

Pressemitteilung

Hamburg, 16.05.2018

Otto Group übertrifft Wachstumsziele

Der internationale Handels- und Dienstleistungskonzern Otto Group setzt seinen Wachstumskurs fort und konnte seinen Umsatz im abgelaufenen Geschäftsjahr 2017/18 (28. Februar) auf 13,653 Milliarden Euro steigern. Dies entspricht einem Anstieg von 6,7 Prozent. Gleichzeitig hat die Unternehmensgruppe die Profitabilität auf allen Ergebnisebenen weiter erhöht und damit die gesetzten Ziele deutlich übertroffen. Trotz hoher Investitionen in Technologie, Logistik und junge Handelskonzepte konnte das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) um knapp 11 Prozent auf 405 Millionen Euro ausgebaut werden. Ein besonders dynamisches Wachstum zeigte der digitalisierte Handel mit einem Anstieg der Onlineumsätze um 10,9 Prozent auf 7,9 Milliarden Euro.

Mit dem erfolgreichen Einstieg in eine fokussierte Wachstumsstrategie konnte die Otto Group im zurückliegenden Geschäftsjahr 2017/18 das prognostizierte Umsatz- und Ergebniswachstum übertreffen. Substantielle Investitionen in Fokus-Unternehmen, die ein besonderes Wachstumspotenzial aufweisen, zahlten sich aus und trugen zu einer kräftigen Umsatzdynamik von 9,1 Prozent auf 13,653 Milliarden Euro bei. Aufgrund der konzernweiten Vereinheitlichung bislang abweichender Geschäftsjahre, die bei einzelnen Konzerngesellschaften zu einem um ein oder zwei Monate verlängerten Geschäftsjahr führte, ist dieser Umsatzsprung leicht überzeichnet¹. Bereinigt um diesen einmaligen Effekt lag das Umsatzwachstum der Unternehmensgruppe bei immer noch 6,7 Prozent und damit rund 2 Prozentpunkte über Plan.

¹ Bei Konzerngesellschaften, die bislang ein abweichendes Geschäftsjahresende hatten, wurde das Geschäftsjahresende auf den Konzernabschlussstichtag 28. Februar harmonisiert. Dadurch verbuchten mehrere Konzerngesellschaften der Otto Group ein um ein oder zwei Monate verlängertes Geschäftsjahr.

Sehr gute Ergebnisentwicklung

Das erfolgreiche Geschäftsjahr lässt sich auch an den Ergebnisebenen ablesen. So ist das EBITDA (Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen) trotz hoher Investitionen in Technologie, Logistik und junge Handelskonzepte gegenüber dem sehr guten Vorjahr nochmals um 20 Millionen Euro auf 750 Millionen Euro gestiegen. Das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) verbesserte sich entsprechend von 365 auf 405 Millionen Euro. Einen großen Sprung machte das Ergebnis vor Steuern (EBT), dank des außerordentlich guten Finanzergebnisses. Es stieg von 262 auf 629 Millionen Euro. Dieser Sprung resultiert im Wesentlichen aus dem Verkauf und der Neubewertung der bei der Otto Group verbleibenden Anteile an dem wachstumsstarken Start-up About You, beinhaltet aber auch andere Effekte wie die Verkäufe des Finanzdienstleisters Ratepay und von französischen Logistikdienstleistern. Nach Abzug der Steuern erhöhte sich der Jahresüberschuss der Otto Group damit deutlich von 41 auf 519 Millionen Euro.

„Auf dem eingeschlagenen Weg der fokussierten Wachstumsstrategie mit einem angepeilten Umsatz von 17 Milliarden EUR bis 2022 auf vergleichbarer Basis sind wir im vergangenen Geschäftsjahr weiter vorangekommen als erwartet. In allen Kernpunkten der Strategie – Kulturwandel, Innovation, Kundenrelevanz und wirtschaftlicher Erfolg – konnten wir Maßstäbe setzen und die Voraussetzungen für weiteres nachhaltiges Wachstum schaffen“, sagt Alexander Birken, Vorstandsvorsitzender der Otto Group.

