

otto group

Unterwegs



AUF DER REISE IN DIE
DIGITALE ZUKUNFT WEIST UNS EIN
VERLÄSSLICHER KOMPASS
DEN WEG: DIE BEDÜRFNISSE
UNSERER KUNDEN.



Geschäftsbericht
2015/16

Vom Kunden her gedacht

Der Kunde ist heute so frei, so souverän und damit auch so mächtig wie noch nie. Er ist mobil und hat online Zugriff auf ein unendliches Angebot. Er ist der Homo oeconomicus im besten Sinne, der danach entscheidet, wann und wo er das, was er will, zum besten Preis mit dem angenehmsten Service bekommt.

Klingt das für den Handel bedrohlich? Wir bei der Otto Group finden das nicht. Wir freuen uns über diese Entwicklung.

Denn wir sind auf einem guten Weg. Unsere personalisierten Angebote bieten hoch emotionale und befriedigende Shopping-Erlebnisse. Unsere mobilen Services erlauben es dem Kunden, überall zu suchen, sich inspirieren zu lassen, zu kaufen. Mit unserer Markenvielfalt sprechen wir verschiedenste Zielgruppen individuell an. Und nicht zuletzt wissen wir, dass es ein überzeugendes Mittel gibt, um Kunden zu binden: eine radikale Orientierung auf Erlebnis, Betreuung und Service vor, während und nach dem Kauf.

Zum Kunden führen viele Wege. Begleiten Sie uns auf den kommenden Seiten ein Stück auf unserer Reise!

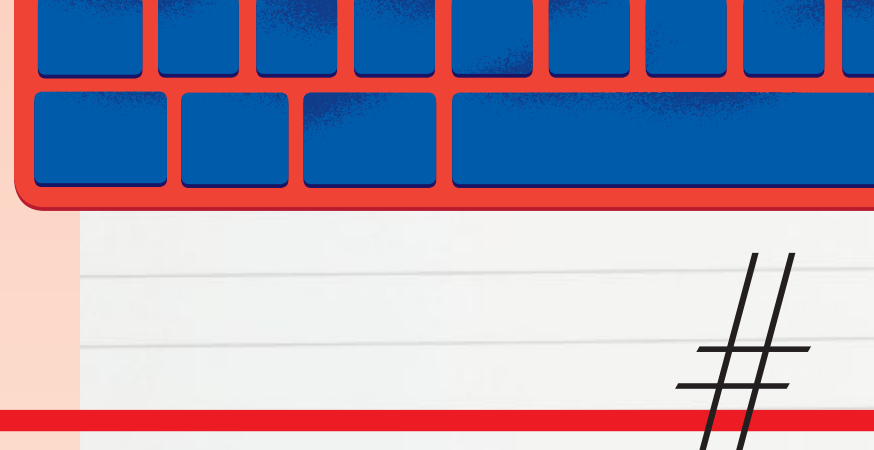
2015 / 16



3,4
Millionen
Kunden
besuchen
täglich
die mehr
als 100
Onlineshops
der Otto
Group.



Größter
Online-Möbel-
händler
im DACH-
Raum



Wir haben
uns gefragt:
Wer ist eigentlich
der Kunde,
dem wir zu **100%**
gefallen wollen?

STEVE WOODWARD

President & Chief Merchant
von Crate and Barrel

DIE EUROPaweit
ZUGESTELLTEN
HERMES-SENDUNGEN
SIND UM 11% AUF
580 MILLIONEN
GESTIEGEN.

Präsenz
in mehr als
30
Ländern.

WWW.OTTOGROUPUNTERWEGS.COM



» WIR SIND FÜR DEN
KUNDEN DA –
VOR, WÄHREND UND
NACH DEM KAUF. «

KATY ROEWER

Bereichsvorständin OTTO

Die
Zukunft
des
Handels
liegt im
Mobile
Commerce.

DANIEL

KRANTZ

Leiter Otto Group
Mobile Lab

ONLINE -
UMSATZ:

+ 8,8 %

AUF

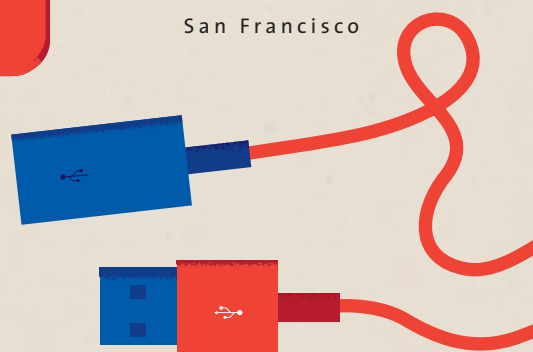
6,5

MRD. €

Um
Zeit zu
über-
brücken,
kauf ich
oft übers
Smartphone
ein.

ALLISON SCHMITZ

San Francisco



Die Kennzahlen

OTTO GROUP 2015/16

Die Otto Group konnte ihren Umsatz von 11,5 Mrd. EUR auf **12,1 Mrd. EUR** im Geschäftsjahr 2015/16 (29. Februar) steigern.

Die Ergebnisentwicklung zeigte sich nach einem unbefriedigenden Vorjahr ebenfalls positiv und unterstreicht die Rückkehr der Otto Group in die Profitabilität.

	2015/16 in Mio. EUR	2014/15* in Mio. EUR
Konzern Gesamt		
Umsatz	12.104	11.485
Investitionen**	332	328
EBITDA	639	562
EBIT	259	248
EBT	187	44
Ergebnis aus fortgeführten Geschäftsbereichen	90	-32
Jahresfehlbetrag nach aufgegebenen Geschäftsbereichen	-190	-196
Konzern-Eigenkapital	1.530	1.620
Free Cashflow	367	416
Mitarbeiter (durchschnittliche Anzahl)	49.597	51.723
Konzern „FDL at Equity“		
Konzern-Eigenkapital	1.471	1.562
Netto-Finanzverschuldung	1.317	1.523
EBITDA	597	492
Umsätze nach Segmenten		
Multichannel-Einzelhandel	9.588	9.245
Finanzdienstleistungen	678	646
Service	1.838	1.594

* Vorjahr angepasst

** in immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen

Vom Kunden her gedacht

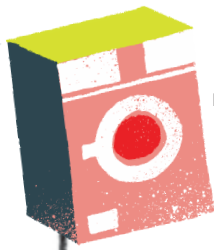
Hans-Otto Schrader
Vorstandsvorsitzender
6

Die Konzernübersicht
7

Der Vorstand
8

Dr. Michael Otto
Aufsichtsratsvorsitzender
10

Der Aufsichtsrat
11



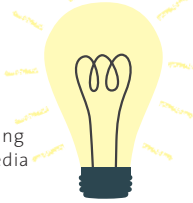
OHNE UNS!
Bei diesen Trends machen wir lieber nicht mit
23

Aufbauhilfe
B2B-Services,
die Kunden überzeugen
24

Strategische Initiativen



Gründerzeit
Aufbruchsstimmung
bei Otto Group Media
36



PROBLEMLÖSER
Vier Start-ups mit klarem Kundenfokus
39

Wandel und Perspektiven



WAS KUNDEN WOLLEN

Fünf Trends im Einkaufsverhalten
12

ERFOLGS-CODES
Digitale Innovationen
für mehr Kundennutzen
17

About a Girl
Erfolgsprinzip Personalisierung
18

Mobile Zeiten
Das Mobile Lab macht Shopping smart
20



KERN GESUND

Das Core Business
der Otto Group wächst
26

MEHR SCHLAGKRAFT
Das neue IT-System der Otto Group
31



Zurück in die Zukunft
Crate and Barrel besinnt
sich auf seine Wurzeln
32

Fit werden
Sportscheck auf Erfolgsspur
34

Weiter vorne
Finanzvorständin Petra Scharner-Wolff
über Desinvestitionen
35

Neue Wege



ZUSAMMEN WACHSEN

Die Otto Group startet
den konzernweiten Kulturwandel 4.0
40

CHRONIK
42

Die Zahlen der Otto Group

Konzernlagebericht
44

Konzernabschluss
96

Konzernanhang
112

Impressum
204

HANS - OTTO
SCHRADER

Vorstandsvorsitzender
der Otto Group



„Die
Otto Group
ist wieder
gut
unterwegs.“

Unterwegs

6

**Sehr geehrte Damen und Herren,
liebe Partner und
Freunde der Otto Group,**

das vergangene Geschäftsjahr war für uns in der Otto Group ein Jahr des Umbruchs und der Neuorientierung. Nach herben Verlusten im Vorjahr haben wir uns auf unsere Stärken konzentriert, uns von nicht mehr strategisch wichtigen Firmen getrennt und deutlich an Dynamik gewonnen.

Mehrere strategische Initiativen haben wir kraftvoll und erfolgreich in Angriff genommen: Wir haben in wettbewerbsfähige Angebote, Services und Technologien bedeutender Konzerngesellschaften investiert. Das führte bei der Einzelgesellschaft OTTO, der in 29 Ländern aktiven Modemarke Bonprix oder bei unserem Dienstleister Hermes zu zweistelligen Umsatzsprüngen bei ordentlicher Rendite. Wir stärken unsere Stärken.

Neue Geschäftsfelder haben wir konsequent ausgebaut. Otto Group Media hat einen guten Start hingelegt und Collins strebt als eines der am schnellsten wachsenden Start-ups in Europa auf die 100-Millionen-Euro-Umsatzmarke zu. Wir bauen auf Neues.

Bei den Geschäftskonzepten, mit denen wir im Vorjahr noch Probleme hatten, haben wir deutliche Fortschritte erzielt: Crate and Barrel, die Mytoys-Gruppe und Sportscheck gewinnen Neukunden und wachsen.

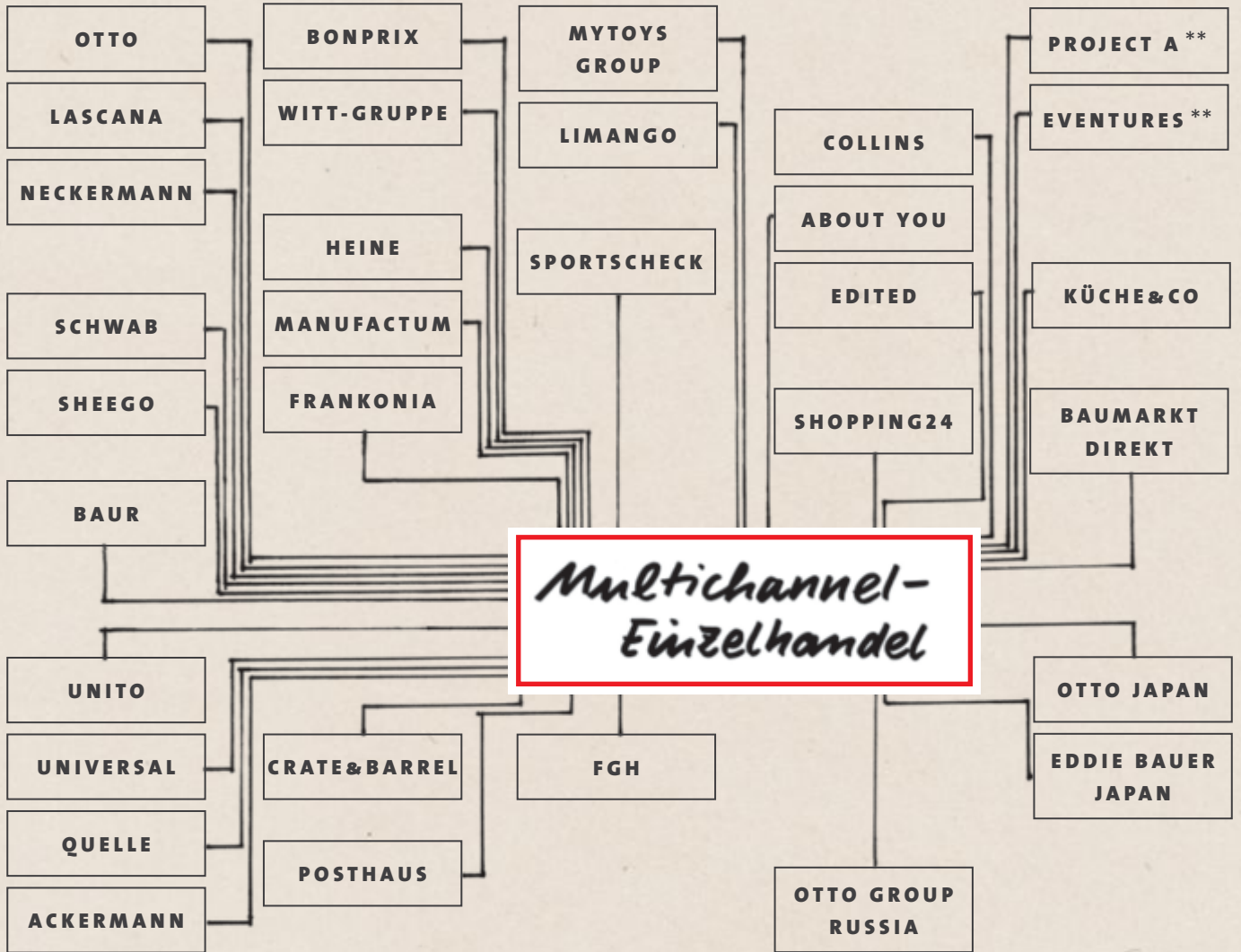
Wir haben uns, wie angekündigt, von Konzernunternehmen getrennt, die keine ausreichenden Synergien bieten oder sich bei anderen Eignern besser entwickeln können. Alba Moda, JM Bruneau, OTTO Office und weitere sind verkauft. Es folgen die Handelsaktivitäten der 3SI Group, die wir als Discontinued Operations ausgewiesen haben. Wir fokussieren uns.

Mit diesem Rückenwind haben die Gesellschafter und der Vorstand Ende vergangenen Jahres einen Kulturwandel in der gesamten Otto Group angestoßen. Unsere knapp 50.000 Kolleginnen und Kollegen sollen kundennäher, eigenverantwortlicher und schneller arbeiten können. Und wir als Vorstand damit auch.

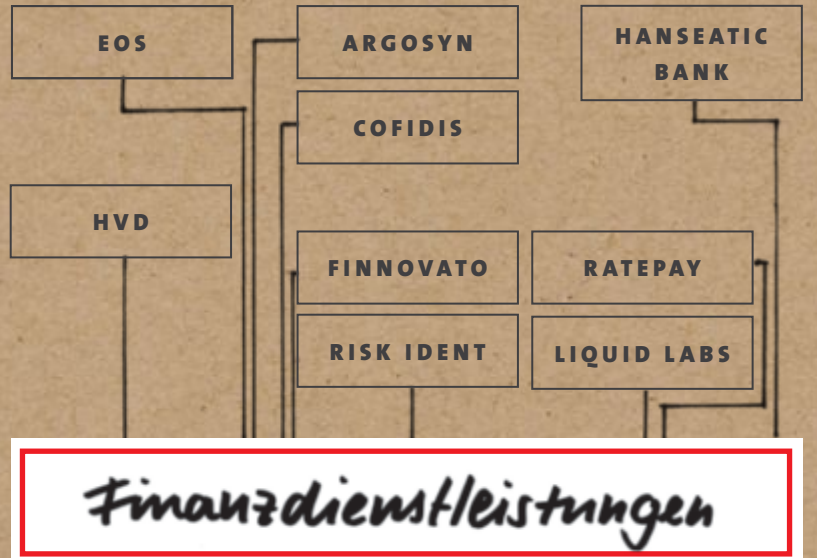
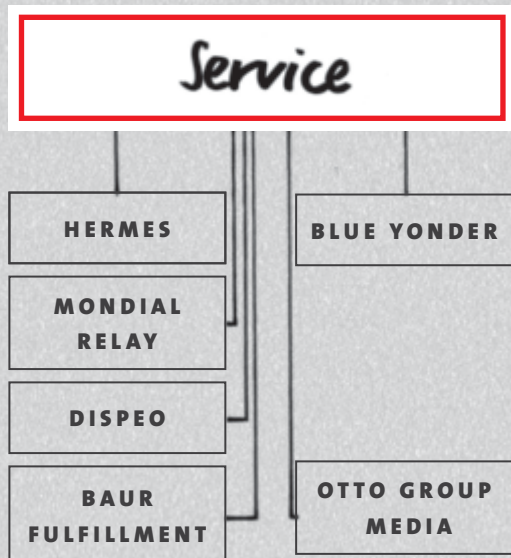
Mein Fazit dieses anstrengenden und anregenden Jahres: Die Otto Group ist wieder gut unterwegs.

Hans-Otto Schrader
Vorstandsvorsitzender der Otto Group

Die Konzernübersicht*



* ausgewählte Unternehmen und Marken ** Beteiligungsgesellschaften



Der Vorstand

Hans-Otto Schrader

Vorstandsvorsitzender
der Otto Group



„CUSTOMER
CENTRICITY
IST EINE DER
GRÖSSTEN
HERAUSFOR-
DERUNGEN FÜR
HANDELS-
UND
DIENST-
LEISTUNGS-
UNTERNEHMEN
WELTWEIT.“

Alexander Birken

Konzern-Vorstand Multichannel
Schwerpunkt Distanzhandel, Sprecher OTTO

„DER KUNDE
IST KÖNIG UND
SEIN ZEPHER
IST DAS
SMART-
PHONE.“



Konzern-Vorstand
Services

Hansjo Schneider

„IN ZUKUNFT
WIRD
DER KUNDE
SELBST
BESTIMMEN,
WO UND WANN
IHN SEINE
LIEFERUNG
ERREICHT.“



Petra Scharner-Wolff

Konzern-Vorstand
Finanzen

„INVESTITIONEN
IN TRANSFORMATION
UND NEUE
GESCHÄFTS-
MODELLE MÜSSEN
IMMER INVESTITIONEN
IN MEHR KUNDEN-
NÄHE
SEIN.“



Dr. Rainer Hillebrand

Stv. Vorstandsvorsitzender
der Otto Group, Konzern-Vorstand
Konzernstrategie, E-Commerce,
Business Intelligence

„KUNDEN-
DATEN SIND
DAS ÖL IM
DIGITALEN
BUSINESS.“



Dr. Winfried Zimmermann

Konzern-Vorstand Projekte,
Controlling, Transformation und IT

„DURCH
INTELLIGENTE
ALGORITHMEN
UND BI-
TECHNOLOGIEN
KÖNNEN
WIR UNS
POSITIV
VOM MARKT
ABHEBEN.“



Neela Montgomery

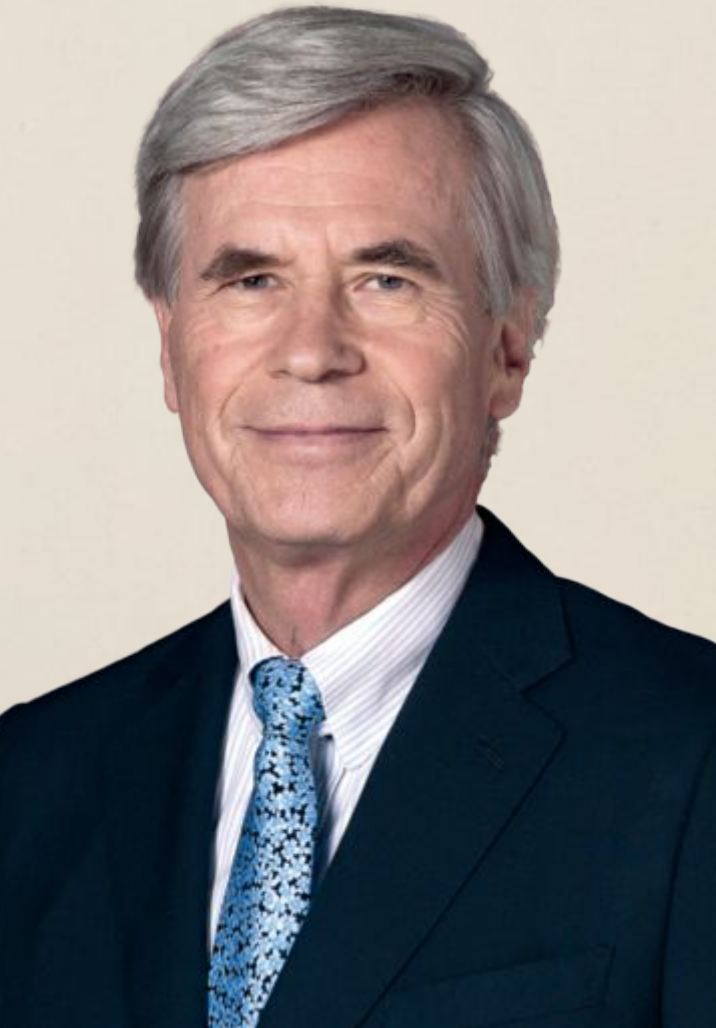
Konzern-Vorstand
Multichannel-Retail

„WAS DER KUNDE
DAVON HAT, IST
DIE EINZIG
RELEVANTE
FRAGE FÜR
UNSERE
STRATEGIE
UND UNSER
HANDELN.“



DR. MICHAEL
OTTO

Aufsichtsratsvorsitzender
der Otto Group



"Trotz oder gerade wegen der vehementen Veränderungen setzen wir auf unsere Werte."

