

Hamburg, 18. Februar 2020

## **Otto Group verpflichtet sich zu Klimaneutralität bis 2030 – Einsparungen von CO<sub>2</sub>-Emissionen stehen im Vordergrund**

**Durch konkrete Maßnahmen zur Vermeidung bzw. Verringerung von CO<sub>2</sub>-Emissionen in den Kernprozessen will der Handels- und Dienstleistungskonzern Otto Group bis 2030 klimaneutral werden. Dieses Ziel hat der Konzern-Vorstand für die Standorte, Transporte, Mitarbeitermobilität sowie die externen Rechenzentren und Cloud-Dienstleistungen der Gruppe ausgegeben. Gängige CO<sub>2</sub>-Kompensation betrachtet die Otto Group als notwendiges, aber letztes Mittel der Wahl bei der Zielerreichung.**

Die Otto Group hebt ihren jahrzehntelangen, systematischen Einsatz für den Klimaschutz auf ein neues Level. Nachdem das Unternehmen sein Klimaschutzziel, 50 Prozent der CO<sub>2</sub>-Emissionen des Jahres 2006 bis zum Jahr 2020 einzusparen, erreichen wird, verkündet der Vorstand nunmehr die Klimaneutralität in allen Operations bis hin zu Retouren bis 2030 als nächsten Meilenstein seiner Klimaschutzstrategie.

Im Gegensatz zu etlichen anderen Unternehmen, die bei der Erreichung von Klimaneutralität in erster Linie auf Kompensation, also den zum Teil sehr günstigen Erwerb von Zertifikaten setzen, versteht die Otto Group unter Klimaneutralität dabei weiterhin zunächst das Einsparen und Reduzieren von CO<sub>2</sub>-Emissionen. „Wir handeln konsequent nach dem Prinzip ‚Vermeiden, Reduzieren, Kompensieren‘ und sehen CO<sub>2</sub>-Kompensation aus Klimaschutz- und Kostensicht dabei immer als das letzte Mittel beim Erreichen unserer Nachhaltigkeitsziele“, betont Alexander Birken, Vorstandsvorsitzender der Otto Group.

Um unter anderem das Ziel Klimaneutralität zu erreichen, bringt der Konzern ab 2021 eine neue CR-Strategie auf den Weg, die konkrete Maßnahmen zur weiteren Reduzierung von CO<sub>2</sub>-Emissionen enthält.

An den eigenen Standorten intensiviert die Otto Group ihre CO<sub>2</sub>-Einsparmaßnahmen durch den weiteren Ausbau erneuerbarer Energieanlagen wie beispielsweise Photovoltaik und Solar oder die Erhöhung der Energieeffizienz mit Blockheizkraftwerken, neuer Beleuchtung und Klimatechnik. Der Konzern wird zudem an allen nationalen wie internationalen Standorten, wo Ökostrom verfügbar ist, diesen zu 100 Prozent einsetzen. Bereits jetzt macht hochwertig zertifizierter Ökostrom 40 Prozent der Gesamtstrommenge an den Standorten aus.

Bei Beschaffungs- und Distributionstransporten wird die Otto Group durch die weitere Reduzierung der Luftfracht und damit den systematischen Shift auf klimafreundlichere Transportmodi weitreichend CO<sub>2</sub>-Emissionen einsparen. Des Weiteren setzt der Konzern auf der „Letzten Meile“ verstärkt auf den Einsatz von Elektromobilität, um den transportbedingten ökologischen Fußabdruck zu reduzieren. Mit der Strategie „Urban Blue“ verfolgt Hermes das Ziel, die Sendungen inklusive der Retouren in den Innenstadtbereichen der 80 größten Städte bis zum Jahr 2025 emissionsfrei zuzustellen. Intelligente Transport- und Tourensoftware machen die Logistik und die Zustellprozesse effizienter, beispielsweise durch Analyse der Sendungsströme, Optimierung der Transportleitwege oder bessere Reaktionen auf aktuelle Verkehrslagen und bei anbahnenden Staus.