Alle drei Segmente wachsen über Plan

Alle drei Segmente der Otto Group entwickelten sich überaus positiv. Das Segment Multichannel-Einzelhandel realisierte eine Umsatzsteigerung von rund 5,3 Prozent, unter Berücksichtigung der Effekte aus der Harmonisierung der Geschäftsjahre sogar um 7,4 Prozent auf 10,5 Milliarden Euro. Dabei trug insbesondere der digitalisierte Handel zum kräftigen Wachstum bei: Mit einem Plus von 10,9 Prozent und unter Berücksichtigung der Effekte aus der Harmonisierung der Geschäftsjahre sogar um 12,3 Prozent konnte die Otto Group die Onlineumsätze auf 7,9 Milliarden Euro erhöhen. Bereits 75 Prozent aller Einzelhandelsumsätze der Unternehmensgruppe

werden online erzielt (Stationärer Einzelhandel: rund 12 Prozent, Kataloggeschäft: rund 13 Prozent). In Deutschland wuchs der Umsatz der Unternehmensgruppe im Onlinehandel um 10,2 Prozent auf mehr als 5,4 Milliarden Euro an. Damit behauptet die Otto Group ihre Position als zweitgrößter E-Commerce-Player in Deutschland und gehört zu den größten Onlinehändlern weltweit.

Das Segment Finanzdienstleistungen, vornehmlich geprägt durch die EOS Gruppe, legte um 9,2 Prozent und unter Berücksichtigung der stützenden Effekte aus der Geschäftsjahresharmonisierung um 14,9 Prozent zu und erwirtschaftete einen Umsatz von 841 Millionen Euro (Vorjahr 732 Millionen Euro). Einen besonders deutlichen Anstieg der Umsätze verzeichnete das Segment Service, welches im Wesentlichen die Konzerngesellschaften der Hermes Gruppe umfasst. Der deutliche Zuwachs der Außenumsätze resultierte in einem Plus von 12,9 Prozent auf 12-Monatsbasis. Unter Berücksichtigung der Effekte aus der Harmonisierung der Geschäftsjahre wurde ein Wachstum von 15,8 Prozent auf 2,3 Milliarden Euro erreicht.

Fokus-Gesellschaften treiben Wachstum

Nahezu alle Fokus-Unternehmen der Otto Group entwickelten sich im vergangenen Geschäftsjahr umsatzseitig über Plan. Die Konzerngesellschaft OTTO konnte bereits zum achten Mal in Folge wachsen und den Umsatz um rund 8,5 Prozent, mehr als 200 Millionen Euro, auf knapp 3 Milliarden Euro steigern. Besonders erfolgreich entwickelte sich erneut das Möbel- und Einrichtungssortiment. Mit mehr als 6,5 Millionen erreichte dabei die Zahl der aktiven Kunden einen historischen Höchststand. Aktuell bietet otto.de über 2,8 Millionen Artikel von mehr als 6.700 Marken und rund 280 Marktplatzpartnern an. Im aktuellen Geschäftsjahr investiert der Onlinehändler überdies rund 100 Millionen Euro in den Ausbau von otto.de zu einer Plattform, auf der eine stetig wachsende Zahl externer Händler, Markenartikler und Produzenten ihre Waren anbieten.

Auch About You konnte seine Fashion-Plattform extrem erfolgreich weiterentwickeln und seinen Umsatz auf 283 Millionen Euro mehr als verdoppeln (+110 Prozent). Mit 2,5 Millionen aktiven Kunden hat sich das Unternehmen eine gute Basis für seine

ambitionierten Wachstumsziele geschaffen und ist mit seinem hoch individualisierten Konzept mittlerweile neben Deutschland, Österreich und der Schweiz auch in den Niederlanden und Belgien gestartet. Expansionen in weitere Länder sollen folgen. Mit der About You Cloud macht das Unternehmen seine herausragende IT-Expertise zudem auch anderen Handelsunternehmen zugänglich und konnte auch innerhalb des Konzerns Kunden wie die Witt-Gruppe gewinnen. Mit einer Öffnung gegenüber Investoren und strategischen Partnern wird About You noch besser in die Lage versetzt, das sehr ambitionierte Wachstum auch in den kommenden Jahren fortzusetzen.

Die Witt-Gruppe, als führender Händler für die Zielgruppe 50+, konnte wieder stark wachsen und legte um gut 8 Prozent auf 818 Millionen Euro Umsatz zu, bei einer erneut sehr guten Rendite. Mit dem erfolgreichen Markteintritt in den USA expandierte Witt im vergangenen Geschäftsjahr erstmals über Europa hinaus. Da die Generation der Baby-Boomer zunehmend zur Zielgruppe von Witt wird, investiert der Händler massiv in E-Commerce, um diese Generation hoch personalisiert ansprechen und bedienen zu können.

