

Pressemitteilung

Hamburg, 29.09.2021

Starke Halbjahresbilanz: Otto Group weiter auf Wachstumskurs

Der internationale Handels- und Dienstleistungskonzern blickt auf einen erfolgreichen Verlauf der ersten sechs Monate des aktuellen Geschäftsjahres 2021/22 (28. Februar) zurück. Die positive Umsatzentwicklung resultiert insbesondere aus einem anhaltenden Wachstum im Onlinehandel sowie einem wieder auflebenden Stationärgeschäft.

Vor allem jene Unternehmen der Otto Group, die durch die im Vorjahreszeitraum pandemiebedingte Nachfrageschwäche im Modehandel betroffen waren, konnten ihre Umsätze steigern – online wie offline. Die Umsätze der Otto Group weltweit legten auf vergleichbarer Basis um gut 20 Prozent zu. Das ist insbesondere auf die gestiegene Nachfrage im Fashion- sowie Wohn- und Lifestyle-Sortiment zurückzuführen. Die reinen E-Commerce-Umsätze der internationalen Handels- und Dienstleistungsgruppe stiegen dabei weltweit um über 18 Prozent, in Deutschland sogar um fast 21 Prozent.

„Dank unserer fokussierten Wachstumstrategie haben wir die sich uns bietenden Chancen vernünftig genutzt“, sagt Alexander Birken, Vorstandsvorsitzender der Otto Group. „Wir befinden uns in einer sehr guten wirtschaftlichen Verfassung. Dennoch: Die technologischen Herausforderungen und die Kund*innenwünsche an uns als Händler sind und bleiben hoch. Die Verzahnung der Kanäle und eine intelligente Digitalisierung werden im Handel allgemein immer wichtiger – auch und erst recht im Stationärhandel. Dass wir vor diesem Hintergrund nachhaltig im Wettbewerb wachsen, zeigt, dass wir auf dem richtigen Weg sind.“

Weiter hervorragend entwickelt sich die Einzelgesellschaft OTTO auf ihrem Weg zur Plattform; sie konnte die Umsätze um gut 30 Prozent steigern. Mehr als 2.200 Händler und Marken sind bereits auf otto.de vertreten. Dank des automatisierten Anmeldeverfahrens wächst die Zahl der Kooperationen und Partner auf der Plattform weiterhin über Plan. Ebenso erfreulich ist die positive

Entwicklung der Wachstumsrate bei Neukund*innen, die weiterhin auf einem hohen Niveau liegt.

Ebenso ist der internationale Fashionanbieter Bonprix nach der pandemiebedingten Kaufzurückhaltung bei Mode im vergangenen Geschäftsjahr wieder auf Wachstumskurs. So hat sich vor allem der Auslandsmarkt USA enorm erholt – hier wurde Bademode als Schwerpunktsortiment von Venus wieder verstärkt nachgefragt. Insgesamt verzeichnet die Unternehmensgruppe, die in rund 30 Ländern operiert, ein deutliches Umsatzplus von fast 17 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum.

Ein hervorragendes erstes Halbjahr kann auch die US-amerikanische Einrichtungs- und Lifestylegruppe Crate and Barrel verbuchen. Zum einen legt das in Chicago (USA) ansässige Unternehmen wieder eine gute zweistellige Wachstumsrate im E-Commerce vor. Zum anderen zeigt das Stationärgeschäft von Crate and Barrel ein starkes Wachstum, nach den im Vorjahreszeitraum pandemiebedingten Schließungen der Shops. Zum Halbjahr steht insgesamt ein Wachstum von herausragenden rund 37 Prozent in den Büchern.

Ebenfalls positiv entwickelt sich die auf junge Familien ausgerichtete Mytoys-Gruppe. Sie hat ihre Umsätze in den ersten sechs Monaten des neuen Geschäftsjahres um zwölf Prozent steigern können. Vor allem im Modesegment konnten deutliche Wachstumsraten verzeichnet werden, zudem hat Mytoys das Marktplatzgeschäft weiter vorangetrieben.

Dank des erfolgreichen Shifts vom Stationär- zum Onlinegeschäft kann die international agierende Witt-Gruppe ein Umsatzplus von fast 27 Prozent zum Halbjahr vermelden. Der auf die Kund*innengruppe 50plus spezialisierte Omnichannel-Händler zeigt insbesondere im Onlinegeschäft, welches mit der Pandemie stark an Bedeutung gewonnen hat, eine sehr dynamische Entwicklung

in allen Sortimentsbereichen. So konnte Witt seinen Umsatz im E-Commerce um mehr als 38 Prozent steigern.

Vom anhaltenden E-Commerce-Trend profitiert auch das Logistik-Segment innerhalb der Otto Group. So verbucht beispielweise Hermes in Deutschland auf Grund der steigenden Paketmengen im Markt einen Umsatzzuwachs von mehr als 30 Prozent*. Auch das erfolgreiche Start-up About You, das seit Juni an der Frankfurter Börse gelistet ist und unlängst in den SDAX aufgenommen wurde, entwickelt sich – auf Basis der vom Unternehmen jüngst veröffentlichten Zahlen – weiterhin sehr positiv.

Eine erfreuliche Entwicklung zeigt auch der international tätige Finanzdienstleister EOS. Nach den zu Beginn des vergangenen Geschäftsjahres erschwerten Bedingungen im wirtschaftlichen Umfeld legt EOS im Umsatz wieder zu und kann ein Plus von mehr als 23 Prozent verbuchen.

Weiterhin positiver Ausblick

Insgesamt wirkt sich das sehr gute Wachstum positiv auf alle Ergebnisebenen aus. Haupttreiber ist vor allem die erfolgreiche Entwicklung im Textilgeschäft, das traditionell höhere Margen erwirtschaftet als andere Sortimente. „Alles in allem sind wir bisher sehr gut durch die Pandemie gekommen und können in Summe mit dem Ergebnis zufrieden sein“, sagt Alexander Birken. „Gleichzeitig nehmen wir bereits eine Abschwächung der Dynamik im Onlinehandel wahr und gehen im laufenden Jahr von einer Normalisierung im Handel aus.“ Um nachhaltig erfolgreich am Markt agieren zu können, wird die Otto Group weiterhin planmäßig in den Ausbau der Plattform otto.de, die logistische Infrastruktur für ein verbessertes Kunden*innenerlebnis sowie die digitale Transformation der Konzernunternehmen investieren. Für das gesamte Geschäftsjahr 2021/22

erwartet die Otto Group einen deutlichen Umsatzzuwachs und ein operatives Ergebnis auf Vorjahresniveau.

* Aufgrund eines Investoreneinstiegs im November 2020 werden diese Umsätze nicht mehr in den Gesamtumsätzen der Otto Group erfasst

Otto Group

1949 in Deutschland gegründet, ist die Otto Group heute eine weltweit agierende Handels- und Dienstleistungsgruppe mit rund 50.000 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 2020/21 (28. Februar) erwirtschaftete die Otto Group einen Umsatz von 15,6 Milliarden Euro. Sie gehört mit einem Onlineumsatz von rund 9,9 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
Volker Gieritz, +49 40 6461 3129, volker.gieritz@ottogroup.com