

Otto-Gruppe: Fast jeder zweite Umsatz-Euro kommt aus dem Web

✖ Der Hamburger Otto-Konzern hat seine Bilanz für das Geschäftsjahr 2010/2011 vorgelegt. Wie nicht anders zu erwarten war, ist das Internet der Treiber des Handelsunternehmens. Die Handelssparte im Konzern konnte beim Umsatz im zweistelligen Bereich zulegen.

So verlief das Geschäftsjahr bei Otto.

Die Mannschaft um Otto-Konzern-Vorstand Hans-Otto Schrader können zufrieden sein. In allen drei Konzernsparten hat der Hamburger Handelsriese seine Umsätze steigern können. Wie bitter muss es den Verantwortlichen dann aufstoßen, wenn unter dem Strich für den Konzern weniger übrig bleibt, als im Jahr zuvor.

Im Vergleich zum vergangenen Geschäftsjahr steigerte die Otto Group seinen Umsatz um 13 Prozent auf 11,4 Milliarden Euro (10,1 i.Vj.). Das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) wurde sogar mehr als 700 Prozent von 46 Millionen Euro in 2009/2010 auf 378 Millionen Euro gesteigert. Allerdings liegt der Jahresüberschuss im Konzern mit 181 Millionen Euro 14 Prozent unter dem Wert des vergangenen Geschäftsjahres. Damals blieben der Unternehmensgruppe 211 Millionen Euro, weil Erträge aus mittlerweile aufgegebenen Geschäftsbereichen hinzukamen.



Online treibt die Umsätze

Verdient wird das Geld bei Otto online. Mit einem Anteil von 47,8 Prozent am Umsatz des Geschäftsbereiches Multichannel Einzelhandel (MCE) ist das Internet zum stärksten Vertriebskanal geworden. Der Katalog verliert an Bedeutung. Insgesamt setzte der Konzern im Web in Deutschland rund 3,1 Milliarden Euro um. Im Vergleich zum Vorjahr eine Steigerung von 27 Prozent. Auch im Auslandsgeschäfts erwies sich Online als Wachstumstreiber. Das starke Online-Wachstum ist umso erfreulicher, da Otto im vergangenen Jahr einige Online-Aktivitäten wie Discount24, Yalook und Jungstil vom Netz genommen hatte.

Wie bereits berichtet soll auch Quelle als Online-Plattform wieder ins aktive Leben zurückgeholt werden.

“In den kommenden Wochen wird die Marke Quelle in Deutschland neu starten. Unter www.quelle.de wird ein Internet-Marktplatz eröffnet, auf dem eine Vielzahl von Händlern und Markenherstellern Technik- und Living-Sortimente anbieten. Auf dem Marktplatz wird ausschließlich Neuware angeboten – auch von der Quelle-Marke Privileg.”



Multichannel Einzelhandel verdient wieder Geld

Im Geschäftsbereich MCE sind die Handelsaktivitäten der Gruppe zusammengefasst. Das positive Umsatzwachstum spiegelt sich auch in der Ertragslage des Geschäftsbereiches wieder.

In der vergangenen Geschäftsperiode musste MCE noch ein EBIT-Minus von 81 Millionen Euro hinnehmen. Doch wird jetzt wieder mit den Handelsaktivitäten Geld verdient. Das EBIT liegt aktuell bei 132 Millionen Euro. Welchen Jahresüberschuss im Segment MCE erwirtschaftet worden ist, verrät der aktuelle Geschäftsbericht leider nicht.

Die Kerngesellschaft Otto erzielte mehr als zwei Milliarden Euro Umsatz. Otto steigerte die Erlöse um 13,4 Prozent auf 2,114 Milliarden Euro. Bonprix überwand die Milliarden-Marke und wuchs um

16,9 Prozent auf 1,136 Milliarden Euro. Auch die Schwab-Gruppe sprang in den zehnstelligen Bereich dank eines Wachstums von knapp 11 Prozent auf 1,093 Milliarden Euro. Dazu haben maßgeblich die Witt-Gruppe und MyToys.de beigetragen, die in der Schwab-Gruppe konsolidiert werden.

Ein enormes Wachstum von rund 22,3 Prozent legte die Baur-Gruppe hin: Sie steigerte die Erlöse von 468 auf 573 Millionen Euro. Auch die Heine-Gruppe entwickelte sich mit einem Wachstum von 5,3 Prozent auf 666 Millionen Euro positiv. Ein großer Sprung gelang dem Sport-Spezialisten SportScheck: Die Münchner schraubten ihre Erlöse um 18,3 Prozent auf 327 Millionen Euro hoch.