Der internationale Modeanbieter Bonprix verzeichnete Umsätze auf dem hohen Vorjahresniveau. Inklusiv der Effekte aus der Harmonisierung der Geschäftsjahre stieg der Umsatz um 3,2 Prozent auf 1,561 Milliarden Euro. Mit gezielten Investments will Bonprix im laufenden Geschäftsjahr neue Kundinnen adressieren und den profitablen Wachstumskurs fortsetzen.

Der nordamerikanische Lifestyle-Händler Crate and Barrel ist bereinigt um Wechselkurseffekte und Geschäftsjahresharmonisierung um 5,5 Prozent auf 1,564 Milliarden Euro gewachsen. Der aus dem Stationärhandel stammende Möbelhändler erzielte zweistellige Zuwächse im E-Commerce und arbeitet intensiv an einer engeren Verzahnung zwischen Online- und Stationärhandel.

Die EOS Gruppe, als einer der führenden internationalen Anbieter individueller Finanzdienstleistungen, hat im Geschäftsjahr 2017/18 einen Rekord-Umsatz und ein

hervorragendes Ergebnis erzielt. EOS wuchs um 13,5 Prozent und unter Berücksichtigung der Geschäftsjahresharmonisierung um 20 Prozent auf rund 774 Millionen Euro.

Auch die Hermes Gruppe hat ihre Wachstumsziele klar übertroffen und realisierte ein Wachstum von 13,2 Prozent auf vergleichbarer Basis. Durch die Integration der französischen Logistikeinheiten Mondial Relay und Girard Agediss betrug das Wachstum mehr als 30 Prozent auf über 2,1 Milliarden Euro Außenumsatz. Mit diesem Schritt ist Hermes zur Nummer 2 der Logistikdienstleister in den europäischen Kernmärkten Deutschland, Großbritannien und Frankreich aufgestiegen. Bis 2020 will die Hermes Gruppe bis zu 500 Millionen Euro investieren in den Neu- und Ausbau hoch moderner Logistikzentren, Warenlager und des Paketshop-Netzes, in den Einsatz von Elektromobilität bei der Zustellung in den Metropolregionen und in eine individualisierte sowie flexiblere Zustellung mit Hilfe von Business Intelligence.

Mehr als 2.000 neue Arbeitsplätze

Dank der positiven Geschäftsentwicklung konnte die Otto Group neue Arbeitsplätze schaffen. Die Zahl der Beschäftigten weltweit stieg von 49.750 auf rund 51.800 rechnerische Vollzeitstellen, in Deutschland erhöhte sich die Zahl der auf Vollzeitstellen umgerechneten Mitarbeiter um knapp 1.500 auf mehr als 28.100.

Ausblick

Für das angelaufene Geschäftsjahr und mit Blick auf das angestrebte Umsatzziel von 17 Milliarden Euro auf vergleichbarer Basis bis zum Geschäftsjahr 2022/23 setzt die Otto Group weiter auf die digitale Transformation der gesamten Unternehmensgruppe und auf die Fortführung der fokussierten Wachstumsstrategie. „Im vergangenen Jahr haben wir eine gute Grundlage für weitere Investitionen sowie ein langfristig profitables Wachstum geschaffen und wir werden unsere Strategie stringent weiter verfolgen. Wir erwarten im aktuellen Geschäftsjahr 2018/19 ein anhaltendes Umsatzwachstum von rund 5 Prozent auf vergleichbarer Basis und ein operatives Ergebnis, das an das gute Vorjahr anknüpfen kann“, sagt Alexander Birken.

Der Geschäftsbericht der Otto Group für das Geschäftsjahr 2017/18 zum Thema Werte steht ab dem 16.05.2018, 12 Uhr, unter ottogroup.com/hallowerte zum Download bereit. Ein Printexemplar kann ab dem 23.05.2018 angefordert werden.

Otto Group

1949 in Deutschland gegründet, ist die Otto Group heute eine weltweit agierende Handels- und Dienstleistungsgruppe mit rund 51.800 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 7,9 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