

## Pressemitteilung

Hamburg, 9. Juli 2018

### **„Tschüss“: Im Winter erscheint der letzte OTTO-Hauptkatalog**

#### **Die Kunden haben den Katalog abgeschafft – Digital ersetzt Print – Gelungene Transformation des früheren Katalogversenders zum reinen Onlinehändler**

Der Onlinehändler OTTO versendet im Dezember 2018 den letzten großen Hauptkatalog. Nach 68 Jahren hat das in Millionen deutschen Haushalten bekannte Print-Medium, das Stars wie Claudia Schiffer, Heidi Klum oder Nena zierten, endgültig ausgedient.

Marc Opelt, Vorsitzender des Bereichsvorstands OTTO: „Unsere Kunden haben den Katalog sukzessive selbst abgeschafft, weil sie ihn immer weniger nutzen und schon längst auf unsere digitalen Angebote zugreifen. Entsprechend sagen wir jetzt „tschüss“ – als letztes Zeichen einer gelungenen Transformation vom einstigen großen Katalogversender zum reinen Onlinehändler, die weltweit so nur OTTO geschafft hat.“

Sehr früh war das Unternehmen mit otto.de ab Mitte der 90er Jahre im Internet präsent. Mit der Verbreitung des Smartphones entdeckten immer mehr Kundinnen und Kunden die Vorteile, auf otto.de in einem breiten Sortiment zu stöbern, inspiriert zu werden und transparent Vergleiche anzustellen. In den folgenden Jahren wurde der Katalog damit zunehmend zu einem Marketingtool, von dem sich die Verbraucher inspirieren ließen, um nachfolgend auf otto.de online zu bestellen. Durch den Boom im digitalen Marketing wurde er auch in diesem Bereich schnell ersetzt.

Aktuell entwickelt sich das Unternehmen zudem verstärkt zur Plattform, auf der immer mehr Marken und Lieferanten ihre Artikel online anbieten können. Daher wird am 4. Dezember 2018 der Katalog mit dem Frühjahr-/Sommer-Sortiment 2019 zum letzten Mal verschickt. Denn mittlerweile sind über 95 Prozent der OTTO-Kunden Digitalbesteller – und [otto.de](http://otto.de) der zweitgrößte Onlineshop Deutschlands und Europas mit fast sieben Millionen aktiven Kunden. Mehr als die Hälfte aller Käufe erfolgt mobil über Smartphone und Tablet. Per Web und App kann der Kunde zurzeit rund drei Millionen Produkte von 6.800 Marken bestellen.

OTTO ist darüber hinaus mit Abstand die Nummer 1 im deutschen Online-Möbelhandel. Allein im Sortiment Home & Living lag der Umsatz 2017/2018 bei über 950 Millionen Euro. Entsprechend spielt der Hauptkatalog als Vertriebskanal schon seit Jahren mit einem einstelligen Anteil am Gesamtumsatz von 2,956 Mrd. EUR nur noch eine untergeordnete Rolle für das Hamburger Unternehmen.

Otto (GmbH & Co KG) • Unternehmenskommunikation • Werner-Otto-Straße 1-7 • 22179 Hamburg  
Telefon +49 (0) 40 6461-0 • Fax +49 (0) 40 6464-8571

AG Hamburg, HR A 62 024, Persönlich haftend: Verwaltungsgesellschaft Otto mbH, Hamburg, AG Hamburg, HR B 13 762  
vertr. durch: Alexander Birken (Vorsitzender) • Dr. Rainer Hillebrand (Stellvertretender Vorsitzender) • Dr. Marcus Ackermann • Petra Schamer-Wolff • Kay Schiebur • Sven Seidel

Bereichsvorstände OTTO: Marc Opelt (Vorsitzender) • Dr. Michael Heller (stellvertretender Vorsitzender) • Dr. Michael Müller-Wünsch • Katy Roewer (jeweils Handlungsbevollmächtigte)

Aufsichtsrat: Prof. Dr. Michael Otto (Vorsitzender)

„In Deutschland reden wir von der Digitalisierung oft so, als wäre diese etwas Störendes.

Wir bei OTTO meinen dagegen: Sie ist das Beste, was uns passieren konnte und eine riesige Chance für die Wirtschaft. Mit spannenden Sortimenten, inspirierenden Onlinefeatures und persönlicher Beratung sind wir als reiner Onlinehändler erfolgreicher, als wir es zu Zeiten des Hauptkatalogs je hätten sein können“, sagt Marc Opelt.

Pressekontakt:

Martin Frommhold, +49 (0) 40 64 61 8630, [martin.frommhold@otto.de](mailto:martin.frommhold@otto.de)

Frank Surholt, +49 (0) 40 64 61 8065, [frank.surholt@otto.de](mailto:frank.surholt@otto.de)