

## Pressemitteilung

### Otto Group im laufenden Geschäftsjahr weiterhin auf Wachstumskurs

Wien/Graz, am 5. November 2013

- Für das laufende Geschäftsjahr 2013/14 rechnet die Unternehmensgruppe mit einem Umsatzwachstum von mehr als 3 Prozent auf dann über 12 Milliarden Euro
- Die Otto Group wächst profitabel – die Rendite wird voraussichtlich bei über 3 Prozent liegen (EBIT)
- Die von Österreich aus agierende UNITO-Gruppe wächst um 13,4 Prozent und wird im laufenden Geschäftsjahr erstmals die 300-Millionen-Euro-Umsatzgrenze überschreiten
- Die Marke QUELLE wird in Russland, Deutschland, Österreich und der Schweiz erfolgreich betrieben – bis zum Jahr 2020 wird ein Umsatzniveau von 450 Millionen Euro angestrebt
- Neue Trendstudie belegt: Ethischer Konsum ist beim Konsumenten angekommen

Die Otto Group ist weiter auf Wachstumskurs: Für das laufende Geschäftsjahr 2013/14 rechnet der Vorstandsvorsitzende der Unternehmensgruppe, Hans-Otto Schrader, mit einem Umsatzwachstum von mehr als 3 Prozent auf dann über 12 Milliarden Euro. Vor allem die Online-Shops entwickeln sich dynamisch. „Im Netzhandel werden wir zweistellig wachsen und erstmals die Marke von sechs Milliarden Euro Online-Umsatz knacken“, so Hans-Otto Schrader. Dabei wächst die Otto Group profitabel. Die Rendite wird voraussichtlich über 3 Prozent liegen (EBIT). „Unsere nachhaltige und auf Rendite ausgerichtete Strategie zahlt sich aus“, resümiert Hans-Otto Schrader. „Die Otto Group ist gut unterwegs, solide finanziert, erwirtschaftet die Mittel für weitere Investitionen aus eigener Kraft und schafft weltweit neue Arbeitsplätze.“

Das zurückliegende Geschäftsjahr 2012/13 (per 28. Februar) hatte die Otto Group mit einem moderaten Wachstum und einem deutlich verbesserten Ergebnis abgeschlossen. So stieg der Umsatz der Unternehmensgruppe um 1,6 Prozent auf 11,8 Milliarden Euro, der Gewinn (EBIT) legte um 50 Prozent auf 388 Millionen Euro zu.

#### Hohe Investitionen in E-Commerce

Um das Wachstum weiter zu forcieren, investiert die Otto Group bis zum Jahr 2015 rund 300 Millionen Euro in den E-Commerce. Die E-Commerce-Umsätze sollen damit von 5,7 auf 8,0 Milliarden Euro gesteigert werden. Hinzu kommt ein dreistelliger Millionenbetrag, den der Handelskonzern als Kapital für Venture-Aktivitäten von e.ventures und Project A zur Verfügung stellt. Diese Unternehmen sind auf Beteiligungen an attraktiven Start-ups spezialisiert.

Investitionen fließen aber auch in den Stationärhandel und in die Logistik. So hat das Konzernunternehmen Sportscheck im Oktober in München das größte innerstädtische Sporthaus Europas

eröffnet. In Russland erweitert die Otto Group für 50 Millionen Euro das Warenlager in Tver, um weiterhin das schnelle Wachstum im russischen Markt zu sichern.

### **Erfolgreiches Geschäftsjahr 2013/14 in Österreich**

Auch die von Österreich aus agierende UNITO-Gruppe konnte in der ersten Hälfte des laufenden Geschäftsjahres ihren Umsatz auf 148,1 Millionen Euro<sup>1</sup> steigern, dies entspricht einem Wachstum von 12,7 Prozent im Vergleich zum selben Zeitraum des Vorjahres.

Im aktuellen Geschäftsjahr 2013/14 (bis 28. Februar 2014) wird die UNITO-Gruppe erstmals die 300-Millionen-Euro-Umsatzgrenze überschreiten, das Unternehmen prognostiziert aktuell einen Umsatz von 316 Millionen Euro<sup>1</sup>, dies würde ein Wachstum von 13,4 Prozent bedeuten. Außerdem rechnet UNITO damit, das Rekordergebnis (EBT) aus dem Vorjahr zu überschreiten und damit das beste Ergebnis in der 10-jährigen Unternehmensgeschichte zu erzielen.

Das Unternehmen kann somit an die Erfolge der letzten Geschäftsjahre anschließen: In den letzten drei Jahren gelang der UNITO-Gruppe ein durchschnittliches Umsatzwachstum von über 18 Prozent p.a. – von 180,9 Millionen Euro<sup>1</sup> im Geschäftsjahr 2009/10 auf 278,7 Millionen Euro<sup>1</sup> im Geschäftsjahr 2012/13.

Für das nahende Weihnachtsgeschäft 2013 rechnet das Unternehmen mit einem Umsatzplus von 15 Prozent – und damit mit einem deutlich stärkeren Wachstum als der Markt bzw. der stationäre Einzelhandel.

In Österreich plant die Otto Group Investitionen in Höhe von rund 20 Millionen Euro in neue E-Commerce-Projekte. Damit will die UNITO-Gruppe mit ihren Marken Universal, OTTO und QUELLE bei einem geplanten Online-Wachstum von 15 bis 20 Prozent pro Jahr einen E-Commerce-Anteil von mehr als 85 Prozent bis 2015 erreichen. Langfristiges Ziel: Der Umsatz der UNITO-Gruppe soll sich durch das rasante Wachstum im E-Commerce bis zum Jahr 2020 auf rund 550 Millionen Euro<sup>1</sup> verdoppeln.