Unterwegs

10

**Sehr geehrte Damen und Herren,
liebe Partner und
Freunde der Otto Group,**

Ende vergangenen Jahres haben wir gemeinsam mit dem Vorstand in unserer Unternehmensgruppe den „Kulturwandel 4.0“ angestoßen, um die Herausforderungen des digitalen Zeitalters noch besser zu meistern. Es soll ein Aufbruch sein, der in den Köpfen und Herzen aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter beginnt und auch nur von allen gemeinsam gestaltet werden kann.

Die Herausforderungen der Digitalisierung an unsere Art zu denken, zu handeln und zu arbeiten sind rasch skizziert: Wir müssen den Wandel der Kundenbedürfnisse, die Veränderungen der Geschäftsprozesse und die technologische Herausforderung wirklich verinnerlichen und dabei den Kunden in den Mittelpunkt stellen.

Der „Kulturwandel 4.0“ fordert eine neue Offenheit: Es geht darum, zukunftsweisende Technologien auszuprobieren, Ideen zu teilen und transparent zu kommunizieren. Es kommt auf den Mut an, Konventionen infrage zu stellen, neue Wege zu gehen, Fehler zu machen und einzugestehen. Und es braucht eine Organisation mit flacheren Hierarchien und agilen Teams, in der Führungskräfte den nötigen Freiraum zum Denken und Handeln geben.

Unseren Erfolg haben wir aber nicht nur der Offenheit, dem Mut und der Wandlungsfähigkeit unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu verdanken, sondern auch der Tatsache, dass wir uns allen Stakeholdern gegenüber verpflichtet fühlen. Die Menschen sind bekanntlich nicht für die Wirtschaft da, sondern die Wirtschaft für die Menschen.

Deshalb begegnen wir unseren Kunden, unseren Mitarbeitern und unseren Partnern stets auf Augenhöhe und mit Respekt. Deshalb haben wir schon früh begonnen, uns um die Arbeitsbedingungen in den für uns mittelbar tätigen Fabriken in Schwellenländern und Entwicklungsländern zu kümmern. Und deshalb gehen wir mit den uns anvertrauten Ressourcen der Natur seit Jahrzehnten schonend um.

Ich bin fest davon überzeugt, dass wir in unserer Unternehmensgruppe trotz oder gerade wegen der großen wirtschaftlichen, sozialen und ökologischen Herausforderungen gut gerüstet sind. Wir setzen weiterhin auf unsere Werte, denn wir kämpfen nicht nur für den freien, sondern auch für den fairen Handel.

A handwritten signature in black ink that reads "Michael Otto".

Dr. Michael Otto
Aufsichtsratsvorsitzender der Otto Group

Der Aufsichtsrat

DR. MICHAEL OTTO

Hamburg
Vorsitzender, Kaufmann

KARL-HEINZ GRUSSENDORF*

Hamburg
Stv. Vorsitzender
Betriebsratsvorsitzender
Otto (GmbH & Co KG)

ANNETTE ADAM*

Kahl/Main
Stv. Betriebsratsvorsitzende
SCHWAB VERSAND GmbH

THOMAS ARMBRUST

Reinbek
Geschäftsführer Kommandit-
gesellschaft CURA Vermögens-
verwaltung G.m.b.H. & Co.

ANITA BEERMANN

Ahrensburg
Mitarbeiterin Kommanditgesell-
schaft CURA Vermögensverwaltung
G.m.b.H. & Co. seit 01.06.2015

HORST BERGMANN*

Michelau
Betriebsratsvorsitzender
Baur Versand (GmbH & Co KG)
seit 01.11.2015

OLAF BRENDEL*

Hamburg
Betriebsratsvorsitzender
Hermes Fulfilment GmbH

DR. MICHAEL E. CRÜSEMANN

Hamburg
Geschäftsführer i. R.

DR. THOMAS FINNE

Hamburg
Geschäftsführer Kommandit-
gesellschaft CURA Vermögens-
verwaltung G.m.b.H. & Co.

PETRA FINNERN*

Jesteburg
Betriebsratsvorsitzende
EOS Region Deutschland
seit 01.11.2015

VERENA FRANK*

Berlin
Gewerkschaftssekretärin ver.di
bis 31.03.2015

DIETHARD GAGELMANN

Hamburg
Geschäftsführer i. R.

DR. RICHARD GOTTWALD*

Hamburg
Leitender Angestellter /
Vertrieb

HANS JÖRG HAMMER

Hamburg
Geschäftsführer i. R.
bis 31.05.2015

WILHELM HARNOTH*

Weiden i.d.Opf.
Betriebsratsvorsitzender
Josef Witt GmbH bis 31.10.2015

HERTA HEUBERGER*

Sauerlach/ Arget
Gesamtbetriebsratsvorsitzende
SportScheck GmbH

HEIKE LATTEKAMP*

Hamburg
Landesfachbereichsleiterin
ver.di Handel seit 01.05.2015

DR. WOLFGANG LINDER

Hamburg
Geschäftsführer i. R.

STEFAN NAJDA*

Glienicke
Gewerkschaftssekretär ver.di
Bundesverwaltung
seit 01.05.2015

ALEXANDER OTTO

Hamburg
Vorsitzender der Geschäfts-
führung ECE Projektmanagement
G.m.b.H. & Co. KG

ARNO PEUKES*

Hannover
Landesfachbereichsleiter
ver.di bis 31.03.2015

LARS-UWE RIECK*

Hamburg
Landesfachbereichsleiter
Postdienste und Logistik
ver.di

DR. WINFRIED STEEGER

Hamburg
Rechtsanwalt

MONIKA VIETHEER-GRUPE*

Barsbüttel
Betriebsratsvorsitzende
bonprix Handelsgesellschaft
mbH bis 31.10.2015

PROF. DR. PEER WITTEN

Hamburg
Persönlich haftender
Gesellschafter Kommandit-
gesellschaft AURUM
Beteiligungs- und Verwaltungs-
G.m.b.H. & Co.

*

Vertreter
der Arbeitnehmer

Was Kunden wollen





Knapp

40

PROZENT

der Smartphone-
Nutzer kaufen mit
ihrem Gerät ein.*²

Neue Technologien, neue
Erwartungen: Das
Einkaufsverhalten ändert
sich gerade fundamental.
Fünf wichtige Trends.

≡

Die App von meinem Lieblings-Modeshop ist super. Wenn es im Geschäft eine Bluse nicht mehr in meiner Größe gibt, scanne ich mit der App ihren Barcode und kann sehen, ob die Bluse im Onlineshop noch verfügbar ist. Wenn ich Glück habe, schlage ich meistens sofort über die App zu.

⌵

↓

STEPHANIE KRALLINGER (23)

München

Der Kunde von heute ist ganz schön kompliziert. Oder besser gesagt: anspruchsvoll. Er will sich nicht mehr von den Ladenöffnungszeiten einschränken lassen, sondern rund um die Uhr im Internet bestellen – und erwartet (natürlich) prompte Lieferung. Auch alte Stereotype greifen nicht mehr: Gingen im Jahr 2000 tatsächlich nur 4,4 Prozent der Menschen ab 60 zumindest gelegentlich ins Internet, taten dies 2015 schon 50,4 Prozent*¹.

Umgekehrt brechen gerade junge Menschen wieder verstärkt zum klassischen Einkaufsbummel auf. In dieser neuen Konsumwelt hat nur Erfolg, wer die veränderten Wünsche der Kunden schnell erkennt und darauf eingeht.

1. IMMER MOBILER

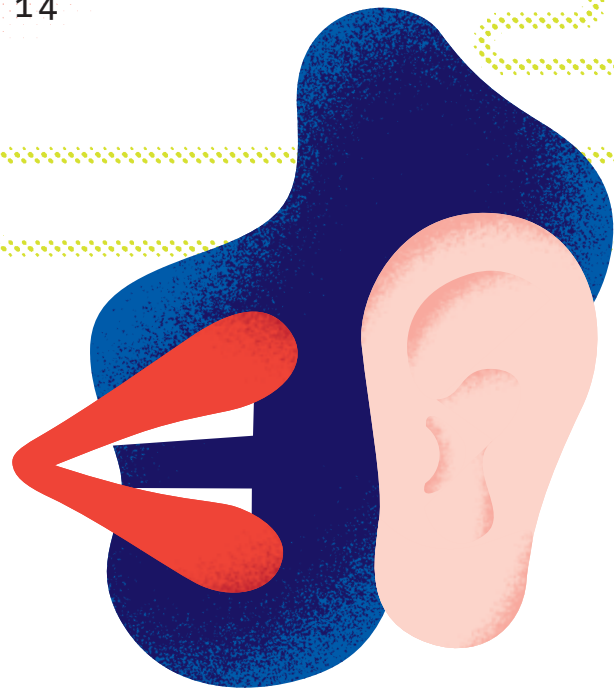
Eine Edelstahlpfanne auf dem Weg zur Arbeit, eine Jogginghose in der Mittagspause oder eine Waschmaschine nach Feierabend auf dem Sofa: Weltweit kaufen immer mehr Kunden mit ihren Smartphones ein – schnelleren Datenverbindungen, größeren Displays und leistungsstärkeren Geräten sei Dank. Allein in Deutschland nutzen schon knapp 40 Prozent der Smartphone-Nutzer ihr Gerät zum Shoppen*², darunter auch viele ältere Kunden.



≡
Eine App darf nicht überladen sein. Ich mag es übersichtlich und versortiert. Und die Produkte sollen schön präsentiert werden. Ich will auf den ersten Blick merken, dass ich dort etwas finden kann, was mir gefällt.
≡

IAN KARCHER (42)

Berlin



2. IMMER SPONTANER

„Jetzt gönne ich mir etwas“ – nach diesem Motto geschieht heute schon rund jeder sechste Onlinekauf aus einem Impuls heraus*³. Viele Nutzer vertreiben sich die Zeit, indem sie auf ihrem Smartphone shoppen oder für einen Kauf recherchieren, etwa in der U-Bahn oder im Wartezimmer. Mode-Apps wie About You sind auf dieses Bedürfnis zugeschnitten. Sie zeigen den Nutzern ihre Angebote nach ähnlichem Muster wie soziale Medien – in einem maßgeschneiderten Feed.

3. MIT BESTEN EMPFEHLUNGEN

Auch in digitalen Zeiten schenken Menschen ihr Vertrauen vor allem anderen Menschen – das gilt besonders beim Einkaufen. Wer sich eine Bohrmaschine zulegen will, bittet vorher zum Beispiel seine Freunde in den sozialen Netzwerken um Rat. Aber auch die Einschätzungen Fremder spielen eine immer größere Rolle. So lesen 72 Prozent der Onlineshopper vor dem Kauf Bewertungen anderer Kunden*⁴.

4. IM ERNSTFALL PERSÖNLICH

„Das T-Shirt kam in der falschen Größe“ oder „Ich habe einen Garantiefall“: In den seltenen Fällen, in denen ein Problem auftaucht, schätzen Onlineshopper noch den persönlichen Kontakt zu einem Kundenberater – 56,5 Prozent von ihnen am liebsten per Telefon*⁵.

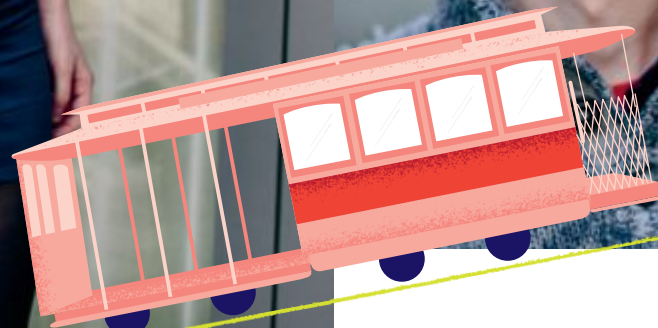


72
PROZENT

der **Onlineshopper**
lesen vor dem Kauf
Bewertungen
anderer Kunden.*4



Wenn bei
einer Bestellung
etwas schiefgeht,
schreibe ich
lieber eine Mail.
Das kostet
nichts, ich hänge
in keiner
Warteschleife,
und in letzter
Zeit ist der
Service auch per
Mail richtig
schnell und gut.



Ich pendle jeden Tag eine Stunde
zur Arbeit. Um die Zeit zu überbrücken,
kaufe ich oft übers Smartphone ein:
Möbel, Klamotten, alles Mögliche.
Gerade sehr viel, weil ich umgezogen bin.

ALLISON SCHMITZ (24)

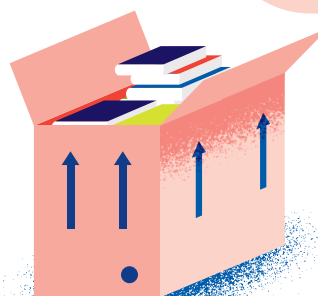
San Francisco

ANTON ATAMANOVSKI (32)

Moskau

66
EURO

geben Kunden im
Schnitt pro
Onlinekauf aus.*6





CORNELIA (60) UND
GEORG SCHEUÄRER (65)

Regensburg

QUELLEN:

*1
ARD/ZDF-Onlinestudie 2015

*2
Mobile Effects Studie 2016
(BurdaForward)

*4/*7
Repräsentative Umfrage 2015
(Bitkom Research)

*3/*5/*6
Studie „E-Commerce 2015“
(OTTO/ECC Köln)



≧
*Wir informieren uns
gerne online,
weil wir die
Produkte dort
in Ruhe ansehen und
Bewertungen dazu
lesen können. Aber
wir kaufen sie dann
lieber im Laden.*
≧



97
PROZENT

der
Internetnutzer
ab 65 kaufen
online ein.*7

5. AUCH VOR ORT

Fast schienen die Innenstädte schon vom Aussterben bedroht, weil die Menschen den Straßengeschäften den Rücken zuehrten. Doch nun entdecken ausgerechnet Onlinekunden den Stadtbummel wieder – um eine Jeans anzuprobieren, um auf einer Chaiselongue probezuliegen. Um auch ganz real für die Kunden erfahrbar zu sein, eröffnete etwa Edited, ein digitaler Fashionshop der Otto Group, im Jahr 2015 in Hamburg und 2016 in Berlin je einen Store.

Erfolgs-Codes

**DIE DIGITALE TRANSFORMATION BIETET
GEWALTIGE CHANCEN. WIE MAN SIE NUTZT,
ZEIGEN DIESE DREI BEISPIELE.**



EINER FÜR ALLE

Wie schafft man es, dass jede einzelne Firma und jeder einzelne Kunde der Otto Group von den Innovationen profitiert, die an einer anderen Stelle im Unternehmen entwickelt wurden? Seit 2015 können alle Konzerngesellschaften über eine interne Datenbank auf neu entwickelte Software zugreifen. Ein Beispiel dafür ist die **BI-LÖSUNG DEEP QUERY**.

Sucht ein Kunde in einem Webshop nach einem Produkt, erhält aber keinen Treffer, liefert „Deep Query“ alternative Suchbegriffe. Die Software muss also exakt verstehen, was den Kunden interessieren könnte. „Deep Query“ wurde mit großem Erfolg bei Baur getestet – und schon jetzt von sieben Webshops übernommen.

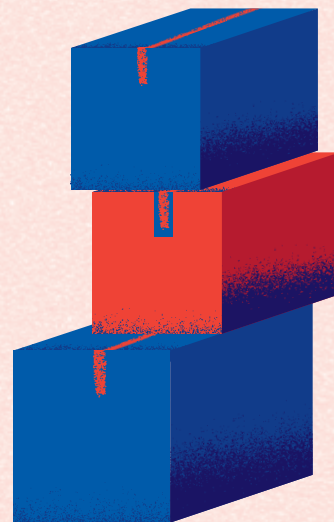
GOLDENE MITTE

E-Commerce in China boomt: Der Umsatz im E-Commerce lag 2015 bei 500 Milliarden Euro.* Um auf diesem Markt mehr Präsenz zu zeigen, schloss die Otto Group im Jahr 2015 ein Joint Venture mit JD.com, dem führenden chinesischen Online-Marktplatz. Der **FULL-SERVICE-PROVIDER ZITRA** hilft internationalen Marken, im chinesischen Onlinehandel, der oft nach eigenen Gesetzen funktioniert, Fuß zu fassen. Die Dienstleistungen umfassen dabei die gesamte Wertschöpfungskette: Markteintritts-Strategie, Warenwirtschaft, Cross-Border-Logistik, technische Anbindung sowie Finanzdienstleistungen.



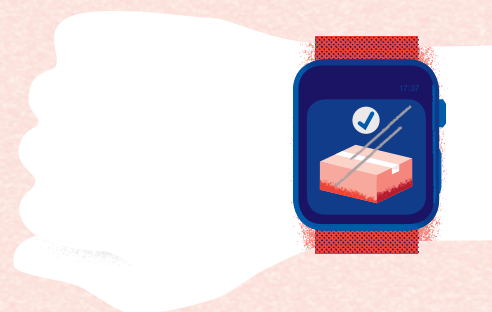
500€^{*} Mrd.

* <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/199518/umfrage/groesste-e-commerce-laender-weltweit/>



SENDUNGS- BEWUSSTSEIN

Als erster Paketdienstleister Deutschlands ist die **HERMES LOGISTIK GRUPPE DEUTSCHLAND** seit 2015 auch auf der Apple Watch präsent. Neben einem Paketshop-Finder mit Navigationsfunktion, aktuellen News und einer Online-Sendungsverfolgung steht Kunden in der App auch der mobile Paketschein zur Verfügung. Das ist ein digitales Versandlabel, das im Hermes Paketshop direkt vom Handgelenk gescannt, ausgedruckt und auch dort bezahlt wird: Der Versand wird somit noch einfacher.



Cool and
casual



Sophisticated
city girl



Streetwear
hero



About a girl

Lange konnte man sich nur im stationären Handel inspirieren und individuell beraten lassen.

ABOUT YOU
überträgt das Prinzip ins Netz.

Eine junge Frau sucht für eine Party ein rotes Sommerkleid – nennen wir sie Marie. Die Beratung im Laden ist gut, aber die Auswahl zu klein. Am Abend klickt sich Marie im Internet dann durch Hunderte von roten Sommerkleidern. Und bestellt keins. Die Masse überfordert sie.

Vermutlich kennt jeder das Problem. Die Lösung liegt auf der Hand: ein Angebot, das die persönliche Beratung des stationären Handels mit der großen Auswahl im Internet kombiniert – und zusätzlich neue Ideen und Anregungen liefert. Genau das bietet die Mode-Shoppingplattform About You, das am schnellsten wachsende Start-up der Otto Group.

ABOUT YOU[®]

2014 vom Otto Group Projekt Collins gegründet, richtet About You sich speziell an die digitale Generation. Diese Zielgruppe kauft mittlerweile ganz selbstverständlich online ein und immer häufiger auch vom Smartphone aus. Es sind Kunden mit individuellem Geschmack, die sehr genau wissen, was sie wollen, und gleichzeitig nach neuer Inspiration suchen. Gängige Onlineshops und stationäre Konzepte werden diesem Anspruch kaum gerecht. Ein uniformes Warenangebot reicht nicht mehr. Der Onlinehandel muss heute das Bedürfnis nach einer genau auf den Kunden zugeschnittenen Sortimentsauswahl befriedigen und gleichzeitig überraschen.

