

Pressemitteilung

Hamburg, 22. März 2017

10 Prozent mehr Umsatz mit Möbeln und Einrichtungssortimenten: OTTO setzt profitablen Wachstumskurs fort

Gleichzeitig konnte OTTO im Geschäftsjahr 2016/17 (28. Februar 2017) rund 15 Prozent mehr Neukunden für sich begeistern als im Vorjahr und zählt damit heute insgesamt 6,1 Millionen aktive Kunden. Sie haben dem Hamburger Onlinehändler einen Gesamtumsatz von 2,722 Mrd. Euro gebracht, das sind sechs Prozent mehr als im Vorjahr. Das Unternehmen wächst damit zum siebten Mal in Folge, mit erneut positivem Ergebnis.

„Wir haben unseren Wachstumskurs konsequent fortgesetzt – und zwar überplanmäßig und profitabel“, freut sich Bereichsvorstand Marc Opelt, der erstmals in seiner neuen Funktion als OTTO-Sprecher und Gastgeber der jährlichen Wirtschaftspressekonferenz den Abschluss des Geschäftsjahres 2016/17 präsentierte. Der Hamburger Onlinehändler erzielte einen Gesamtumsatz von rund 2,722 Milliarden Euro, das sind sechs Prozent mehr als im Vorjahr. Ergebnisseitig konnte OTTO eine Rendite im einstelligen Prozentbereich erwirtschaften.

Maßgeblich zum Erfolg beigetragen haben die knapp 1,9 Millionen Neukunden, die OTTO für sich gewinnen konnte. Insgesamt zählt OTTO somit heute rund 6,1 Millionen aktive Kunden in 12 Monaten. Sie sorgten für ein erneut zweistelliges Wachstum im Sortimentsbereich Multimedia und dafür, dass OTTO seine Spitzenposition im Onlinemöbelhandel in Deutschland weiter ausbauen konnte: Der Gesamtumsatz im Bereich Möbel und Einrichten stieg im Vergleich zum Geschäftsjahr 2015/16 um 10 Prozent auf über 911 Millionen Euro. „Kein anderes Unternehmen in Deutschland verkauft mehr Möbel und Einrichtungsartikel über das Internet als OTTO“, so Opelt.

Otto (GmbH & Co KG) • Unternehmenskommunikation • Werner-Otto-Straße 1-7 • 22179 Hamburg
Telefon +49 (0) 40 6461 8732 • Fax +49 (0) 40 6464 8732

AG Hamburg, HR A 62 024, Persönlich haftend: Verwaltungsgesellschaft Otto mbH, Hamburg, AG Hamburg, HR B 13 762
vertr. durch: Alexander Birken (Vorsitzender) • Dr. Rainer Hillebrand (Stellvertretender Vorsitzender) • Dr. Marcus Ackermann •
Neela Montgomery • Petra Scharner-Wolff • Hanjo Schneider • Dr. Winfried Zimmermann

Bereichsvorstände OTTO: Marc Opelt (Sprecher) • Dr. Michael Heller (stellvertretender Sprecher) • Dr. Michael Müller-Wünsch •
Katy Roewer (jeweils Handlungsbevollmächtigte)

Aufsichtsrat: Dr. Michael Otto (Vorsitzender)

„Die Höhle der Löwen“ und Guido – TV-Stars bringen Klicks auf otto.de

Breite Aufmerksamkeit erzielte OTTO auch über einen Deal mit dem „Die Höhle der Löwen“-Juror Ralf Dümmel: Wann immer der Unternehmer und langjährige OTTO-Partner im Rahmen der TV-Show in gute Produktideen investierte, wurden sie in Echtzeit – parallel zur Sendung – auf otto.de zum Verkauf angeboten. Geschwindigkeit, die sich ausgezahlt hat: Die Smartphone-Zugriffe auf den Shop verdoppelten sich, und die brandneuen Produkte wie das Sporthandtuch eines Hamburger Gründerteams verkauften sich bis zu 20.000 Mal. Zusätzlich profitiert OTTO von einer groß angelegten Kooperation mit Stardesigner Guido Maria Kretschmer. Er hat für das Unternehmen nicht nur eine eigene Einrichtungslinie, sondern außerdem erstmals eine neue Fashion-Kollektion entworfen, die er persönlich in Hamburg präsentierte. Die Fashion- und Livingprodukte werden ab sofort in einer TV-Kampagne beworben. „OTTO und ich verfolgen ein gemeinsames Ziel: Menschen, die unsere Produkte kaufen, sollen sich wohlfühlen. Wir wollen gute Produkte in das Zuhause und in die Kleiderschränke der Kunden bringen“, sagte der Designer Guido Maria Kretschmer auf der Pressekonferenz.

Mieten statt Kaufen: Test mit OTTO NOW übertrifft erste Erwartungen

Mit dem Pilotprojekt OTTO NOW testete OTTO in den vergangenen Monaten eine mögliche Erweiterung des aktuellen Geschäftsmodells: Parallel zum Verkauf von Sortimenten über otto.de gibt es über ottonow.de alternativ die Möglichkeit, ausgewählte Produkte auf Zeit zu mieten. Der Markttest setzt auf dem Trend der Sharing Economy auf und bescherte dem jungen Projektteam überwältigendes Feedback: Innerhalb von nur drei Wochen war das großzügig angelegte Testbudget nahezu aufgebraucht – insbesondere Fernseher, Kaffeevollautomaten und Laufbänder wurden besonders gern ausgeliehen. „Unser Ziel ist es, guten Ideen schnell eine Chance zu geben und sie pragmatisch im Markt zu testen. Auf Basis der Ergebnisse prüfen wir jetzt, inwiefern ein dauerhaftes Geschäftsmodell daraus werden kann“, erklärt Opelt.

Ausblick: Sortimentserweiterung und Besetzung von rund 300 Stellen

Auch im neuen Geschäftsjahr 2017/18 will OTTO erhebliche Budgets in die Weiterentwicklung des digitalen Mindsets der Organisation investieren, um die Wachstumskurve fortzuschreiben und den Kundenstamm nochmals spürbar zu erweitern. „Wir werden die Chancen des Marktes konsequent und noch schneller als bislang nutzen. Wir werden unsere Sortimente weiter ausbauen und weiter am perfekten Shopperlebnis arbeiten. Dafür werden wir erneut rund 300 Stellen besetzen und suchen dafür laufend qualifizierte Kollegen, die den weiteren Wandel von OTTO mitgestalten möchten – ganz

besonders in den Bereichen IT, E-Commerce und Business Intelligence“, so Opelt in seinem Ausblick auf die kommenden Monate.

Nähere Informationen finden Sie im Internet unter www.otto.de/unternehmen.

Pressekontakt:

Frank Surholt, Telefon: +49 (0) 40 64 61-8065, E-Mail: frank.surholt@otto.de

Katrin Carstens, Telefon: +49 (0) 40 64 61-5181, E-Mail: katrin.carstens@otto.de