



Pressemitteilung

Hamburg, 21. Januar 2016

700 Millionen Euro Umsatz: Erfolgreichstes Jahr für OTTO im Livingsegment

Der Onlinehändler machte im Jahr 2015 rund 700 Millionen Euro Umsatz allein im Livingsegment und erlebte somit in diesem Bereich das erfolgreichste Jahr aller Zeiten. Jörg Daschner, Direktor Category Hartwaren OTTO, berichtet auf der internationalen Einrichtungsmesse imm.cologne heute in Köln über die starke Entwicklung des Möbelmarktes.

700 Millionen Euro Umsatz generierte das OTTO-Einrichtungssegment im Jahr 2015 und hat somit als führender deutscher Onlinehändler für Living-Sortimente eine herausragende Position inne, auf die auch in den nächsten Jahren weiterhin gesetzt wird. Denn allein 2015 wurden wieder mehr Möbel online gekauft als im Jahr zuvor – sowohl bei Möbelspezialhändlern als auch bei Universalanbietern. Für 2016 plant jeder dritte Deutsche, mehr als 1.000 Euro für die Einrichtung des Zuhauses ausgeben zu wollen. Im Hinblick auf diese positiven Entwicklungen des Marktes und die steigende Kaufbereitschaft der Verbraucher strebt OTTO auch in diesem Jahr zusätzliche Umsätze in dreistelliger Millionenhöhe an.

„Bei OTTO geht es darum, die Bedürfnisse der Kunden umfassend zu verstehen und das Shopperlebnis so bequem wie möglich zu gestalten. Deshalb ist es uns jeden Tag wichtig, immer noch ein bisschen besser zu werden. Wir wollen unsere unangefochtene Führungsposition ausbauen, Marktpotenziale nutzen und die Entwicklung der Branche weiterhin mitgestalten“, so Dr. Michael Heller, OTTO-Bereichsvorstand Categories und stellvertretender Sprecher OTTO.

In der „OTTO-Wohnstudie 2015“ lernte das E-Commerce Unternehmen bereits im vergangenen Jahr mithilfe des Marktforschungsinstitutes TNS Infratest seine Kunden in ganz

Otto (GmbH & Co KG) • Unternehmenskommunikation • Werner-Otto-Straße 1-7 • 22179 Hamburg
Telefon +49 (0) 40 64 61 8732 • Fax +49 (0) 40 64 64 8732 • www.otto.de/unternehmen

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

Deutschland kennen. Ein Update der Studie sowie Trends und Entwicklungen der Möbelbranche stellt Jörg Daschner, Direktor Category Hartwaren OTTO, heute auf der internationalen Einrichtungsmesse imm.cologne vor.

„Wir freuen uns, dass die Zustimmung der Kunden in Bezug auf die Vorteile des Möbelkaufs über das Internet laut unserer Wohnstudie gestiegen ist. OTTO-Kunden haben die Möglichkeit, kostenlose Stoff- und Holzmuster zu erhalten, um das Material vor der Bestellung beurteilen zu können. Diese und andere Leistungen, wie auch den Aufbauservice, schätzen unsere Kunden sehr“, erklärt Daschner. Ebenso zeigen die Ergebnisse der Neuauflage, dass sich das Einkaufsverhalten ändert: Kaufentscheidungen werden immer und überall getroffen, unabhängig von Ort und Zeit. Als First Mover hat OTTO diese Entwicklung mitgemacht und die Idee vom Everywhere-Commerce auch im Einrichtungssegment erfolgreich umgesetzt.

Zudem bevorzugt der Onlineshopper die Möbelbestellung beim Online-Fachhändler, jedoch dicht gefolgt vom Universalanbieter. Auf diesen Trend ist OTTO vorbereitet: Neben mehr als 200.000 Artikelpositionen im Livingsegment auf otto.de haben Kunden ebenfalls die Möglichkeit, sich in einem der Spezialshops zu informieren und hier das richtige Angebot zu finden.

Weitere Informationen und Bildmaterial finden Sie im Internet unter www.otto.de/unternehmen

Pressekontakt:

Frank Surholt, +49 (0) 40 64 61-8630, frank.surholt@otto.de

Viktoria Rüpke, +49 (0) 40 6461-5667, viktoria.ruepke@otto.de