About You gelingt das, indem die Logik der sozialen Netzwerke auf den Online-Textilhandel übertragen wird. Marie legt hier ein persönliches Profil an, wählt ihre Konfektionsgröße sowie ihre Lieblingsmarken und -farben aus und beantwortet im Style-Quiz einige Fragen zu ihrem Modestil. Ab jetzt heißt der Shop „About Marie“. Ein Feed schlägt der Kundin Produkte und Outfits vor, die ihrem Stil entsprechen. Mit einem persönlichen Filter kann Marie sich jetzt entweder nur die roten Kleider zeigen lassen, die zu ihr passen – oder eben alle roten Kleider aus einem Angebot von über 100.000 Produkten und 800 Marken.

Für Inspiration sorgen Artikel zu Modethemen und frei wählbare Mini-Tools, die als User-generated content entwickelt werden: You & Idol etwa zeigt Bloggerinnen, Stars und Models in ihrer Lieblingsgarderobe aus dem Shopsortiment. Marie kann die Looks von Eva Padberg abonnieren und direkt bestellen. Der BH-Berater empfiehlt nach Eingabe der Maße passende BHs, und mit dem Mixkini lassen sich Bikini-Teile im persönlichen Lieblingsmuster kombinieren. Weitere Features nach dem Social-

Eine Frage der Persönlichkeit

Eine der erfolversprechendsten Chancen des digitalen Handels ist Personalisierung. Drei spannende Ansätze, die individuelle Kundenwünsche erfüllen:

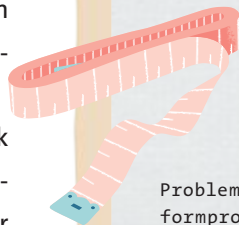
EINZIGARTIGE BÜCHER

„Ach du Schreck, mein Name ist weg.“ So heißt ein Bilderbuch des Start-ups Lost My Name, in das der Frühphaseninvestor Project A Ventures investiert hat. Auf der Homepage kann man den Namen des Kindes eingeben, dem das Buch einmal gehören soll. Die Geschichte handelt davon, dass das Kind seinen verlorenen Namen sucht und am Ende auch findet – liebevoll illustriert. Das Buch hat sich weltweit bisher über 1,3 Millionen Mal verkauft.



INDIVIDUELLE PASSFORM

Kleidung lässt sich im Netz nicht anprobieren. Das ist für Kunden und Händler ein Problem. Eine Lösung bietet die intelligente Passformprognose. Dafür muss der Kunde noch nicht einmal seine Maße eingeben. Ein intern entwickeltes Tool hilft, die richtige Größe zu finden, indem es die Kaufhistorie des Kunden und die anderer Kunden mit ähnlichen Kaufentscheidungen analysiert. OTTO Österreich testete das Tool bereits: Die Retourenquote sank immerhin um 1 Prozentpunkt.



MASSGESCHNEIDERTE SUCHE

Eine Kundin stöbert in einem Onlineshop nach Oberteilen. Die intelligente Bilderkennungs-technologie von Picalike erkennt ihren Stil und lernt, ihr Produkte vorzuschlagen, die sie sich wünscht. Empfehlungen, die ihrem Geschmack entsprechen, werden über alle Devices und Shops hinweg vorsortiert. Die Kundin findet nicht nur, was sie sucht, sondern auch Inspiration, die zu ihr passt. Diesen Service nutzt die Otto Group unter anderem bei Baur, Sheego und Bonprix.



Media-Prinzip sind in Planung. Bald kann Marie eigene Outfits auf ihrem Profil erstellen, anderen Usern folgen und sich in der Community über Mode, Stars und Trends austauschen. Das rote Kleid, das sie sich wünscht, empfiehlt ihr dann vielleicht eine Freundin. Das perfekte Kleid. Ihr Kleid.

Mobile Zeiten



Schon heute gehen die Menschen mit ihrem Handy auf Shoppingtour. Deswegen setzt die Otto Group auf Mobile Commerce und gründete ein eigenes **MOBILE LAB**.

Daniel Krantz kommt zur Tür hinein, grüßt und sucht nach einer Steckdose. Krantz ist Leiter des Mobile Labs der Otto Group, er hat zwei Smartphones und eine Smartwatch, und weil er die Geräte viel benutzt, sind die Akkus ständig leer. In einem der „Think-Tanks“, den Rückzugsräumen des Großraumbüros auf der sechsten Etage im Hauptgebäude der Otto Group, ist eine Steckdose frei. Krantz steckt ein Gerät an und kommt gleich zur Sache: „Die Zukunft des Handels liegt im Mobile Commerce.“

Allein in Deutschland verwenden bereits knapp 40 Prozent der Smartphone-Nutzer ihr Gerät zum Einkaufen. Und jedes Jahr werden es mehr – unter anderem





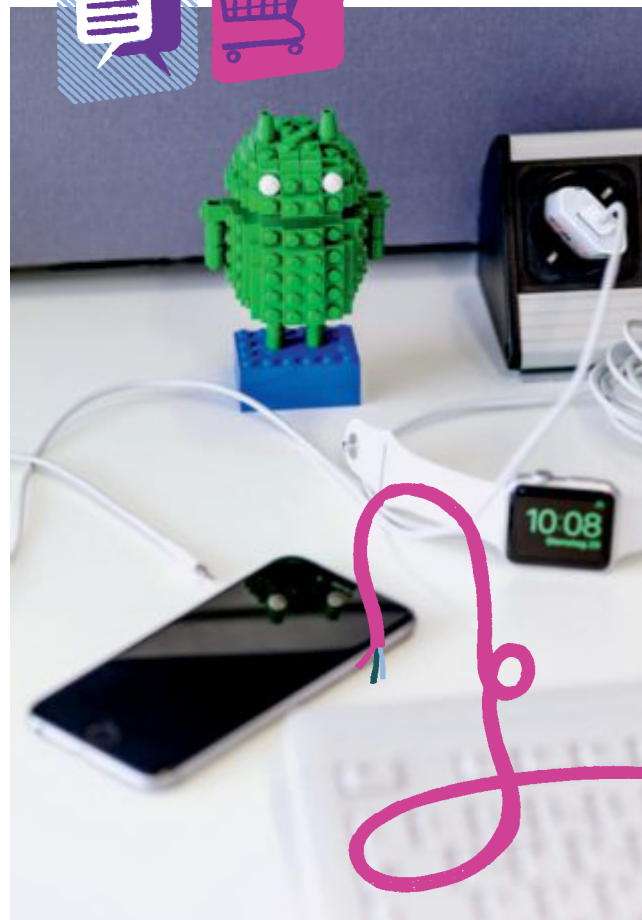
dank größerer Bildschirme und schnellerer Datenverbindungen. Aus diesem Grund startete die Otto Group bereits 2013 die Initiative Mobile First. Das Ziel: Bis 2017 sollen alle Angebote auf Smartphones ausgerichtet sein. Das eigens gegründete Mobile Lab steht den Konzerngesellschaften auf diesem Weg zur Seite – mit ausgewiesenen Mobile-Experten aus den Bereichen Entwicklung, Marketing, Produkt und Commerce.

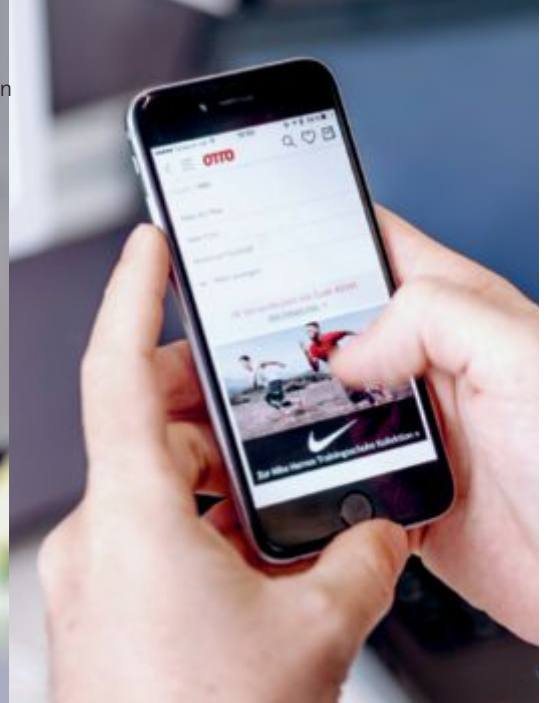
Bestes Beispiel: Die Entwicklung der Smartphone-App des Otto Group Unternehmens und Modeanbieters Bonprix. „Gerade bei der grundlegenden Planung unserer ersten App-Version haben wir sehr von der Beratung durch das Mobile Lab profitiert“, sagt Christian Jansen, Teamleiter Mobile Commerce bei Bonprix. Gemeinsam entschied man sich gegen eine komplette Neuentwicklung und für einen hybriden Ansatz, bei dem die App Inhalte aus dem bestehenden Onlineshop übernehmen kann. In der heißen Phase der Entwicklung wurde die App im permanenten Austausch zwischen dem Bonprix-Team und dem Mobile Lab gemeinsam optimiert und an Lösungen gefeilt. So konnte die App im Frühjahr 2016 nach nur etwa vier Monaten Entwicklungszeit an den Start gehen und



Kein Device ist ihnen fremd:

Daniel Krantz und seine Kollegen testen täglich mobile Trends auf ihre Einsatzfähigkeit in der Otto Group.





Smarte Vorreiter

Name: Limango

Kerngeschäft: Mit acht Millionen Mitgliedern, über 1,7 Millionen Kunden und einem Umsatz von 129 Millionen Euro im Jahr 2015 ist Limango Europas Nummer eins unter den Shopping-Clubs für Mütter und Familien. Unter anderem bietet Limango Mode, Accessoires und Spielzeug an.

Mobile Strategie: Schon heute sind Smartphones und Tablets die zentralen Berührungspunkte zum Kunden – über mobile Apps sowie über für die mobile Nutzung optimierte Webshops und Newsletter. Push-Nachrichten informieren über spezielle Angebote.

Das Ergebnis: 70 Prozent der digitalen Besuche kommen über Smartphones und Tablets. Im Schnitt besucht jedes Mitglied Limango nahezu einmal die Woche. Rund zwei Drittel aller Neuanmeldungen kommen über den mobilen Kanal. Weiterempfehlungen erfolgen schon zu 60 Prozent über den Kurznachrichtendienst Whatsapp.

wird nun sukzessive internationalisiert und um neue Features ergänzt.

Unterdessen arbeiten Daniel Krantz und seine Kollegen am nächsten großen Projekt: dem App Acceleration Center. „Wir wollen eine Open-Source-Plattform für die gesamte Otto Group aufbauen“, sagt Krantz. Konkret soll die Plattform den Konzerngesellschaften Module zur Entwicklung von Apps anbieten – sozusagen nach dem Baukastenprinzip. Es geht also um noch klügere Apps, die sich noch effizienter entwickeln lassen.

Auch die mobile Welt von übermorgen hat die Otto Group im Blick. „Mit der Verbreitung des Internets der Dinge wird die Rolle des Smartphones immer wichtiger“, sagt Krantz. Deswegen testet die Otto Group Anwendungen wie den OTTO-Produkt-Assistenten, einen intelligenten Aufkleber. Der klebt zum Beispiel auf der Kaffeemaschine und sendet via Near-Field-Communication-Technologie Informationen aufs Smartphone: wie man den Filter der Maschine wechselt oder wo man Espresso bohnen kaufen kann. Auch erste Versuche mit Virtual-Reality-Brillen laufen bereits, mit denen sich die Kunden vom Sofa aus in virtuellen Modeboutiquen umschaun. Wenn Daniel Krantz an die Zukunft denkt, träumt er außerdem von Akkus mit unbegrenzter Laufzeit.

Ohne uns!

DIE OTTO GROUP SURFT KONSEQUENT AUF DEN WELLEN NEUER TRENDS. DESWEGEN MUSS MAN ABER NICHT JEDEN UNSINN MITMACHEN.

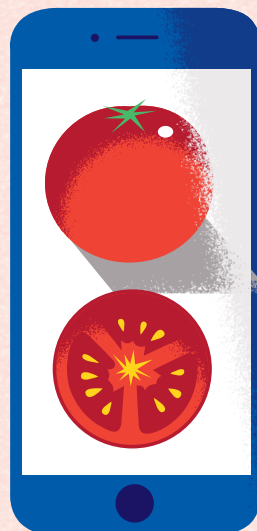


FLIEGENDE **POST- BOTEN**

Es ist wie einst beim Klassiker „Zurück in die Zukunft“. Spannende Science-Fiction, aber dreißig Jahre nach Kinostart fliegen wir immer noch nicht mit Deloreans durch die Welt, sondern fahren weiter auf vier Rädern am Boden. Dieses Schicksal wird aus unserer Sicht auch den neuesten der gehypten Logistik-Trends ereilen: die Paketdrohne. Zugeben, die kleinen Mehrflügler können nützliche Helfer in Großstädten oder entlegenen Gebieten sein, um äußerst wichtige Waren an Frau oder Mann zu bringen. Ja, sie können sogar Leben retten. Aber ob sich in zwei, zwölf oder auch zwanzig Jahren pro Tag Milliarden Drohnen in den Himmel erheben, um die bestellten Pakete den Kunden aus der Luft zuzuworfen? Eine phantastische Vorstellung, von Konkurrenten gekonnt in Szene gesetzt, beflügelt Journalisten und Betrachter. Die Fachleute wundern sich. Und wir gestehen: Diese PR-Idee hätten wir auch gerne gehabt.

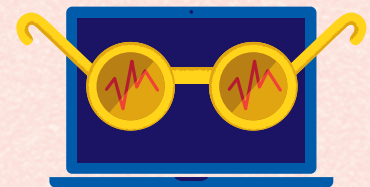
GEMÜSE 2.0

Mit dem Käser auf dem Bauernmarkt über Roquefort philosophieren, die Reife einer Mango im Lebensmittelgeschäft selbst ertasten – und dann Käse und Obst doch zu Hause online bestellen? Was sich im Handel mit Elektronik, Mode oder Möbeln als trendiges Konsumentenverhalten zu erkennen gibt und in kluge Multichannel-Shoppingkonzepte übersetzen lässt, ist bei frischen Lebensmitteln zumindest in Deutschland ein noch unreifes Thema. Seit Jahren wird der Markteintritt von Amazon Fresh diskutiert und elektrisiert die marktstarken Platzhirsche auf dem Lebensmittelmarkt. Doch die Zukunft kann eine Schnecke sein: Der Anteil des Onlinehandels am Lebensmittelmarkt in Deutschland liegt bislang bei nur 0,2 Prozent. Wir machen da in der Breite nicht mit, zumal wir die ohnehin schmale Rendite mit einem kompetenten Lebensmittelpartner teilen müssten. Und wir sind gespannt, ob und wer den Markt macht.



VIRTUELLE COINS

Was gab es für ein Getöse um die Bitcoins, als sie 2009 eingeführt wurden. Mittlerweile befindet sich das globale Zentrum der virtuellen Internetwährung in der Graefestraße in Berlin-Kreuzberg. Hier gibt es Hotels, Copyshops und Cafés, die Bitcoins akzeptieren. Weltweit sind Bitcoins im Wert von gerade einmal 15,2 Millionen Euro im Umlauf. Dass ein Kunde bei einem unserer Konzernunternehmen unbedingt mit Bitcoins zahlen wollte, ist nicht bekannt. Genauer: dass er nicht bei uns bestellt hat, weil wir noch mit US-Dollar, Euro oder Rubel entlohnt werden wollen.



PERFIDE PREISE

Es soll Onlineshops geben, die interpretieren „Dynamic Pricing“ sehr eigen – und eigennützig. Je nachdem, mit welchem Endgerät ein Kunde den Onlineshop aufruft, wo er sich befindet und ob ein Mann oder eine Frau den Warenkorb befüllt, nimmt dasselbe Produkt einen neuen Wert an. Dann kann es schon einmal sein, dass die Bayerin, die per iPhone shoppt, für denselben Schuh zehn Euro mehr bezahlen muss als ihr Sohn, der in Thüringen lebt und über den Windows-Rechner ins Netz geht. Natürlich passt auch die Otto Group die Preise ihrer Millionen Artikel regelmäßig an. Das erfordert das Spiel von Angebot und Nachfrage. Aber individuell optimierte Beträge auf dem Rücken der Kunden? Für uns ein viel zu hoher Preis.

Aufbauhilfe

Share-Economy mal anders: Den Service, den die Otto Group ihren Kunden bietet, können auch externe Unternehmen in Anspruch nehmen. Zum Beispiel das **2-MANN-HANDLING** des Hermes Einrichtungs Service.

„Bei HES hat man exzellentes Verständnis dafür, welchen Stellenwert Kundenzufriedenheit für uns hat. 2015 haben wir über 95.000 Sendungen mit dem 2-Mann-Handling verschickt. Mit HES als Partner können wir ein breiteres Sortiment anbieten als mit klassischen Carriern.“

DR. THOMAS LINDEMANN
Vice President Customer
Logistics Europe &
Asia bei QVC Deutschland



Ein Kunde, der eine neue Spülmaschine bestellt, kann bei der Lieferung zweierlei erleben. Im einen Fall stellen die Lieferanten die Spülmaschine an der Bordsteinkante ab und fahren davon. Im anderen Fall steigen zwei Männer aus, tragen das Gerät in die Küche und schließen es an. 15 Minuten später spült die Maschine das erste Geschirr. Bei welchem Händler wird der Kunde wohl bestellen, wenn er in ein paar Monaten vielleicht einen neuen Kühlschrank braucht?

Im Onlinehandel ist die Konkurrenz nur einen Klick entfernt. Da wird der Service immer mehr zum kaufentscheidenden Kriterium für Anbieter und Kunden. Wie das geht, zeigt der Hermes Einrichtungs Service (HES) der Otto Group. Der oben beschriebene Dienst heißt „2-Mann-Handling“. Die Mitarbeiter schließen auch den Herd an, nehmen alte Geräte mit oder bauen ganze Sofalandschaften auf. Für alle diese Aufgaben sind sie bestens gerüstet, im hauseigenen Schulungszentrum bilden sie sich permanent fort.

Einen solchen Service wollen immer mehr Unternehmen ihren Kunden bieten – und wählen die Logistikexperten der Otto Group als Partner. Carsten Meinders, HES Geschäftsführer, sagt: „Letzten Endes macht ein zufriedener Kunde immer auch den Versender zufrieden.“ Mit jährlich 4,5 Millionen Lieferungen, rund ein Drittel davon für Unternehmen außerhalb der Otto Group, ist HES Marktführer in Deutschland, steigerte im vergangenen Jahr die Abwicklungsmengen um 15 Prozent und erhielt vom TÜV Saarland zum dritten Mal das Zertifikat mit der Note „sehr gut“.

Natürlich ist es wichtig, das Angebot ständig zu verbessern. Im 2015 neu aufgesetzten Beauftragungsportal „Hermes Port“ kann man Aufträge online eingeben, steuern und überwachen. Das ermöglicht auch kleinen Unternehmen oder Start-ups den Markteintritt ganz ohne teure Softwarelösungen und schon mit geringsten Liefermengen. Und bald können externe Partner ihren Kunden einen Service bieten, den es bisher nur für OTTO-Kunden gibt: den Wunschtermin. Bei versandfertiger Ware kann der Kunde innerhalb der nächsten 14 Tage den Zeitpunkt der Lieferung frei bestimmen.

