

Pressemitteilung

Hamburg, 27. April 2018

**Otto Group veranstaltet Diversity Conference 2018 „Create a Fe:male Digital Footprint“ auf der re:publica in Berlin**

**Digitalisierung und Gesellschaft, das sind die Themen, mit denen sich die Otto Group Diversity Conference 2018 beschäftigt. Unter dem Motto „Create a Fe:male Digital Footprint“ findet sie in diesem Jahr erstmals im Rahmen der re:publica in Berlin statt.**

Zeitgleich mit dem Start der re:publica findet am 2. Mai 2018 im Kühlhaus Berlin die Otto Group Diversity Conference statt, die sich mit einem abwechslungsreichen Programm rund um digitale und technologische Schwerpunkte sowohl an Mitarbeiter der Otto Group als auch an Besucher der re:publica richtet. Vor allem Frauen, die Expertinnen in der Digital- und Tech-Branche sind, will die Otto Group auf der Veranstaltung eine Bühne geben.

Die re:publica (02.05. – 04.05.2018) ist eine Mischung aus Festival und Konferenz zu den Themen Medien, Wirtschaft, Kultur, Politik, Technik und Entertainment. Unter dem diesjährigen Motto der re:publica „POP – Power of People“ veranstaltet Europas größte Konferenz für Digitalisierung und Gesellschaft in der STATION Berlin ein hochkarätiges und facettenreiches Programm mit Fokus auf die Themen Digitalisierung und Gesellschaft.

„Die re:publica bietet ein sehr inspirierendes Setting für die Teilnehmer der Otto Group Diversity Conference 2018“, erläutert Sandra Widmaier, Direktorin Konzern Personal. „Um der Komplexität des digitalen Wandels erfolgreich zu begegnen, braucht es Perspektivenvielfalt und Vernetzung – auch über die Grenzen des eigenen Unternehmens hinweg. Die re:publica ist genau der richtige Ort, um gemeinsam über den Tellerrand zu schauen und unser Netzwerk im Dialog mit der digitalen Community zu erweitern.“

Unter den Rednern der Diversity Conference ist u.a. Petra Scharner-Wolff, Otto Group Vorständin Finanzen, Controlling und Personal, zum Thema „Empowerment of Women in Tech – Seid mutig!“. Darüber hinaus hält das Programm weitere Referenten mit folgenden Themen bereit wie z.B. Christine Regitz zu „User Experience & Designing the Digital Transformation“ oder Dr. Shermin Voshmgir zu „Die Zukunft mit Blockchain“.

Weitere Vorträge, die auch für die Besucher der re:publica zugänglich sind werden unter anderem von Petra Scharner-Wolff, Lena-Sophie Müller und Constanze Buchheim zum Thema „Diversity & the Fe:male Digital Footprint“ und Dr. Sabrina Zeplin „Werbung auf den Leib geschneidert - KI in Unternehmen, personalisiertes Marketing und Datenschutz“ gehalten.

Bereits im vergangenen Jahr lockte die re:publica rund 9.000 Besucher an. Für die Otto Group ist sie eine ideale Plattform, um die aktuellsten technologischen und gesellschaftlichen Themen zu präsentieren. Als offizieller re:publica-Partner hat die Otto Group dort außerdem einen Stand, an dem sich verschiedene Konzerngesellschaften unter dem Motto „Digitale Zukunft gemeinsam gestalten“ präsentieren werden.

In einer Talk Area am Stand der Otto Group finden drei Tage lang Sessions statt, die von den Besuchern der re:publica besucht werden können. Hier werden u.a. Themen wie „Corporate Influencer mit Leib und Seele – die Zukunft des Recruitings bei OTTO“, „Personalisierung und Marketing Automation im eCommerce“ (MYTOYS GROUP) und „Neues Arbeiten – neue (Weiter)bildung: Mitarbeiter fit machen für den digitalen Wandel“ (bonprix) präsentiert. Die Tech & Play Area bietet Raum, technische Gadgets auszuprobieren und agile Prozesse in interaktiven Sessions spielerisch zu erleben.

Unter dem Link <https://18.re-publica.com/de/sponsor/otto-group> finden Sie das vollständige Standprogramm der Otto Group.

**Otto Group**

1949 in Deutschland gegründet, ist die Otto Group heute eine weltweit agierende Handels- und Dienstleistungsgruppe mit rund 52.300 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 2017/18 (28. Februar) erwirtschaftete die Otto Group einen Umsatz von 13,7 Milliarden Euro. Sie gehört mit einem Onlineumsatz von rund 7,8 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:**

Isabella Grindel, +49 40 6461 5283, [isabella.grindel@ottogroup.com](mailto:isabella.grindel@ottogroup.com)