

Weiden, 05.10.2021

## **Erstes Geschäftshalbjahr 2021/22: E-Commerce-Umsatz der Witt-Gruppe wächst um 38 Prozent**

### **Corona-Pandemie führt zu Wandel der Online-Welt in der Zielgruppe 50plus**

**Weiden, Oktober 2021. Die Witt-Gruppe hat ihr erstes Geschäftshalbjahr 2021/22 mit einem sehr hohen Umsatzplus im E-Commerce abgeschlossen. Für seine 22 Online-Shops verzeichnete das Omni-Channel-Unternehmen einen Zuwachs in Höhe von 38 Prozent und steigerte damit noch einmal deutlich die bereits positive Entwicklung des Vorjahres. Auch der Online-Anteil am Gesamtumsatz nahm weiter zu und lag im ersten Geschäftshalbjahr 2021/22 bei 38,8 Prozent.**

#### **Umsatzplus dank veränderten Einkaufsverhaltens**

Für die Monate März bis August 2021 kann die Witt-Gruppe hervorragende Zahlen für all ihre Online-Shops über alle Vertriebsgebiete und -marken hinweg ausweisen. Um insgesamt 38 Prozent legte der Umsatz im Schnitt zu. „Seit Beginn der Corona-Pandemie haben die Internet-Nutzung und der Anteil der Online-Käufe im Allgemeinen stark zugenommen und sind auch 2021 noch einmal gewachsen“, erklärt Melanie Plank, Bereichsleiterin E-Commerce, die überproportionale Umsatzzunahme. „Diese Gesamtentwicklung sowie die Einschränkungen des öffentlichen Lebens und im stationären Handel durch den erneuten Lockdown im Frühjahr führten zu einem nachhaltig veränderten Konsumverhalten, was sich für die Witt-Gruppe positiv bemerkbar machte.“

#### **Verstärkte Online-Marketing-Aktivitäten zahlen sich aus**

„Ein weiterer Grund für unser großes Wachstum ist das starke Investment in unsere Online-Marketingaktivitäten“, so Ingrid Lutz, Bereichsleiterin Marketing Deutschland. „Der Fokus lag dabei vor allem auf den Bereichen SEA Non-Brand und Shopping. Zudem haben wir in Reichweitenkampagnen investiert. Über positive Markteffekte und Maßnahmen konnten wir einen großen Zuwachs an Online-Neukund\*innen erzielen.“

#### **Print ebenfalls mit Umsatzplus**

Einen auffallend großen Push im Online-Bereich erlebten in den vergangenen sechs Monaten neben WITT WEIDEN vor allem der niederländische Markt und die Aktivität „Sieh an! Deutschland“. Auch nahm der Anteil an Neukund\*innen stark zu. Gleichzeitig steigerte sich der Umsatz im Katalogversand der Witt-Gruppe um 19 Prozent: „In der Grundtendenz sehen wir, dass Online stärker zunimmt als Print. Aber wir erkennen auch eine deutliche Katalogstärke, von der unsere Shops zusätzlich profitieren“, so Melanie Plank. „Unsere Shops wachsen also nicht zu Lasten unseres Printbereichs, sondern parallel dazu.“ Sowohl im Online- als auch Printbereich war vor allem die Nachfrage nach Basics, Homewear, Sport- und Freizeitbekleidung sowie Wäsche besonders hoch.

#### **heine wächst deutlich**

Erfreulich: Auch die Shops der Vertriebsmarke heine, die seit Dezember 2019 Teil der Witt-Gruppe ist, verzeichnen für den Zeitraum ein deutliches Wachstum – ein Ergebnis der erfolgreichen Integration sowie des Umzuges der Shops auf die Plattform Witt Commerce Cloud (WCC). „Im Vergleich zum Vorjahr konnte die Rentabilität im E-Commerce bei heine deutlich gesteigert werden“, fasst Alexander Voges, Geschäftsführer Marketing und Vertrieb heine, die Entwicklung zusammen. „Durch die optimale Ausstattung der online-affinen Kundengruppen mit Kampagnen und verkaufsfördernden Maßnahmen sowie einer angepassten Sortimentszusammensetzung

konnte ein Vorjahresplus realisiert werden.“ Zusätzlich profitierte auch heine vom veränderten Nachfrageverhalten der Kund\*innen während der Corona-Krise: Besonders beliebt waren neben Living auch Basics und Mode für Zuhause

### **Weiterentwicklung der Online-Shops**

Mit der erfolgreichen Migration von heine auf die Plattform WCC schloss die Witt-Gruppe kürzlich ein Großprojekt ab. Nachdem der Fokus zunächst auf den Kernfunktionen lag, werden alle restlichen Funktionen bis Ende des Jahres folgen. „Auch im kommenden Jahr werden wir unsere Shops kontinuierlich weiterentwickeln“, gibt Michael Binder, Teamleiter Web Controlling & Analyse, als Ausblick. „Neben der datengetriebenen Weiterentwicklung nutzten wir, nach der Zwangspause aufgrund von Corona, im August dafür erstmals wieder unser Usability-Lab.“ Dort wird gemeinsam mit Proband\*innen in Tests die Nutzungsfreundlichkeit der Online-Shops untersucht. Von den daraus resultierenden Weiterentwicklungen profitieren künftig alle Shops gleichermaßen, da sich seit der heine-Migration alle Shops einheitlich auf der Plattform WCC befinden.

Mit 21,1 Millionen Kund\*innen weltweit und einem Umsatz von 1,092 Mrd. Euro (IFRS) im Geschäftsjahr 2020/21 zählt die Witt-Gruppe zu den führenden textilen Omnichannel-Unternehmen für die Zielgruppe 50plus. Die Unternehmensgruppe ist derzeit mit zehn Marken in zehn Ländern, darunter die 1907 gegründete Marke WITT WEIDEN, sowie mit 22 Online-Shops aktiv. Seit Ende 2019 gehört die Marke heine zur Witt-Gruppe. Die Witt-Gruppe ist mit rund 3.500 Mitarbeitenden nicht nur einer der größten Arbeitgeber der Oberpfalz, sondern auch einer der beliebtesten Deutschlands: 2021 wurde das Unternehmen zum neunten Mal in Folge als Top-Arbeitgeber ausgezeichnet. Seit 1987 ist das Unternehmen mit Sitz in Weiden Teil der Otto Group. Die Otto Group gehört mit einem Onlineumsatz von rund 9,9 Milliarden Euro zu den weltweit größten Onlinehändlern. Weitere Informationen finden Sie unter [www.witt-gruppe.eu](http://www.witt-gruppe.eu).

#### **Kontakt:**

Rainer Hagner  
Corporate Communication  
0961/400-1618