

Pressemitteilung

Hamburg, 28.03.2019

Otto Group bleibt trotz schwierigem Marktumfeld auf Wachstumskurs

Die Otto Group konnte im zurückliegenden Geschäftsjahr 2018/19 nach vorläufigen Zahlen den Umsatz auf vergleichbarer Basis um 3,5 Prozent auf rund 13,5 Milliarden Euro steigern. Obwohl der internationale Handels- und Dienstleistungskonzern beim Wachstum nicht an das herausragende Geschäftsjahr zuvor anschließen kann, bleibt er auf dem eingeschlagenen Wachstumspfad und hält weiter an dem Ziel fest, bis 2022 einen Umsatz von 17 Milliarden Euro auf vergleichbarer Basis zu erwirtschaften.

Der ungewöhnlich lange und heiße Sommer in Europa hat sich auf die Textil- und Möbelumsätze der Otto Group ausgewirkt. Nach vorläufigen Zahlen legte der Umsatz im zurückliegenden Geschäftsjahr 2018/19 (28. Februar) auf vergleichbarer Basis um 3,5 Prozent auf rund 13,5 Milliarden Euro zu. Die Online-Umsätze sind auf vergleichbarer Basis um 4,5 Prozent auf 7,7 Milliarden Euro, in Deutschland um 5,2 Prozent auf 5,3 Milliarden Euro gestiegen.

Der tatsächliche Ausweis des Umsatzes ist in diesem Geschäftsjahr durch diverse Sondereffekte verzerrt: die Entkonsolidierung von About You, die letztjährige Harmonisierung des Geschäftsjahres etlicher Gesellschaften, Währungskurseffekte sowie eine neue Systematik der internationalen Rechnungslegungsstandards IFRS. Aufgrund dieser Sondereffekte liegt der ausgewiesene Umsatz nominell leicht unter dem des Geschäftsjahres 2017/18.

Alexander Birken, Vorstandsvorsitzender der Otto Group: „Wir haben uns in einem herausfordernden Marktumfeld gut behauptet, auch wenn wir unsere eigenen, ambitionierten Planungen nicht vollumfänglich umsetzen konnten. Gleichwohl halten wir weiterhin konsequent an unseren fokussierten Investitions- und Wachstumszielen fest.“

Fokus-Unternehmen in Summe mit guter Entwicklung

Seit 2017 verfolgt der Vorstand eine fokussierte Wachstumsstrategie, bei der gezielt in ausgewählte Konzerngesellschaften investiert wird. Im Segment Multichannel-Einzelhandel sind das die Konzerngesellschaften OTTO, Bonprix, Crate and Barrel, die Witt-Gruppe, About You und die Mytoys-Gruppe, im Segment Service Hermes Europe und im Segment Finanzdienstleistungen die EOS Gruppe. Diese Unternehmen stehen für rund 80 Prozent der Konzernumsätze und konnten im zurückliegenden Geschäftsjahr in Summe den Umsatz um rund 6 Prozent steigern.

OTTO bleibt Wachstumstreiber

Der Plattform-Händler OTTO hat sich erneut als Wachstumstreiber erwiesen. Das Unternehmen konnte seine Erlöse um 8,3 Prozent auf 3,2 Milliarden Euro und die Zahl der aktiven Kunden um 5 Prozent auf 7 Millionen steigern. Zugleich investierte OTTO rund 100 Millionen Euro in die Weiterentwicklung von otto.de zur Plattform, auf der externe Händler und Hersteller ihre Produkte vertreiben können. Bis Ende nächsten Jahres sollen die Kunden von otto.de auf Produkte von bis zu 3.000 neuen Partnern zugreifen können.

Bonprix mit starkem Wachstum in Osteuropa

Der vertikal integrierte Modeanbieter Bonprix hat die Umsätze auf vergleichbarer Basis um 3,4 Prozent auf knapp 1,6 Milliarden Euro gesteigert. Insbesondere in den osteuropäischen Märkten verzeichnet das Unternehmen mit deutlich zweistelligen Wachstumsraten eine hervorragende Entwicklung. Mit dem innovativen Retailkonzept „fashion connect“ zeigt Bonprix neue Lösungen im Stationärhandel auf. Die Kundinnen erleben in dem Geschäft ein konsequent digital assistiertes Shopping-Erlebnis, das in Deutschland und Europa seinesgleichen sucht.

Witt stabil, Crate and Barrel behauptet sich

Die auf die Kundengruppe 50+ spezialisierte Witt-Gruppe blickt wie die meisten Modehändler auf ein anspruchsvolles Jahr zurück. Die bislang stets sehr wachstumsstarke Gruppe konnte den Umsatz mit 816 Millionen Euro annähernd auf dem Vorjahresniveau halten. Der US-amerikanische Möbel-Händler Crate and Barrel

konnte sich im hart umkämpften Markt gut behaupten und steigerte die Umsatzerlöse auf vergleichbarer Basis um 3,5 Prozent auf 1,5 Milliarden Euro.