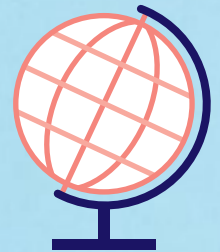
B2B-Services der Otto Group, die Kunden überzeugen

ZAHLUNGSGARANTIE



Der Händler will sicher sein, dass er das Geld für seine Ware auch bekommt. Der Kunde will so einfach wie möglich bezahlen. Genau an dieser Stelle setzt der Payment-Anbieter **RATEPAY** an. Das Unternehmen kümmert sich um sämtliche dem Kauf nachgelagerten Prozesse wie etwa Risiko- und Debitorenmanagement, Mahnwesen, Inkasso und bietet Komplettlösungen für unsichere Zahlungsarten wie Rechnungskauf, Lastschrift oder Ratenzahlung. Mit dem Baukastensystem „Ratepay-Modular“ lassen sich einzelne Leistungen auf den jeweiligen Geschäftsprozess zugeschnitten kombinieren. Die Händler haben Planungssicherheit, Ratepay übernimmt Zahlungsausfälle komplett. Gleichzeitig können die Händler ihren Kunden einen maximal vereinfachten Zahlungsprozess bieten – ohne Voranmeldung oder komplizierte Account-Eröffnung.

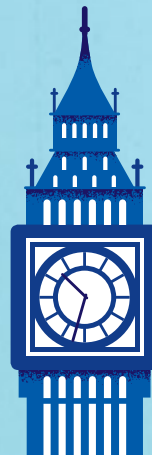
GRENZVERKEHR



Die virtuelle Welt ist grenzenlos, die reale Welt dagegen besteht aus Staaten mit eigenen Währungen und Zollbestimmungen. Genau das macht internationale Onlinebestellungen so kompliziert.

Die Hermes-Tochter **BORDERGURU** löst das Problem, indem sie für Händler, die weltweit expandieren möchten, ein Gesamtpaket aus Logistikdienstleistung, Zahlungsabwicklungssystem und Zollabwicklungsservice schnürt. Der Kunde profitiert von absoluter Preistransparenz und der schnellen Lieferung mit Luftpostpriorität – und muss ganz bestimmt nie mehr zum Zollamt. Seit Mitte 2015 ist Borderguru offizieller Vertragspartner der chinesischen Alibaba-Group. Auf deren Website Tmall Global können sich Händler, die den risikofreien Einstieg in China anstreben, mit ihren Produkten platzieren. Über die Kooperation mit der Alibaba-Logistiksparte Cainiao unterstützt Borderguru das größte E-Commerce-Unternehmen der Welt bei Importen aus Europa in den chinesischen Markt.

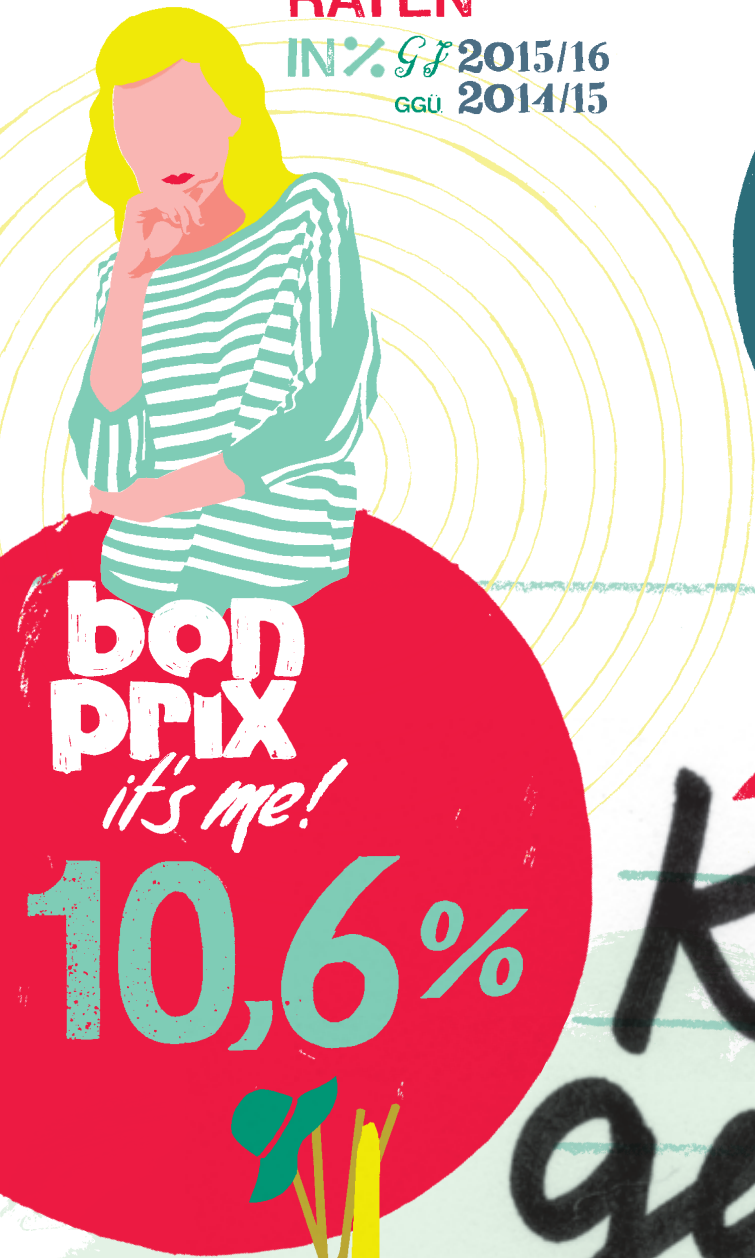
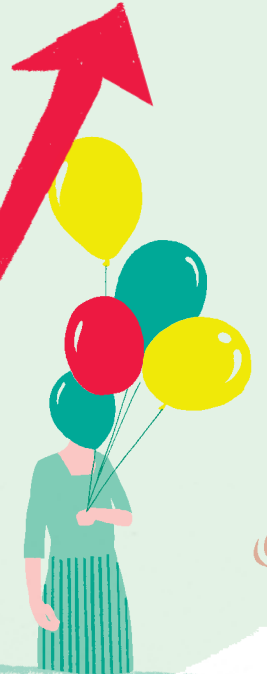
ZUSTELL-ERFOLG



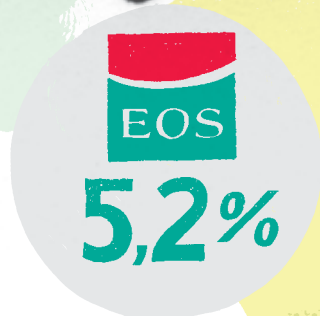
In keinem anderen Land wächst Hermes so schnell wie in Großbritannien. Mit 235 Millionen zugestellten Paketen pro Jahr ist Hermes Marktführer. Bester Service ermöglicht diesen Erfolg: **HERMES UK** stellt an sieben Tagen der Woche zu, wo es dem Kunden am besten passt – nach Hause, in die Arbeit, zum Nachbarn oder in einen von 4.500 Paketshops. Schon jetzt erreichen die 10.500 Paketboten die Kunden in 95 Prozent der Fälle beim ersten Zustellversuch. Nächstes Ziel: 100 Prozent. Dazu investierte Hermes UK gerade 23 Millionen Euro in neue Handheld-Scanner mit satellitengestützter Tracking-Software. Und dass die Zeichen weiter auf Wachstum stehen, beweist die zweite große Investition: 40 Millionen Euro für ein 25.000 m² großes Paketzentrum in Rugby/Warwickshire.

UMSATZ-
WACHSTUMS-
RATEN

IN % *GG* 2015/16
GGÜ 2014/15



**Kern-
gesund**





OTTO.DE

9,8%

Das Kerngeschäft der Otto Group ist ein Wachstumsmotor. Der läuft so gut, weil genau auf die Bedürfnisse der Kunden eingegangen wird.

Auf einer einzigen Autobahn hätte diese Lkw-Kolonnie alle Autofahrer in den Wahnsinn getrieben. 1.200 Lastwagen, beladen mit insgesamt 150.000 Möbeln. Den Stau gab es nicht wirklich, aber die Menge der Möbel ist beeindruckend. Umso mehr, wenn man bedenkt, dass es sich dabei um Bestellungen handelt, die an einem einzigen Wochenende, dem ersten im Oktober 2015, allein auf otto.de eingingen. Die sogenannten Krachertage waren ein Highlight des zwanzigjährigen Jubiläums des Onlineshops von OTTO. Das Ergebnis hat die Logistik herausgefordert und gezeigt: Das Kerngeschäft der Otto Group mit den Unternehmensgruppen OTTO, Bonprix, Baur, Witt, Hermes und EOS wächst stark und profitabel.

Dafür gibt es sehr gute Gründe. Etwa ein breites und attraktives Sorti-

ment, beste Onlineperformance oder ein hervorragender Service. Katy Roewer, Bereichsvorständin bei OTTO: „Wir beraten und gestalten die Lieferung sowie mögliche Retouren denkbar einfach. Kurz: Wir sind für den Kunden da – vor, während und nach dem Kauf.“ Dieser Anspruch zeigt sich etwa beim Wunschtermin. Der Kunde kann ein Zeitfenster wählen, wann die bestellte Großware bei ihm zu Hause ankommt – lästige Wartezeiten sind damit passé.

Dieses Beispiel zeigt: Auch in modernen Zeiten zählt ein eigentlich altmodisches Prinzip. Der Kunde ist König – ihm mit jedem Klick einen Wunsch zu erfüllen, macht erfolgreich. Nach 20 Jahren Internetgeschichte darf der Kunde nicht weniger als dieses Versprechen erwarten.

OTTO

Der Namensgeber der Otto Group ist das nach Umsatz größte Unternehmen des Konzerns. Mit seinem Online-shop ging OTTO 1995 als einer der ersten Distanzhändler online – inzwischen werden hier rund 90 Prozent des Umsatzes generiert. Otto.de erreichen rund eine halbe Million Besuche pro Tag, die Kunden können hier aus über 2,2 Millionen Artikelpositionen wählen. Einen besonderen Schwerpunkt legt man bei OTTO auf das mobile Shopping. Der moderne Kunde will sich rund um die Uhr und überall von neuen Produkten inspirieren lassen – kein Problem dank Responsive Design und App. Die typische OTTO-Kundin ist die moderne Frau zwischen 30 und 40, die onlineaffin und modebewusst ist und das Leben genießt. Sie kauft für sich und ihre Familie ein. Dabei liefert OTTO ein Rundum-sorglos-Paket in Sachen Shopping – mit großem Erfolg. So konnte das Unternehmen im Geschäftsjahr 2015/16 knapp 230 Millionen Euro Mehrumsatz im Vergleich zum Vorjahr verzeichnen.

Genau das gelingt nicht nur OTTO, sondern auch den anderen Kernunternehmen der Otto Group. Wie reagieren wir effizient darauf, was die Kunden wollen? Diese Frage stellt man sich auch bei Bonprix. Der Fashionanbieter macht aus den neuesten Trends trag- und bezahlbare Mode. Mit diesem Konzept trifft Bonprix den Geschmack vieler Frauen – und das weltweit. Ein strategischer Schwerpunkt des Unternehmens ist daher die Internationalisierung des Geschäftsmodells. „Wir nennen das Multiplikationskonzept. Wir haben eine Marke, einen Onlineshop und ein Sortiment mit etwa 10.000 Styles, die es in mehreren Farben und Größen gibt. Das bieten wir in 29 Ländern an und erreichen damit rund 30 Millionen Kundinnen. Je nach Marktlage können wir unsere Investitionen und vertrieblichen Maßnahmen skalieren“, sagt Dr. Kai Heck, Geschäftsführer von Bonprix und zuständig für Finanzen, IT und Service.



Steht mit beiden Beinen
im Leben, ist modern
und aktiv und zwischen
20 und 59 Jahre alt.
Diese Kundin spricht
Bonprix an.

**bon
prix**
it's me!



BONPRIX

„It's me“ – „Das bin ich“: das ist der Claim der Modemarke Bonprix. Der Anspruch: modernen und aktiven Frauen zwischen 20 und 59 Jahren ein inspirierendes Modeerlebnis in einer großen Sortiments-, Stil- und Größenvielfalt bei einem hervorragenden Preis-Leistungs-Verhältnis zu bieten. Diese Frauen wollen immer gut angezogen sein – im Alltag wie im Job, beim Sport oder Ausgehen. Heute hat Bonprix Onlineshops in 29 Ländern, Engagements in weiteren Märkten werden fortwährend geprüft. Ein „Volltreffer“ war laut Geschäftsführer Dr. Kai Heck die Übernahme der insolventen US-amerikanischen Bademoden- und Fashionmarke Venus im Jahr 2009. Seither ist Venus eine 100-prozentige Tochter von Bonprix – und hat eine Sonderstellung im Unternehmen. In den USA ist Bonprix nicht mit eigenen Markennamen, sondern ausschließlich mit Venus vertreten. Bonprix und Venus nutzen Synergien, indem sie beispielsweise erfolgreiche Styles und Sortimente austauschen. Venus trägt heute entscheidend zum Erfolg des Hauses bei. So wuchs der Umsatz der US-Tochter im letzten Geschäftsjahr, begünstigt durch Währungseffekte, um mehr als 50 Prozent auf über 250 Millionen Euro.

„Wir nutzen die Wachstumschancen, die sich uns bieten. Gleichzeitig können wir bei Schwächen einzelner Märkte das Geschäft sehr schnell und flexibel anpassen.“ Der Erfolg gibt Bonprix recht, Heck sagt: „Unser Wachstum von 10,6 Prozent auf mehr als 1,4 Milliarden Euro Umsatz hat unsere Erwartungen getoppt.“

Ein weiteres Beispiel ist die Witt-Gruppe. Wolfgang Jess, Vorsitzender der Geschäftsführung, erklärt: „Die Marke Witt Weiden steht für qualitativ hochwertige Bekleidung und Wäsche für die Zielgruppe 50plus. Wir sind ein Handelsunternehmen mit mehr als 100 Jahren Erfahrung. Durch unser Know-how konnten wir uns frühzeitig auf die wachsende und immer vielfältiger werdende Zielgruppe einstellen.“ Also schuf man in Weiden neue Marken, die ganz gezielt neue Kundensegmente ansprechen. „All diese Labels



WITT-GRUPPE

Der Textilhändler wurde in Weiden in Nordbayern gegründet, heute beschäftigt die Witt-Gruppe mehr als 2.100 Mitarbeiter und ist in zwölf Ländern aktiv. Witt konzentriert sich auf die weibliche Zielgruppe über 50 Jahre. Seit Jahren fächert Witt die Marke konsequent auf allen Kanälen – Stationärhandel, Katalog und online – auf. Dabei arbeitet man gezielt in der Marktforschung, um sich neue Kundenschichten zu erschließen. So richtet sich Sieh an! mit der Idee „Mode, die passt, einfach, gut und günstig“ an eine preissensible Kundschaft. Création L bedient das Premium-Segment und richtet sich an Frauen, die das Besondere suchen. Ambria hat das vergleichsweise jüngste Programm und adressiert den stark wachsenden Markt der Babyboomer-Generation. Allen Witt-Labels gemeinsam ist das Versprechen: Mode, in der man sich einfach wohlfühlt. Mit diesem Konzept kann die Witt-Gruppe einen stetig wachsenden Umsatz von inzwischen rund 756 Millionen Euro verzeichnen.

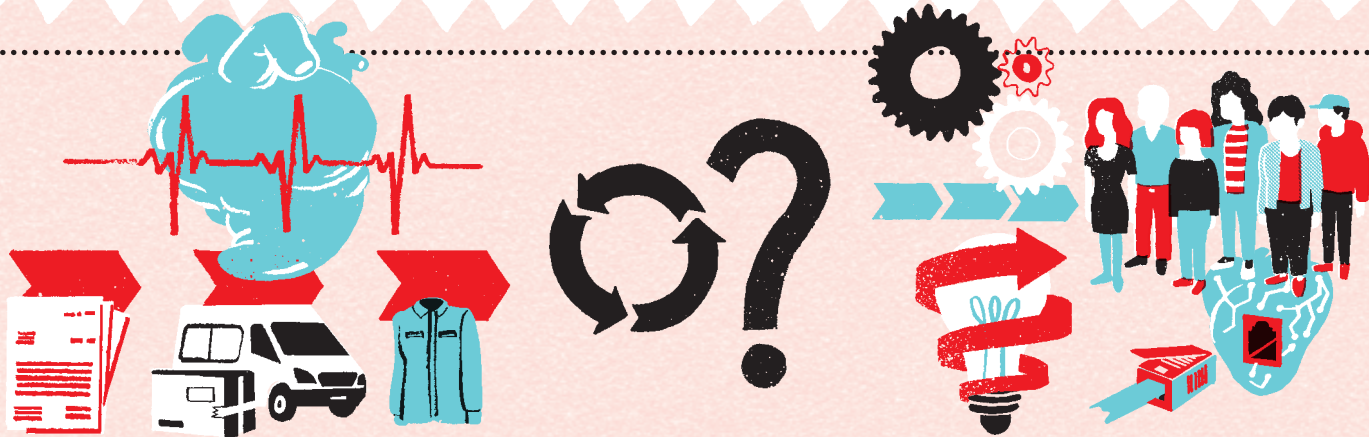
Die Käuferinnen bei der Witt-Gruppe sind meist über 50 Jahre alt und legen großen Wert auf Mode, in der sie sich wohlfühlen.

funktionieren nur, weil wir unsere Käuferinnen genau kennen. Wir wissen, welche Schnitte, welche Muster, welche Farben sie wünschen – und welchen Preis sie dafür zahlen wollen“, erklärt Jess.

Egal, ob man nun vor allem auf Service setzt, auf Markendiversifikation oder Internationalisierung: Immer muss der Kunde im Mittelpunkt stehen. Dessen Wünsche und Ansprüche haben sich radikal geändert. Und das werden sie auch in Zukunft tun. Sie zu verstehen, ist nicht einfach und oft auch mit viel Arbeit verbunden. Aber es ist eine Aufgabe, die sich lohnt.

Mehr Schlagkraft

DER WEG ZU EINEM NEUEN IT-SYSTEM DER OTTO GROUP.



DER PATIENT

Viele Jahre schlug es – das technische Herz der Otto Group. Das System erledigte zentrale Aufgaben: Bestellungen, Retouren und Lagerbestände von 116 Firmen wurden hier verwaltet und verarbeitet.

ES GEHT LOS!

Das alte System war nicht mehr leistungsfähig – deshalb musste es durch ein neues IT-System ersetzt werden. Bei laufendem Betrieb! Eine gewaltige Aufgabe: 500 Experten der Otto Group kümmerten sich darum.



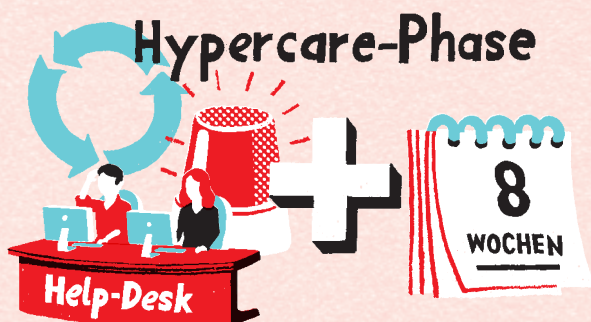
DIE GENERALPROBEN

Der Prozess der Umstellung war kompliziert. IT-Fachleute testeten über ein Jahr lang das System und unterzogen es in regelmäßigen Abständen umfangreichen Checks. Zwei Generalproben der Umstellung wurden mit Bravour gemeistert.



DER CUT-OVER

Der 10. Januar 2016 war der Tag Null. Experten verkabelten 2.000 Schnittstellen, sukzessive wurden Prozesse auf das neue System übertragen. Die Verarbeitung der Kundenaufträge im System wurde für zwei Tage zurückgehalten. Kunden konnten aber wie gewohnt bestellen.



DIE HYPERCARE-PHASE

Die Umstellung des Systems funktionierte problemlos. In den acht Wochen nach dem Cut-over kümmerten sich Hypercare-Manager in den Unternehmen der Otto Group darum, dass Fehler schnell behoben wurden.



