Otto Group setzt 6 Milliarden Euro im Netz um

Im abgelaufenen Geschäftsjahr erzielte die Otto Group nach ersten Prognosen einen Online-Umsatz in Höhe von weltweit mehr als 6 Milliarden Euro, rund 400 Millionen Euro mehr als im Vorjahr. Bis 2016 soll die Hälfte des Online-Traffics über mobile Endgeräte abwickelt werden.

Nach ersten Prognosen ist es der Otto-Group gelungen, aus dem bestehenden Geschäft heraus die weltweiten Online-Umsätze um rund 400 Millionen auf über 6 Milliarden Euro zu erhöhen. Das entspricht einem Wachstum in Höhe von 7,6 Prozent. Im deutschen Markt konnte sogar ein Zuwachs von 7,8 Prozent oder knapp 290 Millionen auf rund 4 Milliarden Euro erzielt werden.

Das Ziel des Konzerns ist es, bis 2016 über alle unsere Online-Marken hinweg 50 Prozent des Online-Traffics mobil zu erwirtschaften, so Dr. Rainer Hillebrand, der im Vorstand der Otto Group die E-Commerce-Aktivitäten verantwortet.

Bis 2015 investiert die Otto Group in einem Dreijahresplan rund 300 Millionen Euro in den ECommerce. Erhebliche Investitionsmittel fließen auch 2014 in entsprechende Initiativen in den Bereichen Technologie, Multichannel-Vernetzung, Service sowie Venture.

Parallel dazu treibt die Otto Group den Ausbau ihrer Mobile Commerce-Aktivitäten weiter voran. Allein in Deutschland besitzt bereits jeder Zweite ein Smartphone – das entspricht einer Steigerungsrate von 26 Prozent zum Vorjahr. Bei Tablets entspricht der Zuwachs sogar 38 Prozent, das bedeutet, bereits jeder fünfte Bundesbürger nutzt inzwischen ein solch mobiles Gerät.