Rasanten Tempo von About You

Auf einem steilen Wachstumspfad befindet sich weiterhin About You. Das Mode-Start-up hat den Umsatz um 63 Prozent auf rund 461 Millionen Euro steigern können, ist mittlerweile in sieben europäischen Märkten präsent und will in diesem Jahr in weitere Länder expandieren. Mit dem Einstieg der dänischen Bestseller Group wurde das Unternehmen mit mehr als 1 Milliarde US-Dollar bewertet – es ist damit das erste so genannte Unicorn aus Hamburg. Durch den Einstieg von Investoren wurde About You entkonsolidiert und seitdem at-equity in den Konzernabschluss der Otto Group einbezogen.

Mytoys-Gruppe baut Position bei Familien aus

Die auf die Zielgruppe Familien spezialisierte Mytoys-Gruppe mit den Shops Mytoys, Limango, Mirapodo und Yomonda konnte die Umsätze auf vergleichbarer Basis um 8 Prozent auf 670 Millionen Euro steigern. Vor allem Limango hat sich dabei als Wachstumstreiber erwiesen.

Hermes Gruppe profitiert weiter vom E-Commerce-Trend

Im Segment Service profitierte die Hermes Gruppe als starke Nr. 2 in den europäischen Kernmärkten Deutschland, Großbritannien und Frankreich weiterhin vom wachsenden E-Commerce. Hermes steigerte die Umsätze mit Auftraggebern außerhalb der Otto Group um 11,3 Prozent auf 2,2 Milliarden Euro. In Deutschland führte ein hohes Paketaufkommen vor dem Hintergrund substanzieller Engpässe auf dem Arbeitsmarkt zu signifikanten Steigerungen der Lohnkosten, insbesondere auf der sogenannten „letzten Meile“.

EOS Gruppe mit verlässlichem Wachstum

Die EOS Gruppe hat sich auch im zurückliegenden Geschäftsjahr wieder als eine starke Umsatz- und Ertragssäule der Otto Group erwiesen. Der international tätige Finanzdienstleister steigerte die Umsätze auf vergleichbarer Basis um 9,6 Prozent

auf 803 Millionen Euro - bei einer erneut hohen Profitabilität. Das Unternehmen ist in 26 Ländern vertreten und betreut rund 20.000 Kunden weltweit. Schwerpunkt von EOS ist der Ankauf von unbesicherten und besicherten Forderungsportfolios.

Otto Group ist profitabel, aber unter starkem Vorjahr

Das insgesamt gebremste Wachstum der Otto Group hat sich auch auf die Ertragsseite ausgewirkt. Zusammen mit den geplant hohen Investitionen in die Weiterentwicklung von OTTO und in die logistische Infrastruktur der Unternehmensgruppe werden die Ergebnisse unter denen des sehr starken Vorjahres liegen. Die Otto Group bleibt profitabel und investiert weiterhin in nachhaltige Geschäftskonzepte und Technologie. Die Ergebnisse des zurückliegenden Geschäftsjahres werden gemeinsam mit dem von Wirtschaftsprüfern testierten Konzernabschluss am 22. Mai 2019 auf der Bilanzpressenkonferenz veröffentlicht.

Otto Group

1949 in Deutschland gegründet, ist die Otto Group heute eine weltweit agierende Handels- und Dienstleistungsgruppe mit rund 51.800 Mitarbeitern in 30 wesentlichen Unternehmensgruppen und mehr als 30 Ländern Europas, Nord- und Südamerikas und Asiens. Ihre Geschäftstätigkeit erstreckt sich auf die drei Segmente Multichannel-Einzelhandel, Finanzdienstleistungen und Service. Der Investitionsfokus liegt im Multichannel-Einzelhandel auf den Geschäftsfeldern Plattform (OTTO), Marke (Bonprix, Crate and Barrel, Witt-Gruppe) und Händler (About You, Mytoys-Gruppe), im Service auf Hermes Europe, bei den Finanzdienstleistungen auf der EOS Gruppe und im Bereich Start-ups auf OGDS, Project A und Eventures. Im Geschäftsjahr 2018/19 (28. Februar) erwirtschaftete die Otto Group nach vorläufigen Zahlen einen Umsatz von 13,5 Milliarden Euro. Sie gehört mit einem Onlineumsatz von rund 7,7 Milliarden Euro zu den weltweit größten Onlinehändlern. Die besondere Stärke der Gruppe liegt darin, eine breite Präsenz verschiedener Angebote an diverse Zielgruppen in fast allen relevanten Regionen der Welt zu verwirklichen. 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 unternehmerischer Verantwortung und Kollaborationswillen der Konzernunternehmen garantieren 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