OPERATION GEGLÜCKT

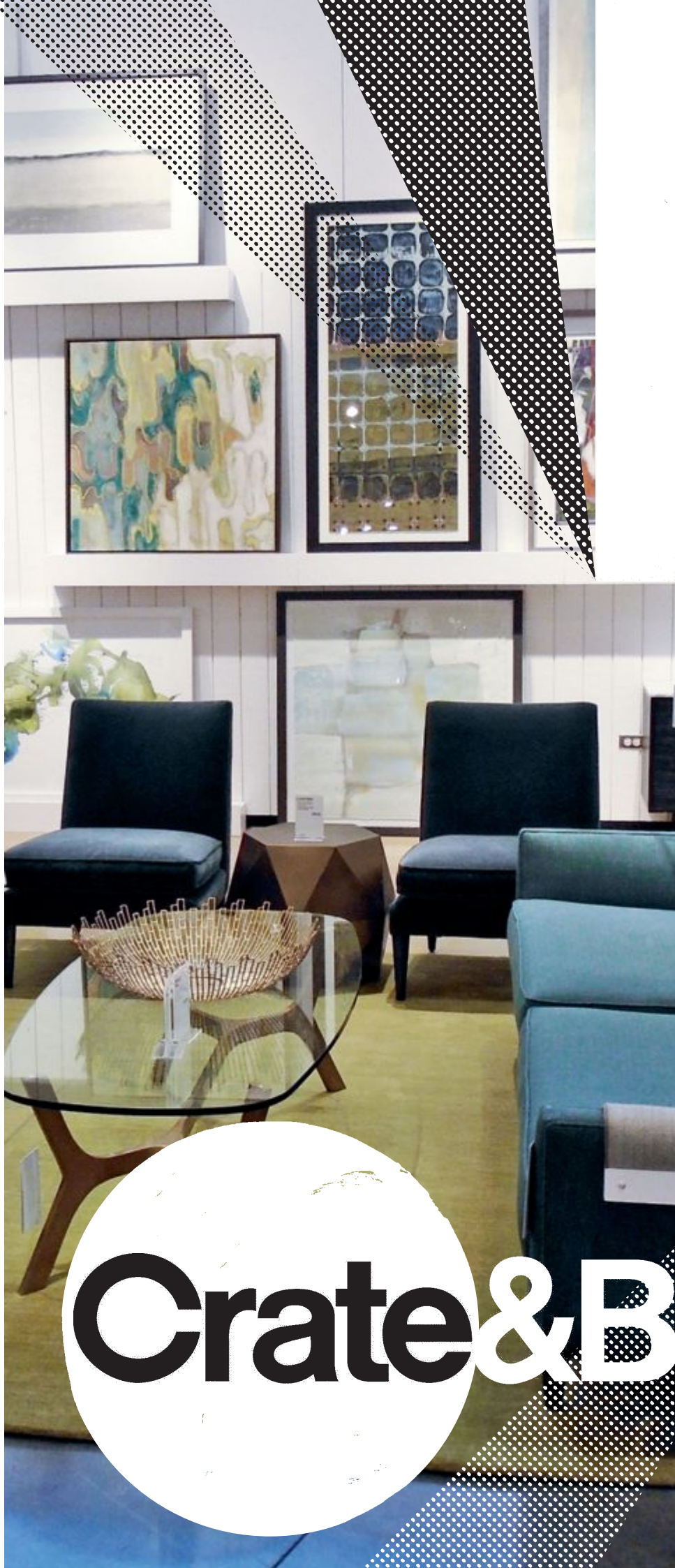
Das neue System fährt volle Kraft, das neue Herz schlägt stark und gesund. Täglich werden hier fast 12 Millionen Ereignisse verarbeitet. Die IT der Otto Group ist fit für die Zukunft.

„Wir haben uns gefragt: Wer ist eigentlich der Kunde, dem wir zu hundert Prozent gefallen wollen?“



STEVE WOODWARD

President & Chief
Merchant
Crate and Barrel



Crate & Barrel

Zurück in die Zukunft

Ein Unternehmen, das erfolgreich sein will, muss in Bewegung bleiben. Bei CRATE AND BARREL führte die Rückbesinnung auf die eigenen Wurzeln zu neuer Stärke.

Sie hat Geschmack, sie hat Stil. Sie ist eine gute Gastgeberin und sie mag es, ihr Zuhause immer wieder neu zu gestalten. Diese Frau führt den US-Multichannel-Einrichtungshändler Crate and Barrel in die Zukunft. Ihr Name: Savvy Stylist, was so viel heißt wie „versierte Ausstatterin“.

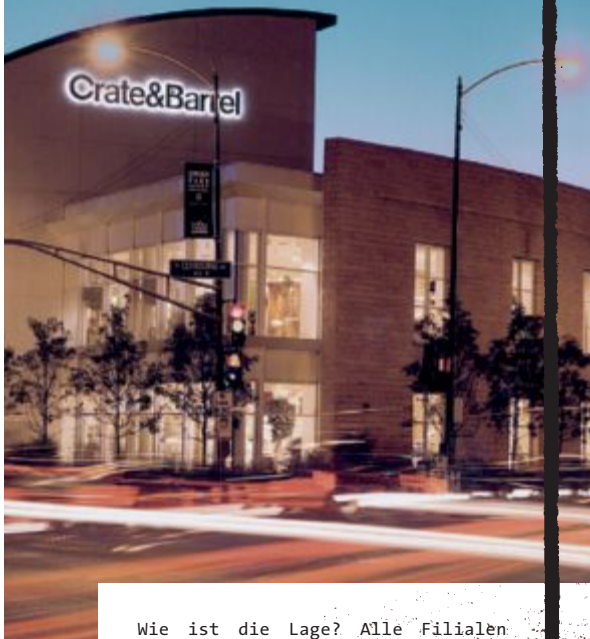
Jeder Crate and Barrel-Mitarbeiter kennt diese Kundin. Denn seit dem Re-Invent des zuletzt weniger erfolgreichen Möbel- und Lifestyle-Anbieters steht sie im Zentrum jeder Unternehmensentscheidung. „Wir haben uns gefragt: Wer ist eigentlich der Kunde, dem wir zu hundert Prozent gefallen wollen?“, erklärt Steve Woodward, neuer President and Chief Merchant von Crate and Barrel. Savvy Stylist – modisch, urban, trendbewusst – ist tendenziell weiblich, das Alter spielt keine Rolle. „Es geht um Lebensstil und Leidenschaft für Qualität und Design“, sagt Woodward.

Woodward bildet mit CEO Doug Diemoz seit August 2015 die neue Managementspitze. Beiden war von Anfang an klar: Es gibt allen Grund, weiter an Crate and Barrel zu glauben. Doch das Unternehmen muss sich abermals neu erfinden. Und es wird der Kunde sein, der die Richtung aufzeigt.

Monate harter Arbeit hat das Team hinter sich, die einen unmittelbaren Anstieg der Verkäufe auslösten. Die Crate and Barrel-Gruppe steigerte den Umsatz bereits im abgelaufenen Geschäftsjahr wechselkursbereinigt um 6,5 Prozent. Wie das? Indem man sich auf die Kernwerte des Unternehmens konzentrierte. 1962 in Chicago gegründet, belieferte Crate and Barrel die Amerikaner als einer der ersten Importeure mit europäischem Möbeldesign – nicht nur exklusiv, sondern auch erschwinglich dank direkter Kooperation mit



arrel



Wie ist die Lage? Alle Filialen von Crate and Barrel sind an strategisch wichtigen Orten platziert.

genau durchdachte Test-Stores ein. Die Produkte werden darin wie in einem normalen Haushalt präsentiert. Was in der Testumgebung funktioniert, kommt dann an anderen Orten zum Einsatz. Doch der Kunde wird auf jedem Kanal abgeholt: Filiale, Katalog, Internet. Hier ist die immer engere Verzahnung von E-Commerce und Store ein wichtiges Ziel. Wer seinen Lieblingsartikel im Laden nicht in der gewünschten Farbe findet, kann ihn via iPad im Geschäft in einer anderen Farbe bestellen. Man kann auch online von zu Hause ordern und in den Store liefern lassen. Soziale Medien wie ein Instagram-Kanal und ein Blog inspirieren fortlaufend mit neuen Trends. „Wir wollen die Kunden mit dem besten Angebot begeistern und ihr Vertrauen gewinnen, dass wir es sind, bei dem sie es finden“, sagt Woodward. „Was wir bisher geleistet haben, war erst der Anfang.“

Herstellern. Überzeugende Produkte zu fairen Preisen machten das Unternehmen groß, das heute in mehr als 90 Ländern aktiv ist. Eine wichtige Rolle spielten dabei immer auch die kreative Gestaltung der Stores und die innovativen Ausstellungskonzepte.

Sortiment und Stores waren so auch die Stellschrauben der Neuerfindung. In den Läden trennte man sich von allen Produkten, die die neue Philosophie nicht klar transportierten, um sie entweder online zu verkaufen oder ganz aus dem Programm zu nehmen. Die Leitfrage lautete immer: Was will der Zielkunde? Diesem Gedanken folgend, konzentriert man sich nun auf Bestseller – Klassiker wie Weingläser und Polstermöbel –, die dann von inspirierenden Trendprodukten flankiert werden. Rabattaktionen wurden weitestgehend gestrichen. Evaluationen ergaben: Produkte werden nicht gekauft, weil sie gerade billig sind. Sondern weil die Qualität, die Wertigkeit und die Auswahl den Kunden überzeugen.

In allen Filialen wird das visuelle Konzept überarbeitet. Crate and Barrel richtet

SportScheck

Fit werden

Sportscheck will auf die Erfolgsspur

Dass der Kunde ein sportlicher Wegweiser für ein Unternehmen ist, zeigt das Beispiel Sportscheck. Der nach Umsatz größte deutsche Sportfachhändler war nach einer pannenreichen SAP- und Logistikumstellung in Schieflage geraten: unzufriedene Kunden, rote Zahlen. Im August 2015 zog der neue CEO Markus Rech die Notbremse. Und errang ein Umsatzplus von 7,7 Prozent. Durch Prozessoptimierung, Restrukturierung und Umfragen, in denen die Kunden Sportscheck klar sagten, was sie von ihrem Sportspezialisten erwarten. Mode und Action-Sportarten fliegen aus dem Sortiment. Dafür werden Kernsportarten wie Laufen, Fitness, Fußball, Outdoor und Ski intensiviert. Kundendaten, die bisher zu wenig genutzt wurden, stehen jetzt im Zentrum. Etwa beim Relaunch der Sportscheck-App, einer digitalen Kundenkarte, die hilft, noch genauer auf die Bedürfnisse der Kunden zu reagieren: So wollen sie beispielsweise Erlebnisse teilen. Deshalb trifft man sich im künftig neu gestalteten Münchner Flagship-Store zu Fitnesstrainings, Lesungen oder Workshops für Ernährung.

Weiter vorne

Zur Portfolio-Strategie gehört das ständige Hinterfragen von Investments. PETRA SCHARNER-WOLFF erklärt, warum Trennungen dazugehören.

FRAU SCHARNER-WOLFF, SIE SIND SEIT JUNI 2015 FINANZ-VORSTÄNDIN DER OTTO GROUP. WIE WAREN DIE ERSTEN MONATE AUF DIESEM POSTEN?

Herausfordernd und hervorragend zugleich! Durch die digitale Transformation hat sich in den vergangenen Jahren unser Geschäftsmodell grundlegend geändert. Das bringt auch einen starken kulturellen Wandel mit sich. Diese Veränderungen intern und an den Finanzmärkten deutlich zu machen, ist eine sehr wichtige und schöne Aufgabe.

ALBA MODA, OTTO OFFICE ODER JM BRUNEAU – DESINVESTITIONEN SIND ZURZEIT EIN WICHTIGES THEMA. MUSS DIE OTTO GROUP VERKAUFEN?

Keinesfalls. Die Otto Group verfügt über ein wachsendes und profitables Kerngeschäft mit großen Marken wie OTTO, Bonprix, Witt, Baur, Hermes und EOS. Zugleich steuern wir unser Portfolio aktiv. Beispiel OTTO Office und JM Bruneau: Die beiden Büroartikel-Versender hatten keine Synergien mit dem Kerngeschäft und können sich bei anderen Eigentümern besser entwickeln.

UND WAS IST MIT FRANKREICH?

Hier haben wir mehrere Jahre intensiv versucht, die Handelsunternehmen der 3SI Group neu aufzustellen. Leider sind unsere Pläne nicht aufgegangen.



**PETRA
SCHARNER-WOLFF**

ist seit 1. Juni 2015
Konzern-Vorständin Finanzen.

Sie setzt auf die solide Finanzstruktur der Otto Group. Und auf die guten und langfristigen Beziehungen zwischen dem Unternehmen und den Geldinstituten.



Wir wollen und müssen investieren. Unser Engagement erlaubt es uns, im intensiven Wettbewerb weiter vorne mitzuspielen.



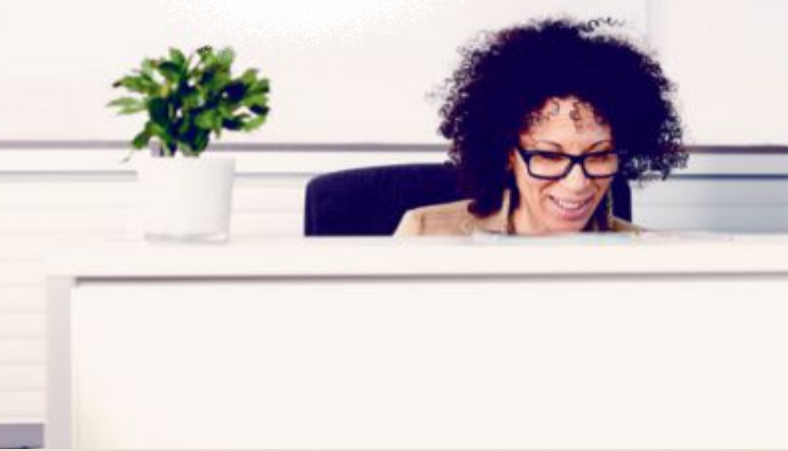
Nun werden wir die Aktivitäten bis zum Geschäftsjahresende verkaufen und haben sie deshalb als „discontinued“ ausgewiesen. Dieser Schritt führt zwar in diesem Jahr zu einem erheblichen Jahresfehlbetrag, stärkt aber mittelfristig unsere Profitabilität deutlich.

WIE SIEHT DER KAPITALBEDARF DER OTTO GROUP AUS?

Wir wollen und müssen investieren – in neue Services für unsere Kunden, in IT, in eine bessere Logistikinfrastruktur und auch in neue Geschäftsmodelle. Mit Collins haben wir innerhalb der Gruppe eines der am schnellsten wachsenden Start-ups in Europa geschaffen, das seine Kunden durch ein konsequent personalisiertes Angebot überzeugt. Dies ist ein gutes Beispiel dafür, dass uns die Investitionen erlauben, im intensiven Wettbewerb weiter vorne mitzuspielen.

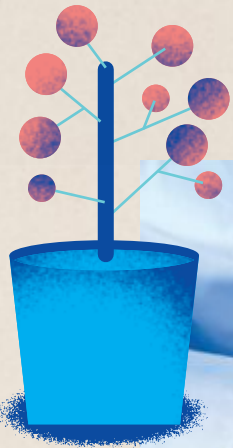
UND WIE FINANZIEREN SIE DAS?

Unser Kerngeschäft ist – im Gegensatz zu vielen Wettbewerbern – profitabel und sichert uns Liquidität. Zudem setzen wir auf langfristige Beziehungen zu diversen Geldinstituten und sind seit 2009 als Emittent auf dem Anleihenmarkt aktiv. In dieser Zeit hat die Otto Group Anleihen im Volumen von über einer Milliarde Euro begeben. Damit verfügen wir über eine sehr solide Finanzierungsstruktur.

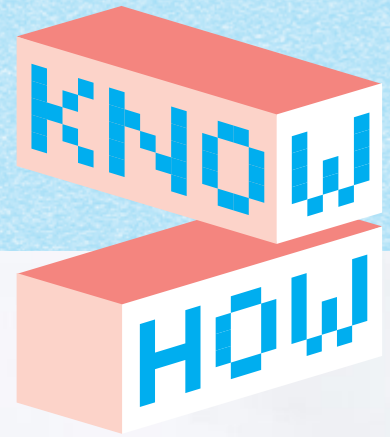


Kollegiales Klima: Im Team von CEO Torsten Ahlers (rechts) kennen sich viele Mitarbeiter schon seit Jahren.

Gründerzeit



Die Otto Group
treibt innovative
Geschäftsmodelle voran.
Jüngstes Beispiel:
OTTO GROUP MEDIA.



Gemeinsam stehen, gemeinsam anpacken:
Im Hamburger Team um Boris Prondzinski
(Mitte) sind die Hierarchien flach.



Schnelle Reaktionen auf die Bedürfnisse
des Marktes und der Kunden sind im
Onlinemarketing essenziell. Ständig
werden neue, kreative Ideen erarbei-
tet und umgesetzt.



Der Weg

Wir haben die Werbeflächen und wir haben aussagekräftige Daten einer attraktiven Zielgruppe – warum nutzen wir dieses Potenzial nicht? Über diese Fragen dachte ein Team um Boris Prondzinski zunächst unter dem Dach der Abteilung für Konzernstrategie der Otto Group nach. „Erst mussten wir aber den Geschäftsführern der Shops erklären, warum sie ihren Kunden überhaupt Werbung zeigen sollten“, erklärt Prondzinski. Schnell erkannten sie die Vorteile: neben zusätzlichen Erlösen auch die Möglichkeit, die eigenen Kunden noch besser kennenzulernen. Im Mai 2015 folgte die Gründung der Otto Group Media, im November starteten die ersten Kampagnen.

Die Zukunft

Die Otto Group Media will weiter wachsen. Gleichzeitig nimmt das Team neue Formate in Angriff. Es geht etwa darum, maßgeschneiderte Werbung in Smartphone-Apps einzubetten. „Langfristig denken wir auch über die Einbindung auf dem Fernseher via Smart-TV nach“, sagt Prondzinski. Dank Internetanschluss sollen also auch moderne TV-Geräte bald individuelle Werbung zeigen – passend zum Programm und zu den Interessen des Zuschauers.

Selbstlenkende Autos, Virtual-Reality-Brillen, T-Shirts, die den Pulsschlag und die Atemfrequenz ihres Trägers messen. Die Welt verändert sich rasend schnell. Das ist aufregend. Und anstrengend. Es reicht nicht mehr, alte Geschäftsmodelle zu optimieren. Vielmehr braucht es eine offene Geisteshaltung und Mut, um neue Ideen zu entwickeln und umzusetzen.

Über ihre Frühphasen-Investoren Eventures und Project A Ventures beteiligt sich die Otto Group überall auf der Welt an vielversprechenden Start-ups (siehe Seite 39). Und profitiert so auch von den Erfahrungen, die dort gesammelt werden. Gleichzeitig entwickelt die Otto Group aus ihrem Kerngeschäft heraus permanent neue Business-Ideen. Exemplarisch zeigen lässt sich das an der Gründung der Otto Group Media.

Der Trend

Klassische Onlinewerbung kommt nicht mehr an: „Viele Nutzer haben eine Art Bannerblindheit entwickelt“, sagt Boris Prondzinski, Chief Operating Officer der Otto Group Media. Weil die Menschen die Werbung als störend empfinden, blenden sie ihre Wahrnehmung komplett aus. Wie es besser geht, lässt sich auf dem US-Markt beobachten. Dort setzen Unternehmen schon länger auf datenbasierte Anzeigen, die sich ganz nach den Interessen und Bedürfnissen der Menschen richten. Das Schlagwort: Hyperpersonalisierung.

Der Ansatz

„Wir sind ein Spezialist für Data Driven Advertisement“,

sagt Prondzinski. Es geht also um Onlinewerbung, die sich in ihr Umfeld einfügt, die Vorlieben einzelner Nutzer aufgreift und ihnen dadurch einen Mehrwert verschafft. So vermarktet das Unternehmen Werbeplätze unter anderem auf den über 100 Online-shops der Otto Group. Auf diese Weise können die Display-Ads monatlich rund 25 Millionen Nutzer erreichen, 80 Prozent davon kaufaffine, produktinteressierte Frauen. Die Shops kennen ihre Kunden gut und können ihnen daher genau die passende Werbung zeigen – natürlich unter strenger Einhaltung des Datenschutzes.

