

Pressemitteilung

Hamburg, 07. März 2023

**Mytoys.de GmbH stellt Geschäftsbetrieb ein und schließt alle Filialstandorte -  
Die Marke Mytoys wird weiterhin auf der Plattform otto.de angeboten**

**Vorstand und Gesellschaftergremien des Handels- und Dienstleistungsunternehmens Otto Group haben entschieden, die Marke Mytoys künftig ausschließlich auf der Plattform OTTO anzubieten. Im wettbewerbsintensiven und margenschwachen Spielzeugmarkt ist das bisherige monothematische Multichannelkonzept nicht weiter erfolgreich umzusetzen. Mit der Entscheidung einher geht die Schließung der Mytoys-Verwaltung in Berlin sowie der insgesamt 19 Stationärgeschäfte des Unternehmens bis spätestens Februar 2024.**

Von den Standortschließungen betroffen sind rund 800 Mitarbeitende der Mytoys.de GmbH. Die Geschäftsführung wird gemeinsam mit dem Betriebsrat einen Interessenausgleich und einen Sozialplan verhandeln, um die Folgen der Entscheidung für die Mitarbeitenden abzumildern. Große Teile der Teams werden in den kommenden Monaten zunächst jedoch auch weiterhin für den operativen Betrieb tätig sein.

Sebastian Klauke, Konzern-Vorstand E-Commerce, Technologie, Business Intelligence und Corporate Ventures der Otto Group: „Natürlich ist uns diese Entscheidung äußerst schwergefallen, gerade auch hinsichtlich der engagierten und professionellen Arbeit aller Mitarbeitenden von Mytoys. Mit Blick auf das über Jahre defizitäre Geschäftsmodell blieb uns jedoch auch nach intensiver Prüfung keine andere Alternative. Gleichzeitig glauben wir an die Marke Mytoys und wollen dem Segment Spielwaren eine neue, attraktive Bühne auf otto.de bieten.“

Die Entscheidung, den Geschäftsbetrieb der Mytoys.de GmbH aufzugeben, ist Folge einer gründlichen Analyse der Geschäftsentwicklung. So hat das Unternehmen seit Jahren - die mit den Coronamaßnahmen einhergehenden Wachstumseffekte der Geschäftsjahre 2020/21 und 2021/22 ausgenommen - trotz mehrfacher strategischer Neuausrichtung und hoher Investitionen keine solide wirtschaftliche Performance und die erforderliche, nachhaltige Rentabilität erreicht.

Der Erfolg eines unbedingt erforderlichen Turnarounds, verbunden mit weiteren hohen Investments und steigendem Kosten- und Marktdruck, ist vor diesem Hintergrund weder seriös planbar noch realistisch. Zudem ist das hart umkämpfte und zugleich niedrig-margige Segment Spielwaren leichter innerhalb des Marktplatzes von OTTO profitabel zu bewirtschaften - mit der entsprechenden Diversifizierung in den Sortimentsfeldern, als es einem Pure Player wie Mytoys möglich ist.

Sebastian Klauke: „Die Transformation von otto.de zur Plattform schreitet zügig voran. Wir wollen den Erfolg des Marktplatzmodells nutzen, um der Bedeutung des wachstumsstarken, aber eben auch wettbewerbsintensiven Segments Spielwaren künftig noch stärker Rechnung zu tragen. Innerhalb des vierten Quartals 2023 wollen wir das Angebot in diesem Bereich für unsere Kund\*innen noch attraktiver gestalten. Mit der prominenten Nutzung der Marke Mytoys schaffen wir genau das.“

Auf das Konzernunternehmen Limango, bisher unter dem Dach der Mytoys Group, hat die Entscheidung keine operativen Auswirkungen. Limango ist mit seinem Geschäftsmodell einer Private-Shopping-Community für Familien sehr erfolgreich und plant, auch weiterhin eigenständig und nachhaltig rentabel zu wachsen.

#### **Otto Group**

1949 in Deutschland gegründet, ist die Otto Group heute als weltweit agierende Handels- und Dienstleistungsgruppe mit rund 43.000 Mitarbeiter\*innen in 30 wesentlichen Unternehmensgruppen vornehmlich in den drei Wirtschaftsräumen Deutschland, übriges Europa und USA präsent. Ihre

Geschäftstätigkeit erstreckt sich auf die Segmente Plattformen, Markenkonzepte, Händler, Services und Finanzdienstleistungen. Im Geschäftsjahr 2021/22 (28. Februar) erwirtschaftete die Otto Group einen Umsatz von 16,1 Milliarden Euro. Sie gehört mit einem Onlineumsatz von rund 12,1 Milliarden Euro zu den weltweit größten Onlinehändlern. Die besondere Stärke der Unternehmensgruppe liegt darin, eine breite Präsenz verschiedener Angebote an diverse Zielgruppen in 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 Konzerngesellschaften garantieren zugleich Flexibilität und Kund\*innennähe sowie eine optimale Zielgruppenansprache in den jeweiligen Ländern. Weitere Infos unter [www.ottogroup.com](http://www.ottogroup.com).

**Pressekontakt:**

Martin Zander, +49 40 6461 2820, [martin.zander@ottogroup.com](mailto:martin.zander@ottogroup.com)

Thomas Voigt, Tel. +49 40 6461 4010, [thomas.voigt@ottogroup.com](mailto:thomas.voigt@ottogroup.com)