Weiteres CO<sub>2</sub>-Einsparpotenzial sieht die Gruppe im Bereich Mitarbeitermobilität durch die vermehrte Nutzung der Bahn anstelle des Flugzeugs bei Dienstreisen, durch technische Effizienzgewinne bei Fuhrpark- und Dienstfahrzeugen sowie durch einen Shift zu Elektromobilität.

Im Rahmen der neuen CR-Strategie wird die Otto Group auch verstärkt auf ausgelagerte externe IT-Dienstleister, Cloudanbieter und Rechenzentren einwirken. Der Konzern wird auf Dienstleister Einfluss nehmen, indem er bei Ausschreibungen beispielsweise auf eine hohe Energieeffizienz oder den Einsatz von Ökostrom im Betrieb der externen Rechenzentren achtet.

Aber auch die noch stärkere Einbeziehung und Aktivierung der Mitarbeiter\*innen sind wichtige Hebel beim Klima- und Umweltschutz. Mit der neuen CR-Strategie wird die Otto

Group ihre Mitarbeiter\*innen noch systematischer und ganzheitlicher zum Thema Nachhaltigkeit einbinden, denn sie sind wichtige Multiplikatoren für nachhaltiges Wirtschaften. Ein hervorragendes Beispiel ist die aus der Motivation der Mitarbeiter\*innen heraus entstandene „Good Community“, in die Mitarbeiter\*innen eigene Nachhaltigkeitsideen einbringen und umsetzen. Die Ideen reichen von eigens entwickelten Apps zum Einsparen von Lebensmitteln, über Mitfahrgelegenheiten bis hin zum gemeinsamen Organisieren von Nachhaltigkeitsveranstaltungen.

Nur absolut unvermeidbare CO<sub>2</sub>-Emissionen, die nicht durch die oben genannten Maßnahmen reduziert werden können, will der Konzern mit Klimaschutzprojekten, die mindestens nach Gold-Standard zertifiziert sind, freiwillig kompensieren.

„Wir haben uns immer auf tatsächliche CO<sub>2</sub>-Vermeidung und -Verringerung konzentriert, um unsere eigenen Operations klimafreundlicher zu gestalten. Diesen seit vielen Jahren systematischen Klimaschutzansatz werden wir mit unserer neuen CR-Strategie konsequent weiter verfolgen“, sagt Dr. Tobias Wollermann, designierter VP Corporate Responsibility der Otto Group, „auch wenn das Ziel, klimaneutral zu werden, am Ende nicht vollständig ohne CO<sub>2</sub>-Kompensation zu erreichen sein wird“.

Verantwortliches Handeln in der Unternehmensgruppe und weit darüber hinaus ist bereits seit 1986 Teil der DNA der Otto Group und zeigt sich nicht zuletzt im jahrzehntelangen Einsatz für nachhaltiges Wirtschaften im Sinne der Umwelt und des Menschen. Die Incentivierung des Konzernvorstands auf Nachhaltigkeitsziele untermauert dieses Commitment zusätzlich. Gemeinsam mit ihren Konzerngesellschaften wird die Otto Group nicht nur daran arbeiten, dass der Klimaschutzansatz auch in Zukunft glaubwürdig, ambitioniert und auf einem betriebswirtschaftlich sinnvollen Weg umgesetzt wird. Sie wird auch ihren vor Jahrzehnten beschrittenen engagierten Weg im Umwelt- und Klimaschutz konsequent fortsetzen.

## **Otto Group**

1949 in Deutschland gegründet, ist die Otto Group heute eine weltweit agierende Handels- und Dienstleistungsgruppe mit rund 52.560 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. Im Geschäftsjahr 2018/19 (28. Februar) erwirtschaftete die Otto Group einen Umsatz von 13,4 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](mailto:Thomas.Voigt@ottogroup.com)  
Nicole Sieverding, +49 40 6461 3179, [Nicole.Sieverding@ottogroup.com](mailto:Nicole.Sieverding@ottogroup.com)