Das Team

Die rund 20 Mitarbeiter der Otto Group Media kennen sich gut aus mit den Themen Technologie und Vermarktung. CEO Torsten Ahlers hat zuvor als Geschäftsführer einen Spezialisten für Programmatic Advertising, also datenbasierte, automatisch platzierte Werbung, geführt. COO Boris Prondzinski hat internationale Geschäftsmodelle für die Otto Group aufgebaut. Neben dem Know-how zählt vor allem der Charakter. „Wir sind ein Start-up, es gibt viel zu tun und jeder hilft jedem“, sagt Prondzinski. „Deswegen stellen wir nur Teamplayer ein.“



Problemlöser

WER SICH VERBESSERN WILL, MUSS SEINEN HORIZONT ERWEITERN. DESWEGEN FÖRDMT DIE OTTO GROUP ÜBER IHRE FRÜHPHASEN-INVESTOREN EVENTURES UND PROJECT A VENTURES VIELVERSPRECHENDE START-UPS MIT BUDGET, KNOW-HOW UND EINEM BREITEN NETZWERK.

Horizn Studios

WWW.HORIZN-STUDIOS.COM



STEFAN HOLWE
Co-Gründer



DAS PROBLEM:

„Reisende haben heute neue Ansprüche an ihre Taschen und Koffer – etwa in Sachen Technologie und Design. Dennoch gab es auf dem Markt seit über 20 Jahren kaum Innovationen.“

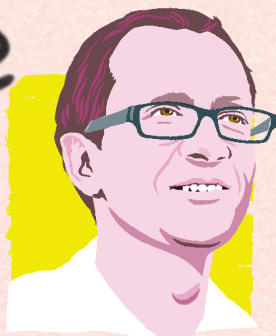
DIE LÖSUNG:

„Horizn Studios bietet hochwertige Taschen, Koffer und Accessoires in zeitgemäßem Design, ausgestattet mit modernen Technologien wie etwa einem mobilen Aufladegerät für Smartphones oder einer Warnfunktion für den Fall, dass der Besitzer sein Gepäck liegen lässt. Dazu können alle Kunden einen digitalen Reiseservice nutzen, der ihre Vorlieben kennt und zum Beispiel Flüge umbucht oder Restaurants empfiehlt.“

Gefördert durch
PROJECT A

App Annie

WWW.APPANNIE.COM



BERTRAND SCHMITT
Gründer

DIE LÖSUNG:

„Mit App Annie können wir jede App sehr genau auswerten – anhand der Daten der App Stores und der App-Nutzer. So können Unternehmen nicht nur sehen, wie oft ihre App heruntergeladen wurde, wie lange die Nutzer sie im Schnitt verwenden oder wie viel Umsatz sie generiert, sondern auch Erkenntnisse über Apps der Wettbewerber erlangen – und auf dieser Basis das Geschäft ihrer App präzise optimieren.“

Gefördert durch
EVENTURES

DAS PROBLEM:

„Wie erfolgreich Unternehmen sind, hängt heute zunehmend davon ab, wie gut das Geschäft ihrer Apps funktioniert. Genau das aber ließ sich im Kontext des Marktumfeldes lange kaum messen und analysieren.“



RENÉ SCHOENMAKERS
Gründer

Catawiki

WWW.CATAWIKI.DE

Gefördert durch
PROJECT A

DAS PROBLEM:

„Auf der Suche nach neuen, seltenen Comicbüchern für meine private Sammlung war ich früher naturgemäß viel auf etablierten Online-Auktionsplattformen unterwegs. Das Ärgerliche war, dass die meisten Suchergebnisse dort völlig irrelevant für mich waren.“

DIE LÖSUNG:

„Auf dem Portal Catawiki bieten wir kuratierte Auktionen. Jeden Freitag gehen etwa 30.000 von unseren Fachleuten geprüfte Angebote online. Neben Comics, Schmuck und Kunstgegenständen versteigern wir heute auch viele andere Sammlerstücke – von Oldtimern über Spielzeug bis hin zu Whiskey.“



HOLGER SEIM
Co-Gründer

Blinkist

WWW.BLINKIST.COM

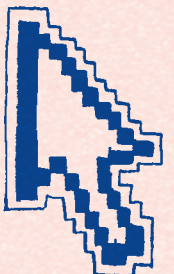
Gefördert durch
EVENTURES

DAS PROBLEM:

„Während unseres Studiums haben meine Mitgründer und ich in unserer Freizeit gerne Sachbücher gelesen. Auch nach unserem Einstieg in den Beruf wollten wir uns gerne nebenher weiterbilden, aber uns fehlte die Zeit.“

DIE LÖSUNG:

„Mit Blinkist haben wir eine App entwickelt, für die Experten Sachbücher so präzise in fünf bis zehn Lektionen zusammenfassen, dass die Nutzer sie in 10 bis 15 Minuten lesen können – etwa in der U-Bahn oder im Wartezimmer. Mittlerweile haben wir 600.000 registrierte Nutzer und über 35.000 zahlende Kunden.“



Zusammen wachsen

#power

Hans-Otto Schrader ist Vorstandsvorsitzender der Otto Group. Seit einigen Monaten sprechen ihn die Mitarbeiter immer öfter mit seinen Initialen HOS an. Und das ist explizit gewünscht so, seitdem er im Januar 2016 gemeinsam mit seinen Vorstandskollegen der gesamten Belegschaft das Du angeboten hat. Wer das nicht will, kann selbstverständlich weiter das Sie verwenden. Das Angebot ist ein verbales Signal: Der Konzern verändert sich.

Wie handeln wir ausschließlich kundenzentriert? Sind unsere Hierarchien noch zeitgemäß? Wie nutzen wir die Kreativität unserer Mitarbeiter? Wie können wir vernetzter arbeiten, und wie werden wir insgesamt schneller? Solche und viele weitere Fragen diskutieren Vertreter verschiedenster Konzerngesellschaften, Fachbereiche und Hierarchiestufen der Otto Group in sechs Workstreams im Zuge eines konzernweiten, grundlegenden Kulturwandel-Prozesses. Zu welchen Ergebnissen und Ideen die einzelnen Teams kommen und welche Maßnahmen umgesetzt werden sollen, wird auf einer unternehmensübergreifenden Kollaborationsplattform diskutiert und in einem wöchentlichen Newsletter dokumentiert. Größtmögliche Transparenz ist für einen solchen Prozess essenziell. Denn eines ist klar: Einen umfassenden kulturellen Wandel, wie ihn sich die Otto Group auf die Fahnen geschrieben hat, kann man nicht verordnen. Alle Mitarbeiter sollen diesen Wandel ermöglichen und leben. Und das tun sie auch. In der Otto Group wird gemeinsam nach neuen Antworten gesucht – und manchmal finden sich auch neue Fragen.

Der KULTURWANDEL 4.0
wird unseren
Arbeitsalltag verändern.
Die Mitarbeiter
gestalten den Aufbruch.



#customer



.....

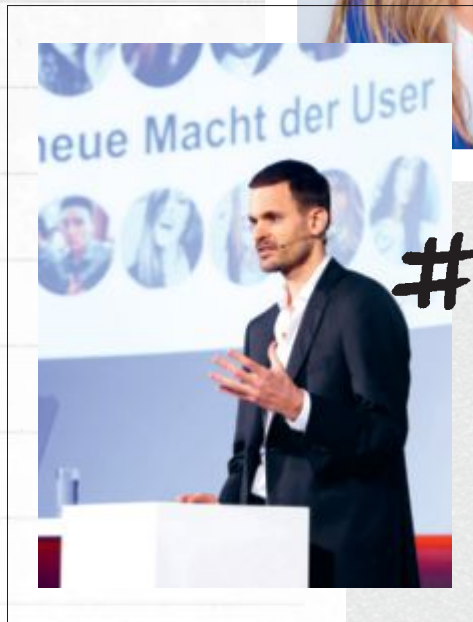
Anfang Dezember 2015 riefen die Gesellschafter Dr. Michael Otto und Benjamin Otto sowie der Otto Group Konzernvorstand um Hans-Otto Schrader einen Kulturwandel 4.0 für die gesamte Gruppe aus.



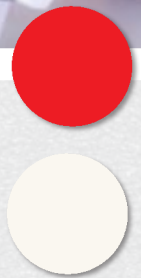
KULTURWANDEL 4.0

#collaboration

#SPEED



#KPIs



Neu denken:
In Arbeitsgruppen diskutieren Mitarbeiter verschiedenster Konzernunternehmen, Hierarchien und Fachgebiete darüber, wie die Otto Group den Kunden noch stärker in den Mittelpunkt stellen kann.

#empowerment

Chronik

MÄRZ 2015

Jagd nach dem

perfekten Algorithmus

Die Otto Group startet als erstes deutsches Unternehmen einen Data-Science-Wettbewerb auf der internationalen BI-Plattform Kaggle.

APRIL

Sicher ist sicher

Dr. Michael Otto bringt seine Mehrheitsanteile an der Otto Group in eine Stiftung ein und sichert so die Zukunft des Konzerns mit Firmensitz in Hamburg.

Osterweiterung

Unito übernimmt die Führung des OTTO-Geschäfts in Tschechien, der Slowakei und Ungarn.

Die dritte Generation

Benjamin Otto tritt als gestaltender Gesellschafter in die Otto Group ein und übergibt seine Aufgabe als CEO von Collins an Tarek Müller.

JULI

Hermes liefert taggleich

Der Logistiker beteiligt sich an Delivery und kann „Same Day Delivery“ als weitere Lieferoption anbieten.

CO₂-Diät

Die Otto Group senkt CO₂-Emissionen deutlich und hält an der Reduktion um 50 Prozent bis 2020 gegenüber dem Basisjahr 2006 fest.



Flüchtlingshilfe

Otto Group Unternehmen engagieren sich für Flüchtlinge: mit Transport-Lkws, Lagerflächen, Kleiderspenden und Sammelaktionen.



AUGUST

Paket-Info am Handgelenk

Als erster deutscher Paketdienstleister launcht Hermes eine App für die Apple Watch. Damit kann der Kunde Sendungen verfolgen, Paketshops finden und mobile Paketscheine nutzen.

SEPTEMBER

Jobs weltweit

Die neue Otto Group App „JobFinder“ bietet einen vollständigen Überblick über vakante Jobs im Konzern – in mehr als 30 Ländern, bei 123 wesentlichen Gesellschaften.



OKTOBER

Mit gutem Gewissen online shoppen

Der Onlinehandel belastet das Klima weniger als der stationäre Handel – das weist die Studie des Deutschen Clean Tech Instituts (DCTI) nach, die im Auftrag der Otto Group und Hermes erstellt worden ist.

Online goes Store

Im Hamburger Schanzenviertel können Edited-Kunden ihre Marke im ersten Flagship-Store auch offline erleben.

EDITED

Pakete im Kasten

DPD, GLS und Hermes gründen die Parcellock GmbH, um im Sommer 2016 ein universell nutzbares Schließsystem für Paketkästen auf den Markt zu bringen.

Hightech-Store für Sportler

Im Aachener Aquis-Plaza-Center eröffnet Sportscheck auf 2.300 Quadratmetern die modernste seiner 20 Filialen in Deutschland.

NOVEMBER

About You räumt ab

Der Handelsverband Deutschland (HDE) verleiht erstmals auf dem Deutschen Handelskongress in Berlin den Innovationspreis des Handels. Ausgezeichnet wurde About You. Bereits im März gab's den Shop-Award 2015 der Internet World Business in den Kategorien „Bester Online-Pure-Player“ und „Best of Show“.



Internationale Verbindung

Die Otto Group Tochter Zitra und der führende chinesische Online-Marktplatz JD.com gründen ein Joint Venture, um den internationalen Onlinehandel zwischen Europa und China auszubauen.

DEZEMBER

Inspirierende Mittagspause gewinnt

OTTO gewinnt mit seiner ungewöhnlichen Mittagspausen-Gestaltung Culture Club@Loft o6 den HR Excellence Award in der Kategorie „Konzerne Benefits und Incentives“.



Klimatischer Wendepunkt in Paris

Die Otto Group begrüßt das neue Weltklimaabkommen in Paris. Zusammen mit 33 weiteren Unterzeichnern kündigt der Konzern an, den Klimaschutz als Vorreiter vorantreiben zu wollen.

JANUAR 2016

Aus für Yapital

Die Otto Group zieht die Konsequenzen aus dem sich nur langsam entwickelnden digitalen Payment-Business: Die Bezahlfunktion von Yapital wird am 31. Januar eingestellt.

Kücheninnovationspreis verliehen

Küche & Co gewinnt als erster Händler überhaupt den Kücheninnovationspreis. Die renommierte Auszeichnung wurde für die Kochprofis-Küche vergeben, die gemeinsam mit RTL II-Kochprofi Ole Plogstedt und Experten von Bosch entwickelt worden ist.

FEBRUAR

Quelle auf Erfolgskurs

Im Vergleich zu 2014 steigert die Traditionsmarke den Umsatz um 20 Prozent im DACH-Raum, die mobilen Umsätze steigen um über 50 Prozent.

Sich zu Hause wohlfühlen

Mit yourhome.de startet OTTO seinen achten Spezialshop. Das Sortiment reicht von Möbeln, Heimtextilien und Lampen bis hin zu Haushaltselektronik.

3. GENERATION

MAI

Data Driven Advertising

Die Otto Group startet mit Otto Group Media die nutzerbasierte Vermarktung und Aussteuerung von Onlinewerbeflächen.

JUNI

Otto.de – kein Teenie mehr

Zum 20. Geburtstag des Webshops startet OTTO eine hoch erfolgreiche Marketingaktion.

re:BLOG in Gold

Der Nachhaltigkeits-Blog von OTTO gewinnt den „Best of Corporate Publishing Award 2015“ in Gold.

Die Zahlen der Otto Group



KONZERNLAGEBERICHT

Seite 44

KONZERNABSCHLUSS

Seite 96

KONZERNANHANG

Seite 112



Seite 202

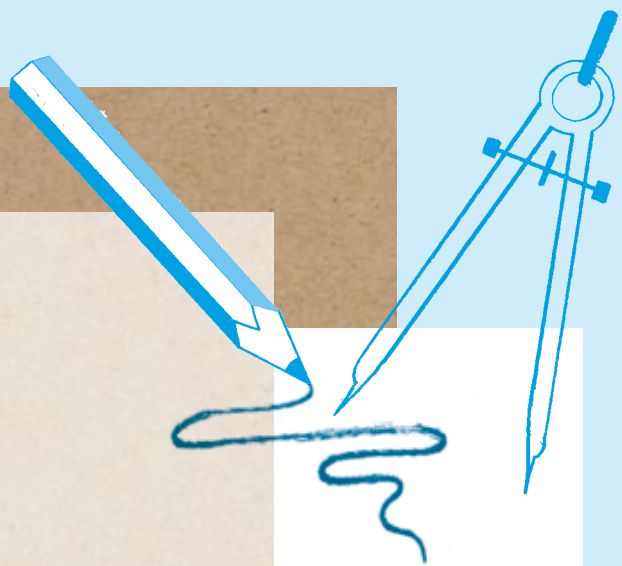
Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers



Konzern- lagebericht



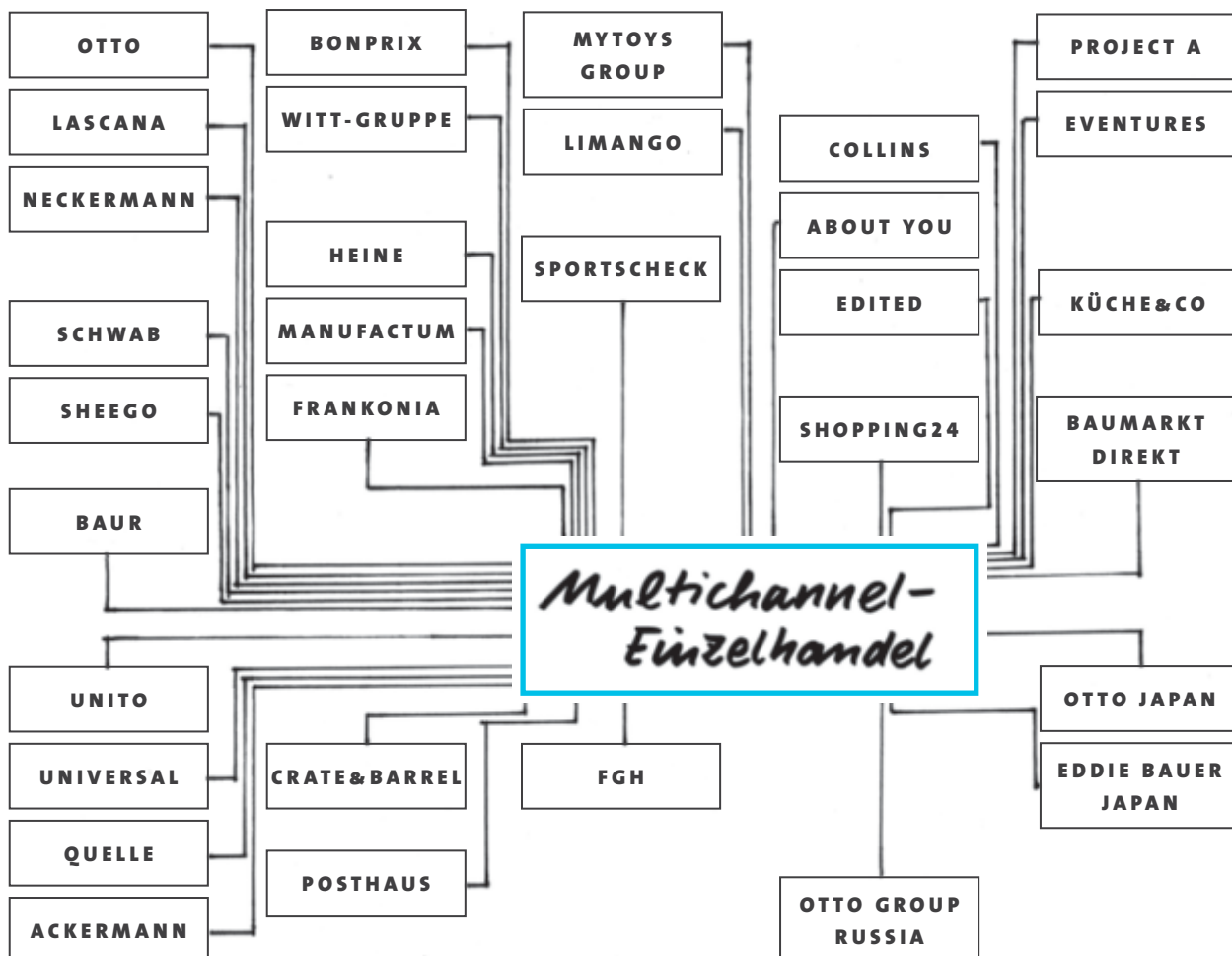
Grundlagen des Konzerns	46
Wirtschaftliches Umfeld	54
Geschäftsverlauf	58
Finanz- und Vermögenslage	65
Finanzdienstleister nach der Equity-Methode	70
Chancen- und Risikobericht	72
Unternehmerische Verantwortung	82
Ereignisse nach dem Bilanzstichtag	88
Ausblick	89



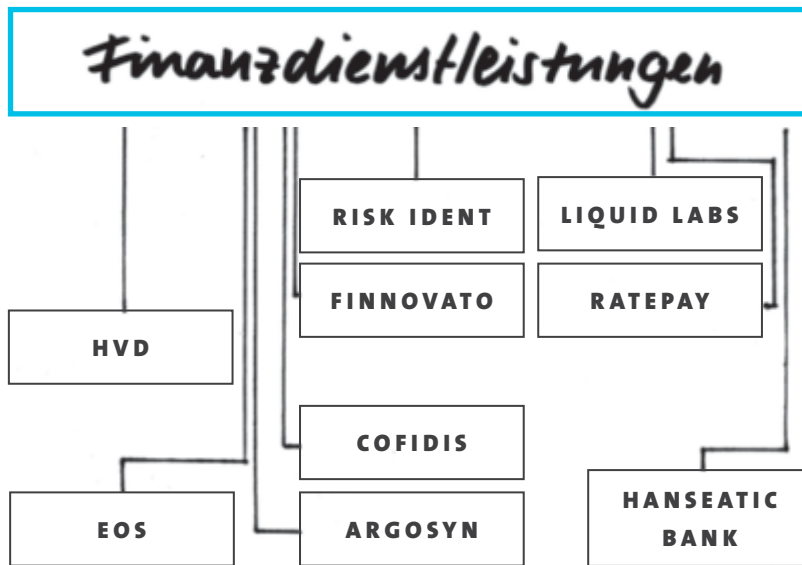
grundlagen des Konzerns

Konzernstruktur

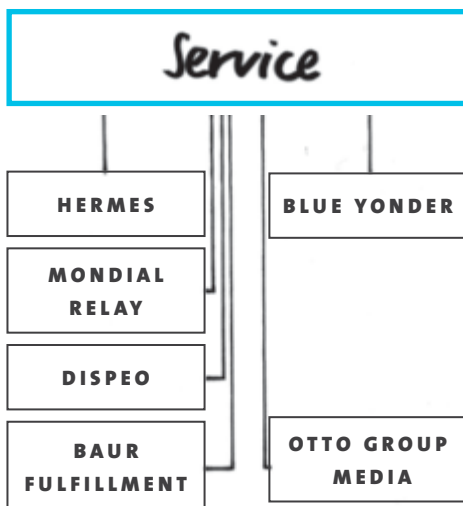
Die Otto Group ist eine weltweit agierende Handels- und Dienstleistungsgruppe mit durchschnittlich 49.597 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern und einem Umsatz von 12,1 Mrd. EUR im Geschäftsjahr 2015/16. Sie ist mit 123 wesentlichen Unternehmen in mehr als 30 Ländern Europas, Nord- und Südamerikas und Asiens präsent und ist in drei Segmente gegliedert: Multichannel-Einzelhandel, Finanzdienstleistungen und Service. Die Otto Group gehört mit einem Onlineumsatz von 6,5 Mrd. EUR zu den weltweit größten Onlinehändlern.



