konzernunternehmen verzeichnen wir ein hohes zweistelliges Wachstum und haben die digitale Transformation bereits sehr gut umgesetzt, in anderen Gesellschaften müssen wir noch weiter daran arbeiten. Wir wissen, dass wir äußerst engagiert bleiben müssen, um uns den Zuspruch der Kunden und deren Loyalität immer wieder neu zu verdienen.“

Die Otto Group hat insbesondere im vergangenen Geschäftsjahr zahlreiche technologische und kundenorientierte Initiativen sowie grundlegende Prozesse wie den #Kulturwandel 4.0 gestartet. Damit wird die Unternehmensgruppe in den kommenden Jahren gerade im E-Commerce und in den handelsnahen Dienstleistungen eine erhebliche Dynamisierung erreichen. Zu den Initiativen gehören die Gründung der Otto Group Digital Solutions, die Etablierung eines Mobile Labs, die konsequente Pilotierung neuer Technologie-Trends, wie etwa in den Bereichen Personalisierung und Conversational Commerce, sowie nicht zuletzt mit dem erfahrenen Digital-Experten Sebastian Klauke die Berufung eines Chief Digital Officers für den Konzern.

*Auf vergleichbarer Umsatzbasis.

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:

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

Martin Zander, +49 40 6461 2820, martin.zander@ottogroup.com