### **Erfolgsmodell QUELLE**

Auch am Beispiel der Marke QUELLE zeigt sich eindrucksvoll, wie die Otto Group die Traditions-Marke erfolgreich revitalisiert und international neu ausgerichtet hat.

Vor genau vier Jahren – am 5. November 2009 – übernahm die Otto Group die Markenrechte aus der Insolvenzmasse der Primondo AG, seitdem ist mit der Marke QUELLE viel passiert: Bereits im November 2009 hat die Otto Group das vollständige Geschäft von QUELLE Russland übernommen und damit ihre damals bereits führende Marktstellung in diesem wichtigen Wachstumsmarkt deutlich ausgebaut. Mitte 2010 erfolgte die Übernahme der Marke durch die UNITO-Gruppe in der Schweiz, mit Januar 2011 dann die Revitalisierung in Österreich. Seit 2. Mai 2013 startet die Marke QUELLE – mit einem zwischenzeitlich überarbeiteten Geschäftsmodell als Online-Shop – nun auch am deutschen Markt wieder frisch durch, ebenfalls unter der Führung der UNITO.

Für das laufende Geschäftsjahr 2013/14 wird mit der Marke QUELLE in den Märkten Deutschland, Österreich, Schweiz und Russland ein Umsatz von 192,2 Millionen Euro<sup>1</sup> prognostiziert. Das langfristige Ziel sieht eine Mehr-als-Verdoppelung dieses Umsatzniveaus vor: Bis zum Jahr 2020 soll

mit der Marke QUELLE in diesen vier Märkten ein Umsatzpotential von 450 Millionen Euro<sup>1</sup> erreicht werden.

### **Neue Trendstudie belegt: Ethischer Konsum ist beim Konsumenten angekommen**

Neben dem E-Commerce ist der ethische Konsum ein wichtiger Trend. Erstmals geben mehr als die Hälfte der Verbraucher (56 Prozent) an, häufig Produkte zu kaufen, die ethisch korrekt hergestellt sind. Dabei hat sich der Wert in den vergangenen vier Jahren mehr als verdoppelt, wie die aktuelle Trendstudie belegt, die die Otto Group in Zusammenarbeit mit dem Trendbüro erstellt hat.

Diese und weitere Ergebnisse zeigen die Herausforderungen, aber zugleich auch Chancen für den Handel. Mit ihrem tief verankerten Wertegerüst sind die Otto Group und ihre Konzernfirmen gut aufgestellt, um heute bereits Konsumentenwohlbefinden durch sorgenfreien Konsum zu ermöglichen. „Aus Tradition messen wir bei der Otto Group Werten wie Nachhaltigkeit und dem fairen Umgang mit Mitarbeitern einen hohen Stellenwert bei. Diesen Anspruch wollen wir auch in einem hochintensiven Wettbewerbsumfeld beibehalten und haben uns mit unserer Nachhaltigkeitsstrategie bis 2020 ehrgeizige Ziele gesetzt“, betont Hans-Otto Schrader die enorme Wichtigkeit, Nachhaltigkeit von innen heraus zu leben.

Weitere Informationen finden Sie auf [www.ottogroup.com](http://www.ottogroup.com) oder auf [www.unito.at](http://www.unito.at)

Download der Trendstudie zum ethischen Konsum: [www.ottogroup.com/trendstudie](http://www.ottogroup.com/trendstudie)

Download des Corporate Responsibility Report 2013: [www.ottogroup.com/cr-report](http://www.ottogroup.com/cr-report)

---

*Die UNITO Versand & Dienstleistungen GmbH mit Sitz in Salzburg und Graz ist ein Tochterunternehmen der Otto Group und in den Märkten Österreich, Deutschland und Schweiz aktiv. In Österreich ist man mit den Versandhandelsmarken Universal, OTTO und Quelle sowie dem Finanzdienstleister OKO vertreten, in der Schweiz agiert die UNITO-Gruppe mit den beiden Marken Ackermann und Quelle, in Deutschland mit den Marken Quelle und Alpenwelt.*

*1949 in Deutschland gegründet, ist die Otto Group heute eine weltweit agierende Handels- und Dienstleistungsgruppe mit rund 53.800 Mitarbeitern (Stand Februar 2013). Die Gruppe ist mit 123 wesentlichen Unternehmen in mehr als 20 Ländern Europas, Nord- und Südamerikas und Asiens präsent. Ihre Geschäftstätigkeit erstreckt sich auf die drei Segmente Multichannel-Einzelhandel, Finanzdienstleistungen und Service. Im Geschäftsjahr 2012/13 (28. Februar) erwirtschaftete die Otto Group einen Umsatz von 11,8 Milliarden Euro. Sie ist weltweit größter Online-Händler für Fashion und Lifestyle und weltweit zweitgrößter Online-Händler mit dem Endverbraucher (B2C).*

#### **Pressekontakt:**

Reichl und Partner PR GmbH  
Franz-Josefs-Kai 47 · 1010 Wien

Mag. Vanessa Mucha-Trnavsky  
Telefon +43 (0)1 5354838 6412  
[vanessa.mucha@reichlundpartner.at](mailto:vanessa.mucha@reichlundpartner.at)

UNITO Versand & Dienstleistungen GmbH  
Alte Poststraße 152 · 8020 Graz · [www.unito.at](http://www.unito.at)

Mag. Georg Glinz  
Telefon +43 (0)316 5460 368 · Mobil +43 (0)664 8126148  
[georg.glinz@unito.at](mailto:georg.glinz@unito.at)

<sup>1</sup> Gesamtumsatz lt. IFRS inkl. MwSt.