Das Segment **Multichannel-Einzelhandel** ist der Geschäftskern der Unternehmensgruppe. Es umfasst die in- und ausländischen Gesellschaften der Otto Group, die ihre Produkte über die Kanäle E-Commerce, Katalog und stationärer Einzelhandel anbieten. Zum Sortiment gehören Mode, Schuhe und Lifestyle-artikel, Möbel und Einrichtungsaccessoires, Spielwaren sowie Technik-, Sport- und Freizeitartikel.



Das Segment **Finanzdienstleistungen** umfasst das Angebot an internationalen Finanzservices der Otto Group, wie beispielsweise das Forderungs- und Liquiditätsmanagement sowie innovative Finanzdienstleistungen. Die international aufgestellte EOS Gruppe prägt das Segment und bietet mit ihren zahlreichen Gesellschaften ein breites Angebotsportfolio handelsnaher Dienstleistungen mit dem Schwerpunkt Forderungsmanagement.



Das Segment **Service** umfasst die Logistik- und Einkaufsgesellschaften der Otto Group. Diese erbringen ihre Leistungen sowohl für den Multichannel-Einzelhandel der Otto Group als auch gegenüber Kunden außerhalb der Unternehmensgruppe. Die Gesellschaften unter der Dachmarke Hermes bieten dabei alle Dienstleistungen entlang der logistischen Wertschöpfungskette an – von der Beschaffung über Qualitätsprüfung, Transport und Lagerung bis hin zur Zustellung an Privat- und Geschäftskunden – und prägen damit das Segment.

Zum Portfolio der Otto Group gehören die folgenden wesentlichen Unternehmen:

Die **Otto (GmbH & Co KG)** als Mutterunternehmen – nachfolgend OTTO – feierte im abgelaufenen Geschäftsjahr das 20-jährige Jubiläum ihres Onlineshops *otto.de* und zeigt sich weiterhin als sehr dynamischer und wandlungsfähiger Händler. Als einer der ersten deutschen Händler erkannte OTTO bereits 1995 die Bedeutung des Internets für die Branche und launchte eine erste Version des heute größten deutschen Onlineshops für Fashion und Lifestyle (B2C). Die unternehmerische Weitsicht und der Mut, neue Technologien frühzeitig zu testen und im Sinne der Kunden nutzbar zu machen, haben sich ausgezahlt. Rund 20 Jahre später vermeldet OTTO als einer der führenden Onlinehändler in Deutschland ein weiter rasant wachsendes Geschäft. Der Online-Anteil am Umsatz liegt bei OTTO bereits bei rund 90 %.

Die **bonprix-Gruppe** ist mittlerweile in 29 Ländern weltweit vertreten. Das Unternehmen vertreibt über seine Eigenmarken Mode zu einem ausgezeichneten Preis-Leistungs-Verhältnis und in einer großen Stil- und Größenvielfalt. Das Sortiment umfasst Damen-, Herren- und Kinderbekleidung, Accessoires, Heimtextilien und Wohnartikel. Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurde der Ausbau der Marke bonprix zu einer starken Modemarke weiter forciert. Wesentlicher Wachstumstreiber ist die konsequente Digitalisierung des Geschäftsmodells. Die Webshops der bonprix-Gruppe werden permanent weiterentwickelt, um den Kunden ein auf ihre Bedürfnisse zugeschnittenes Einkaufserlebnis zu bieten. In Deutschland gehört *bonprix.de* zu den zehn umsatzstärksten Onlineshops.

Die *myToys.de GmbH* ist eines der erfolgreichsten deutschen E-Commerce-Unternehmen und der führende Multichannel-Anbieter für Kindersortimente im deutschsprachigen Raum. Unter der Marke **myToys** betreibt das Unternehmen den Nr. 1 Onlineshop für Spielzeug und Produkte rund ums Kind sowie 14 gleichnamige Filialen. Im Jahr 2010 wurde der Damenmode-Onlineshop *ambellis* gestartet, seit 2013 gehören der Onlineschuhshop *mirapodo* sowie die Shopping Community *limango* zu der *myToys.de GmbH*. Durch das innovative Multishop-Konzept haben Kundinnen seit 2013 die Möglichkeit, gleichzeitig in den Onlineshops *myToys*, *ambellis* und *mirapodo* einzukaufen. Mit nur einem Kundenkonto und einem gemeinsamen Warenkorb wird das Onlineshopping-Erlebnis so besonders einfach und bequem.

Neben einem vielfältigen Angebot an Modetrends bietet das Modeunternehmen **Schwab**, das 2015 sein 60-jähriges Bestehen feierte, auch eine große Auswahl an Technik- und Haushaltsprodukten an. Mit dem Onlineshop *sheego.de* besetzt das Unternehmen zudem das wichtige Marktsegment für große Größen.

Die *Heinrich Heine GmbH* ist Anbieter von aktueller Mode und inspirierenden Einrichtungsideen. **Heine** übersetzt aktuelle Trends aus Fashion und Living passgenau für die anspruchsvolle Frau, die Wert auf ihre Individualität legt. Für die Kernzielgruppe ihrer Kundinnen bringt Heine Besonderes in jeden Tag und bietet auf *heine.de* ein erstklassiges Onlineeinkaufserlebnis.

Das Warensortiment der **Baur-Gruppe** besteht aus Mode, Schuhen, Möbeln und Einrichtungsaccessoires für Kunden mit hohem Anspruch an Qualität und Service. Mittlerweile erfolgen rund 80% aller Bestellungen online.

Die **Witt-Gruppe** ist einer der führenden textilen Versandhändler in Europa für die Zielgruppe 50plus. Mit unterschiedlich positionierten Marken, wie beispielsweise WITT WEIDEN, Sieh an!, création L, ambria und wäschepur, werden alle Vertriebswege genutzt – vom Katalog- und Onlineversand bis hin zum Stationärhandel. Mit den Marken WITT International, Your Look... for less! und Moda Vilona passt die Witt-Gruppe im Inland bewährte Konzepte an die Ansprüche ihrer Kunden im Ausland an.

SportScheck ist umsatzseitig der führende Sportfachhändler in Deutschland, dessen Sortiment mehr als 36.000 Artikel von 500 Marken umfasst und im Onlineshop sowie per Katalog auch in Österreich und der Schweiz erhältlich ist. Unter den 20 Filialen in Deutschland befindet sich in der Münchener Innenstadt auch das größte innerstädtische Sportgeschäft Europas. Die Marke SportScheck wird durch jährlich stattfindende Events, wie dem GletscherFestival oder der größten Stadtlaufserie Deutschlands, erlebbar und begeistert zahlreiche Teilnehmer.

Die **Crate and Barrel-Gruppe** ist Anbieter von internationalen Haushaltswaren, Möbeln und Wohnaccessoires für gehobene Ansprüche auf dem nordamerikanischen Markt. Mit über 100 Stores sowie Onlinehandel und Katalogen hat sich Crate and Barrel als Multichannel-Händler in den USA gut etabliert. Neben der Hauptmarke Crate and Barrel betreibt die Gruppe außerdem die Konzepte CB2 und Land of Nod. Mit dem Angebot von internationalen Lieferungen in über 90 Länder erweitert Crate and Barrel seinen globalen Auftritt.

Mit den Unternehmen der **Freemans Grattan Holdings** ist die Otto Group auf dem britischen Markt im Geschäftsbereich E-Commerce vertreten. Im Internet betreibt Freemans Grattan Holdings als Universalanbieter verschiedene Marktplätze für unterschiedliche Zielgruppen.

Die **Otto Group Russia** hat ihre starke Stellung im russischen Distanzhandel bewahrt, und dies trotz der anhaltend schwierigen wirtschaftlichen Situation in Russland. Sie bietet landesweit die Sortimente der Marken OTTO, bonprix, Witt und Quelle sowie unterschiedlicher Marken der NaDom-Gruppe an.

Die **EOS Gruppe** ist einer der führenden internationalen Anbieter von individuellen Finanzdienstleistungen. Den Schwerpunkt bildet das Forderungsmanagement. Zu den angebotenen Dienstleistungen zählen insbesondere Forderungskauf, Debitorenmanagement, Inkasso, kaufmännisches Mahnwesen, Sicherstellung und Verwertung sowie Telefontraining. EOS bietet seinen rund 20.000 Kunden in 26 Ländern mit über 50 Tochterunternehmen Sicherheit durch maßgeschneiderte Services. Durch ein internationales Netzwerk von Partnerunternehmen verfügt die EOS Gruppe über Ressourcen in über 150 Ländern weltweit. Hauptzielbranchen sind der Bankensektor, Versicherungen, Energieversorger, der Telekommunikationsmarkt sowie IT-Unternehmen.

Unter der Dachmarke **Hermes** operieren Gesellschaften, die alle relevanten handelsnahen Logistikdienstleistungen erbringen. Neben der Paketzustellung und der Lagerlogistik umfasst das Dienstleistungsportfolio unter anderem auch den internationalen Einkauf und die internationale Transportlogistik.

Konzernstrategie

GESCHÄFTSAUFTRAG

Der im Geschäftsjahr 2013/14 definierte Geschäftsauftrag konkretisiert, innerhalb welcher Rahmenbedingungen und Leitplanken nachhaltig profitable Geschäftsmodelle der Otto Group entwickelt und betrieben werden sollen. Darüber hinaus wird – im Zusammenspiel mit der Vision und der Mission der Unternehmensgruppe – die Basis für die Weiterentwicklung und Operationalisierung der Konzernstrategie sowie für die Portfolio- und Investitionssteuerung gelegt.

Die Vision der Otto Group als „eine weltweit tätige Unternehmensgruppe von Einzelhändlern und handelsnahen Dienstleistungen mit erfolgreichen Unternehmenskonzepten, die Verantwortung gegenüber Mensch und Natur übernimmt“ wurde in der Mission „Die Kraft der Verantwortung“ auf den Punkt gebracht. Diese Mission verankert ein Wertgerüst in der Otto Group und fordert dabei jede Mitarbeiterin und jeden Mitarbeiter¹ zum Engagement bei den Themen Wirtschaftlichkeit, Innovation, Vielfalt und Nachhaltigkeit auf. Dabei soll der Kunde stets im Mittelpunkt allen Handelns stehen.

Der Geschäftsauftrag wie auch die Vision und die Mission stellen Nachhaltigkeit in den Vordergrund – indem wirtschaftliche Ziele mit sozialer und ökologischer Verantwortung verbunden werden. Aus dieser Grundlage leitet sich die Konzernstrategie unmittelbar ab. Die Konzernstrategie deckt die strategischen Segmente der Otto Group – Multichannel-Einzelhandel (mit besonderem Fokus auf den Onlinehandel), Finanzdienstleistungen und Service (im Wesentlichen Logistik) – sowie die Strategie zur Einhaltung der sozialen und ökologischen Verantwortung (Corporate Responsibility-Strategie 2020 – nachfolgend CR-Strategie 2020) ab. Diese Strategien werden durch das Portfoliomanagement und andere Steuerungsmechanismen auf die Konzerngesellschaften übertragen und sind so miteinander verknüpft. Auch der Konzernvorstand selbst ist sowohl auf die Erreichung der wirtschaftlichen als auch der CR-Ziele incentiviert.

STRATEGIEN IN DEN SEGMENTEN

Die Otto Group ist international ausgerichtet und deckt nahezu alle relevanten Wertschöpfungsstufen im Handel sowie in handelsnahen Finanzdienstleistungen und Services ab. Diese strategische Ausrichtung wird die Unternehmensgruppe fortführen.

Multichannel-Einzelhandel

Im Multichannel-Einzelhandel ist die Weiterentwicklung des E-Commerce – und insbesondere des Handels über mobile Endgeräte – als wachstumsstärkster Vertriebskanal und wesentlicher Zukunftstreiber ein fundamentales strategisches Ziel.

Der Fokus der Otto Group liegt auf der Weiterentwicklung und insbesondere der weiteren Digitalisierung seiner erfolgreichen Handelsmodelle und Markenkonzepte. Hier sind insbesondere *otto.de* als größter deutscher Onlineshop für Fashion und Lifestyle (B2C) und *bonprix* als international ausgerichtete Marke zu nennen. Daneben stellt das Open-Commerce-Modell About You von Collins eine wichtige Wachstumsaktivität der Otto Group dar. Durch diesen Fokus erweitert die Unternehmensgruppe stetig ihre Zugänge zum Endkunden sowie ihre Fähigkeiten in den Kernkompetenzen des Onlinehandels und nutzt gezielt die Erfahrungen für die Weiterentwicklung der weiteren bestehenden Multichannel-Marken.

¹ Überall dort, wo ausschließlich die männliche Personenbezeichnung verwendet wird, geschieht dies lediglich mit Blick auf die bessere Lesbarkeit des Textes. Alle Bezeichnungen gelten für Frauen und Männer gleichermaßen.

Auch bei diesen liegt der Fokus auf der bereits laufenden Transformation der einzelnen Handelskonzepte hin zu noch stärkerer Digitalisierung. Dazu gehören unter anderem ein weiter intensiver Ausbau von Business Intelligence zur stärkeren Personalisierung des Angebots und eine klare Ausrichtung auf die „Customer Journey“ mit besonderem Fokus auf den Handel über mobile Endgeräte.

Auf das Segment Multichannel-Einzelhandel zielen auch die Venture- und Inkubations-Aktivitäten durch die bestehenden Beteiligungsunternehmen der Otto Group. Dadurch sichert sich die Unternehmensgruppe einen frühzeitigen Zugang zu innovativen Ideen, aussichtsreichen neuen Geschäftsmodellen und qualifizierten, unternehmerisch denkenden Talenten aus dem Business- und Technologiebereich.

Darüber hinaus profitiert die Otto Group nicht nur von den eigenen Handelsaktivitäten, sondern über die Entwicklung handelsnaher Dienstleistungen auch vom Wachstum des externen Onlinehandels und verwandter Branchen. So werden beispielsweise Dienstleistungen in den Bereichen Big Data, Visual Technologies und der Werbevermarktung bereits erfolgreich an Dritte vermarktet.

Finanzdienstleistungen

Die Strategie der Otto Group im Segment Finanzdienstleistungen sieht vor allem die verantwortungsvolle Fortführung und internationale Entwicklung des Forderungsmanagementgeschäfts vor. Daneben entwickelt die Otto Group relevante finanznahe Dienstleistungen, zum Beispiel im Fraud Management, und gestaltet somit auch in diesem Segment die fortschreitende Digitalisierung konsequent und aktiv mit.

Service

Services werden zu einem immer bedeutenderen Faktor im Endkundengeschäft. Einen weiteren Schwerpunkt der Otto Group Strategie bilden B2C- und B2B-Services, die unter der Dachmarke Hermes gebündelt werden. Neben Schnelligkeit, Zuverlässigkeit und Transparenz der Lieferkette legt die Unternehmensgruppe besonderen Wert auf die Servicequalität an allen Kontaktpunkten mit dem Endkunden. Die bedeutende Position als Anbieter handelsnaher Dienstleistungen wird sowohl in Deutschland als auch international in attraktiven E-Commerce-Märkten, wie zum Beispiel Großbritannien, ausgebaut.

CR-STRATEGIE 2020

Der Vorstand der Otto Group ist davon überzeugt, dass Nachhaltigkeit die Basis für langfristiges und ökonomisch erfolgreiches Wirtschaften ist. Daher ist die CR-Strategie 2020 fester Bestandteil der Konzernstrategie. Darüber hinaus ist die variable Vorstandsvergütung seit dem Geschäftsjahr 2014/15 auch an die Erreichung der in der CR-Strategie verankerten Ziele gekoppelt. Damit sind die Grundsätze nachhaltigen Wirtschaftens tief in der Konzernorganisation und in den Geschäftsprozessen verankert. Konkret umfasst die CR-Strategie fünf themenspezifische Teilstrategien. Diese umfassen wesentliche Bereiche innerhalb des Geschäftsmodells, auf die die Otto Group gezielt Einfluss nehmen kann: Soziale Verantwortung in der Lieferkette, Klimaschutz an Standorten und bei Transporten sowie Umwelt- und Ressourcenschutz bei der Herstellung von Textilien, Möbelprodukten und Katalogpapier. Um in diesen Themenfeldern die ökologischen und sozialen Auswirkungen durch die Geschäftstätigkeit der Otto Group wirksam und messbar zu reduzieren, wurden für jede der fünf Teilstrategien konzernweite Ziele bis zum Jahr 2020 formuliert.²

² Eine weitergehende Darstellung der CR-Strategie 2020 mit ihren fünf Teilstrategien erfolgt im Kapitel „Unternehmerische Verantwortung“.

PORTFOLIOMANAGEMENT

Ein wesentliches strategisches Ziel der Otto Group ist die Stärkung des Portfolios. Hierbei geben die Strategien in den Segmenten und die CR-Strategie 2020 die Richtung vor.

Das Portfoliomanagement umfasst einerseits eine laufende Überprüfung der Wirtschaftlichkeit und Zukunftsfähigkeit jeder einzelnen Konzerngesellschaft und stellt andererseits sicher, dass entlang der Strategien in den Segmenten gezielt in zukunftsfähige und zukunftssträchtige Geschäftsmodelle investiert wird. Damit bringt sich die Unternehmensgruppe in eine agile Ausgangsposition, um auch künftig unmittelbar von neuen Geschäftschancen zu profitieren.

Das Portfoliomanagement zielt auf die Stärkung der finanziellen Leistungsfähigkeit der Otto Group ab, die den dynamischen Verschuldungsgrad (Netto-Finanzverschuldung/EBITDA) und den Verschuldungskoeffizienten (Netto-Finanzverschuldung/Konzern-Eigenkapital) als wesentliche finanzielle Leistungsindikatoren beinhaltet. Die Unternehmensgruppe strebt hier – auf der Basis der Darstellung der Otto Group „FDL at Equity“ – unter Berücksichtigung der umfangreichen Investitionen auch in den kommenden Jahren eine weitere Optimierung an. Aufgrund der Ergebnissituation im abgelaufenen Geschäftsjahr sind Verbesserungen bei den Steuerungskennzahlen zu verzeichnen.³

WICHTIGE GRUNDVORAUSSETZUNG: WEITERENTWICKLUNG DER IT

Um die Konzernstrategie erfolgreich umsetzen zu können, wird die Unternehmensgruppe durch die kontinuierliche Weiterentwicklung aller Geschäftsprozesse mit den Entwicklungen auf den relevanten Märkten – insbesondere in den Bereichen IT, Kommunikation und Business Intelligence – nicht nur Schritt halten, sondern auch dem hohen Anspruch gerecht werden, zu den weltweit führenden Onlinehändlern zu gehören. Damit die Marktposition der Otto Group auch langfristig gestärkt werden kann, sind kontinuierliche Investitionen in die IT-Infrastruktur notwendig. Dabei investieren die Konzerngesellschaften eigenverantwortlich in ihre IT, um diese zukunftsfähig und entsprechend der Wettbewerbsanforderungen auszurichten. Durch eine zentrale IT-Governance wird sichergestellt, dass übergreifende Zielsetzungen verfolgt werden können. Darüber hinaus werden zentral auch zukunftsweisende Kompetenzen, insbesondere in den Bereichen Business Intelligence und Mobile-Commerce (zum Beispiel zentrales Mobile App Center), aufgebaut, um die Konzerngesellschaften bestmöglich unterstützen zu können.

Innovation

Der Onlinehandel ist mit Abstand der größte Vertriebskanal der Otto Group und ein wesentlicher Zukunftstreiber für die Unternehmensgruppe. In diesem schnelllebigen Umfeld sind Innovationen für die Sicherung nachhaltigen Erfolges essenziell. Um Entwicklungen und Technologien frühzeitig zu erkennen und die Erkenntnisse in alle Konzerngesellschaften der Otto Group zu tragen, wurden in den vergangenen Jahren mehrere zentrale Abteilungen aufgebaut. Das Innovation Management als Teil des **E-Commerce Competence Center** beobachtet und prüft mit dem sogenannten Innovation Radar neue Technologien und ihren möglichen Einsatz in der Otto Group. Dazu werden als besonders relevant erachtete Trends prototypisch umgesetzt und die gewonnenen Erkenntnisse für die gesamte Unternehmensgruppe bereitgestellt. Übergeordnete Ziele sind dabei die Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit und die Generierung von Wachstumsimpulsen für die Konzerngesellschaften.

An dieser Stelle setzt auch das Team **Business Intelligence** an, das aus der besseren Nutzung von Daten – sowohl auf Ebene der Konzerngesellschaften als auch konzernübergreifend – dem Zielbild von

³ Für die Entwicklung dieser finanziellen Leistungsindikatoren im Hinblick auf das Geschäftsjahr 2015/16 wird auf das Kapitel „Einbeziehung der Finanzdienstleister nach der Equity-Methode“ verwiesen.

data-driven companies folgt. Die in diesem Team tätigen Data Scientists bringen umfangreiche Erfahrungen aus wissenschaftlichen Feldern, wie Bioinformatik, Mathematik und Operations Research, mit und decken unterschiedlichste methodische Kompetenzen, wie Machine Learning, Neuronale Netze, Mathematical Programming, Computational Intelligence und Clustering, ab. Um das vielfältige Wissen dieser Experten in der Konzernzentrale und bei den Konzerngesellschaften besser nutzen zu können, organisiert das Team **Knowledge Management** die Vernetzung der Wissensträger auf den verschiedenen Ebenen und sorgt für einen effizienten und zügigen Know-how-Transfer.

Im Folgenden werden beispielhafte Projekte aufgezeigt:

DYNAMIC PRICING

Im E-Commerce-Umfeld ermöglicht Dynamic Pricing eine optimale Ermittlung von Preisen. Hierzu können unternehmensinterne und -externe Informationen bei der Preisermittlung berücksichtigt werden. Neben einem marktorientierten Preis kann Dynamic Pricing zu einer Steigerung von Umsatz und Rentabilität sowie einer Verbesserung des Bestandsmanagements führen. Zusammen mit dem Unternehmen Blue Yonder, an dem die Otto Group beteiligt ist, wurde Dynamic Pricing für mehrere Otto Group Marken umgesetzt. Diese erlaubt die vollständig automatisierte Preissetzung bei gleichzeitiger Optimierung der Marge oder des Restbestands.

COMPUTERGENERIERTE ARTIKELDARSTELLUNGEN

Mittels eines komplett digitalen Bildproduktionsprozesses, bei dem am Computer 3D-Modelle der Artikel erstellt werden, können fotorealistische Bilder erzeugt werden. Aus Kundensicht sind diese Bilder nicht von herkömmlich produzierten Bildern zu unterscheiden. Allerdings hat diese Art der Bildproduktion den Vorteil, die Produktionskosten zu senken und gleichzeitig die Anzahl an Bildern pro Artikel signifikant zu erhöhen, da die 3D-Modelle zum Beispiel ohne Mehraufwand aus beliebigen Perspektiven dargestellt werden können. Im Jahr 2015 wurde hierzu ein Pilotprojekt gestartet, in dem von den ersten Artikeln 3D-Modelle generiert wurden.

BROWSERBASIERTE PUSH NOTIFICATIONS

Die Technologie der browserbasierten Push Notifications ermöglicht es, sogenannte Push Nachrichten an Endkunden zu schicken, ohne dass diese eine spezielle App installiert haben müssen. Meldet sich ein Nutzer für diesen Service an, erhält er über seinen Internet Browser relevante Nachrichten, die zum Beispiel auf aktuelle Angebote hinweisen. Der Einsatz dieser Technik ist in großer Breite erst seit 2015 möglich und die Otto Group ist einer der ersten großen E-Commerce-Anbieter, welcher browserbasierte Push Notifications testet.

BETRUGSPRÄVENTION MIT RISK IDENT

Auf Basis von Mustererkennung wird es möglich, Betrugstransaktionen zu identifizieren. Die Konzerngesellschaft Risk.Ident GmbH bietet eine Software, die eine Vielzahl von internen und öffentlich zugänglichen Informationen automatisch analysiert, priorisiert und visualisiert, um die Arbeit in der Betrugsprävention deutlich effizienter zu gestalten.

PAKETANKÜNDIGUNG MIT HERMES

Durch den Service Paketankündigung wird der Paketempfänger bereits vor Zustellung über den Zustelltag und ein Zustellzeitfenster informiert. Diese Information zur voraussichtlichen Zustellzeit wird über ein intelligentes Big Data Verfahren abgeleitet, das die historischen Zustelldaten mit dem Wissen der Zusteller verbindet und somit den wahrscheinlichsten Zustellzeitpunkt ableitet. Das Zeitfenster kann bis auf eine Stunde genau bestimmt werden.

Wirtschaftliches Umfeld

Gesamtwirtschaftliches Umfeld

Die **weltwirtschaftliche Entwicklung** des Jahres 2015 war durch einen realen Anstieg des globalen Bruttoinlandsproduktes – nachfolgend BIP – in Höhe von 3,0 % (2014: 3,5 %) gekennzeichnet. Nachdem die weltweite Produktion in der zweiten Jahreshälfte 2014 etwas an Schwung gewann, zeigte sich die gesamtwirtschaftliche Expansion im zurückliegenden Jahr nur vergleichsweise moderat. In den fortgeschrittenen Volkswirtschaften hat sich die konjunkturelle Dynamik im zweiten Halbjahr 2015 deutlich abgeschwächt, wenngleich sich die Beschäftigung und der private Konsum ganzjährig positiv entwickelten. In den Schwellenländern hielt die seit einigen Jahren zu beobachtende wirtschaftliche Schwäche weiter an. Sowohl die Verlangsamung der konjunkturellen Dynamik in China als auch der Umstand, dass sich Russland und Brasilien im Jahr 2015 in einer starken Rezession befanden, wirkten sich nachteilig auf die gesamtwirtschaftliche Entwicklung dieser Ländergruppe aus. Es zeigte sich, dass die Probleme in den Schwellenländern vielfach nicht nur konjunkturell bedingt waren, sondern partiell auf erheblichen Strukturproblemen beruhten. Der Welthandel konnte vor dem Hintergrund dieser weltwirtschaftlichen Entwicklung ganzjährig nur um 2,2 % (2014: 2,7 %) zulegen und entwickelte sich vergleichsweise schwach.

Die konjunkturelle Entwicklung der **deutschen Volkswirtschaft** erwies sich im Jahr 2015 in einem schwierigen internationalen Umfeld als außerordentlich robust und war durch einen Anstieg des realen BIP in Höhe von 1,7 % (2014: 1,6 %) gekennzeichnet. Gleichwohl hat die Konjunktur in der zweiten Jahreshälfte, nach einem dynamischen Auftakt in den ersten beiden Quartalen, leicht an Schwung verloren. Die gesamtwirtschaftliche Expansion wurde primär von binnenwirtschaftlichen Faktoren getragen, wobei insbesondere die Konsumausgaben der privaten Haushalte im Vorjahresvergleich ein weiteres Mal merklich zulegten. Sowohl die steigenden Reallöhne als auch die anhaltend positive Situation auf dem Arbeitsmarkt trugen dabei zur dynamischen Entwicklung bei. Die Zahl der Erwerbstätigen stieg jahresdurchschnittlich um 0,8 % (2014: 0,9 %) gegenüber dem Vorjahr an und erreichte mit 43,0 Mio. Beschäftigten einen erneuten Höchststand. Der Außenhandel konnte insgesamt betrachtet nur einen nachrangigen Beitrag zur gesamtwirtschaftlichen Expansion des Jahres 2015 leisten. Wenngleich die Ausfuhren zunächst von der konjunkturellen Entwicklung der fortgeschrittenen Volkswirtschaften profitierten, verloren sie in der zweiten Jahreshälfte deutlich an Schwung und zeigten sich im vierten Quartal sogar rückläufig.



Die konjunkturelle Erholung der **Eurozone** setzte sich im Jahr 2015 in einem moderaten Tempo fort und war durch einen Anstieg des realen BIP in Höhe von 1,5 % (2014: 0,9 %) gekennzeichnet. Die gesamtwirtschaftliche Expansion wurde dabei ausschließlich von der Binnennachfrage getragen. Die Konsumausgaben der privaten Haushalte profitierten von steigenden Reallöhnen und einer beschleunigten Zunahme der Beschäftigung. Die positive Entwicklung auf dem Arbeitsmarkt setzte sich fort, so dass die jahresdurchschnittliche Arbeitslosenquote auf 10,9 % zurückging und damit deutlich unter dem entsprechenden Vorjahreswert von 11,6 % lag. Positiv auf die binnenwirtschaftliche Nachfrage wirkte sich ebenfalls aus, dass die Investitionstätigkeit der Unternehmen zunahm und die Finanzpolitik in den meisten Ländern der Eurozone nicht mehr restriktiv ausgerichtet war. Die seit einigen Jahren

bestehenden und partiell sehr deutlichen Unterschiede in der konjunkturellen Dynamik zwischen den einzelnen Volkswirtschaften der Eurozone bestanden jedoch auch im zurückliegenden Jahr fort. In den übrigen Ländern der **Europäischen Union** zeigte sich die konjunkturelle Entwicklung im Jahr 2015 überwiegend dynamisch und aufwärtsgerichtet, wobei insbesondere in Großbritannien, Polen und Schweden zum Teil kräftige Zuwächse der gesamtwirtschaftlichen Produktion verzeichnet wurden.

In den **USA** belief sich die preisbereinigte Zunahme des BIP im Jahr 2015, wie auch im Vorjahr, auf 2,4%, wenngleich sich die konjunkturelle Dynamik zum Jahresende hin spürbar verlangsamte. Die Wachstumsimpulse gingen insgesamt betrachtet ausschließlich von der inländischen Nachfrage aus. Die privaten Konsumausgaben konnten mit einem realen Zuwachs von 3,1% (2014: 2,7%) überdurchschnittlich stark zulegen und zusammen mit den Anlageinvestitionen deutlich zum Anstieg der gesamtwirtschaftlichen Produktion beitragen. Die Entwicklung auf dem US-amerikanischen Arbeitsmarkt zeigte sich im Verlauf des zurückliegenden Jahres ebenfalls positiv, so dass sich die jahresdurchschnittliche Arbeitslosenquote spürbar auf 5,3% (2014: 6,2%) verminderte. Vom Außenhandel gingen im Jahr 2015 hingegen keine positiven Impulse aus, da die Importe deutlich beschleunigter zulegten als die Exporte.

In **Russland** zeigte sich die gesamtwirtschaftliche Produktion im Jahr 2015 stark rückläufig und das reale BIP verminderte sich spürbar um 3,8% (2014: +0,4%). Der in der zweiten Jahreshälfte 2014 als Folge sinkender Rohstoffpreise und hoher Unsicherheit über die Auswirkungen der Ukrainekrise eingetretene Rückgang der gesamtwirtschaftlichen Produktion verschärfte sich demnach im Jahr 2015 deutlich. Insbesondere die durch die Abwertung des Rubels induzierte zweistellige Inflationsrate führte durch sinkende Reallöhne zu einem spürbaren Einbruch bei den privaten Konsumausgaben. Zudem gaben die Unternehmensinvestitionen vor dem Hintergrund der bestehenden Unsicherheiten und des rezessiven Konjunkturmehrfeldes deutlich nach und wirkten zusammen mit einer weiterhin stark restriktiven Finanzpolitik ebenfalls negativ auf die inländische Nachfrage.

VERÄNDERUNG DES REALEN BIP
(in Prozent)

Deutschland	2015	1,7	
	2014	1,6	
Eurozone	2015	1,5	
	2014	0,9	
USA	2015	2,4	
	2014	2,4	
Russland	2015	-3,8	
	2014	0,4	

Branchenspezifisches Umfeld

MULTICHANNEL-EINZELHANDEL

Der gesamte **deutsche Einzelhandel** verzeichnete im Jahr 2015 eine nominale Steigerung der Umsatzerlöse gegenüber dem Vorjahr in Höhe von 2,9 % (2014: 1,5 %). Dies entspricht einem preisbereinigten Anstieg von 2,8 % (2014: 1,2 %). Die überdurchschnittliche Zunahme der Einzelhandelsumsätze lässt sich mit der anhaltend positiven Entwicklung der deutschen Volkswirtschaft im Jahr 2015 begründen. Die Reallöhne konnten nach dem Vorjahresanstieg in Höhe von 1,7 % noch einmal deutlich um 2,4 % zulegen. Zudem erreichte die Erwerbstätigenzahl einen erneuten Höchststand. Positive Impulse gingen ebenfalls von einer vergleichsweise geringen Sparquote in Höhe von 9,7 % (2014: 9,5 %) und dem anhaltend niedrigen Zinsniveau aus. Der Anstieg der Verbraucherpreise zeigte sich im Jahresdurchschnitt 2015 mit 0,3 % (2014: 0,9 %) ausgesprochen moderat und lag abermals unter den Jahresteuerraten der Vorjahre. Insbesondere der erhebliche Rückgang der Energiepreise infolge des Rohölpreisverfalls wirkte sich, wie auch im Vorjahr, inflationsmindernd aus. Vor dem Hintergrund dieser gesamtwirtschaftlichen Entwicklung erhöhten sich die Konsumausgaben der privaten Haushalte im zurückliegenden Jahr preisbereinigt um 1,9 % (2014: 0,9 %).

Der **deutsche Online- und Versandhandel** konnte seine Umsätze mit Waren im Jahr 2015 um 6,7 % auf 52,4 Mrd. EUR (2014: 49,1 Mrd. EUR) steigern. Der Anteil am gesamten Einzelhandelsumsatz erhöhte sich dabei auf 11,7 % und lag aufgrund der weniger dynamischen Entwicklung des deutschen Einzelhandels über dem Vorjahreswert von 10,9 %. Insbesondere im E-Commerce-Bereich zeigten sich überdurchschnittliche Umsatzsteigerungen in Höhe von 11,9 % (2014: 7,2 %), wodurch mehr als 46,9 Mrd. EUR (2014: 41,9 Mrd. EUR) mit Waren im reinen Onlinegeschäft umgesetzt wurden. Bekleidung blieb dabei auch im Jahr 2015 die umsatzstärkste Warengruppe im Online- und Versandhandel – gefolgt von Elektronik- und Telekommunikationsartikeln sowie Büchern. Gleichzeitig konnten bislang wenig versandhandelsaffine Warengruppen, wie Möbel und Dekoration, weiterhin deutliche Umsatzsteigerungen verzeichnen.

Die Internetnutzung über Smartphones und Tablets hat sich auch im zurückliegenden Jahr weiter erhöht. Der Umsatzanteil der Bestellungen im deutschen Online- und Versandhandel, der über das mobile Internet erfolgte, erhöhte sich im Jahr 2015 leicht auf 18,5 % (2014: 18,1 %). Insbesondere bei jüngeren Käufergruppen, wie den 14- bis 29-Jährigen, betrug dieser Anteil bereits 33,0 % (2014: 30,0 %).

FINANZDIENSTLEISTUNGEN

Die anhaltend positive Entwicklung der deutschen Volkswirtschaft im Jahr 2015 wirkte sich ebenfalls auf den **deutschen Finanzdienstleistungssektor** aus. Die Zahl der Unternehmensinsolvenzen verminderte sich im zurückliegenden Jahr zum sechsten Mal in Folge und ging im Vorjahresvergleich um 4,0 % auf 23.123 Fälle (2014: 24.085 Fälle) zurück. Damit erreichte die Anzahl der Unternehmensinsolvenzen den niedrigsten Stand seit Einführung der Insolvenzordnung im Jahr 1999. Die Forderungen der Gläubiger aus beantragten Unternehmensinsolvenzen reduzierten sich vor diesem Hintergrund auf rund 17,5 Mrd. EUR (2014: 25,2 Mrd. EUR) und die durchschnittliche Forderungshöhe je Insolvenz betrug 0,8 Mio. EUR (2014: 1,1 Mio. EUR).

Das Zahlungsverhalten der Unternehmen in Deutschland hat sich im Jahr 2015 weiter auf einem hohen Niveau stabilisiert. Bei Unternehmen wurden als Gründe für das Nichtnachkommen von Zahlungsverpflichtungen insbesondere Zahlungsausfälle bei eigenen Kunden, temporäre Liquiditätsengpässe und das Ausnutzen von Lieferantenkrediten genannt. Eine schlechte Auftragslage spielte hingegen eine zunehmend untergeordnete Rolle.

Die Zahl der Verbraucherinsolvenzen zeigte sich im Vergleich zum Vorjahr ebenfalls rückläufig. Mit 80.347 Fällen lag sie um 6,9 % unter dem entsprechenden Vorjahreswert von 86.298 Fällen. Als Gründe für das Nichtnachkommen von Zahlungsverpflichtungen wurden insbesondere die private Überschuldung, das unkontrollierte Konsumverhalten sowie vorsätzliches Nichtbezahlen genannt. Vor dem Hintergrund der anhaltend positiven Entwicklung der deutschen Volkswirtschaft spielte der Verlust des Arbeitsplatzes hingegen nur eine untergeordnete Rolle. Von einer schlechten Zahlungsmoral auf Verbraucherebene waren auch im zurückliegenden Jahr strukturell vor allem Unternehmen aus dem Online- und Versandhandel, der Energieversorgung und dem Handwerk betroffen.

SERVICE

Die **deutsche Transport- und Logistikbranche** war im Jahr 2015 dadurch gekennzeichnet, dass der Güterverkehr die überdurchschnittlich positive Entwicklung des Jahres 2014 nicht fortsetzen konnte. Das gesamte Transportaufkommen stieg im Jahresdurchschnitt um 1,1 % und lag damit deutlich unter dem entsprechenden Vorjahreszuwachs von 3,1 %. Die anhaltend positive Entwicklung der deutschen Volkswirtschaft im Jahr 2015 wirkte sich somit nur bedingt auf den verkehrswirtschaftlichen Bereich aus.

Die Entwicklung der einzelnen transportintensiven Branchen verlief dabei ausgesprochen heterogen. Der Straßengüterverkehr legte um 1,9 % (2014: 4,0 %) gegenüber dem Vorjahr zu und dominierte mit einem Anteil von 78,6 % (2014: 78,1 %) am gesamten Transportaufkommen weiterhin den Güterverkehr in Deutschland. Eine negative Entwicklung des Transportaufkommens verzeichneten hingegen die Binnenschifffahrt mit einem Minus von 3,2 % (2014: +0,7 %), der Luftfrachtverkehr mit einem Rückgang von 0,1 % (2014: +1,9 %) und der Seeverkehr mit einer Reduzierung in Höhe von 2,7 % (2014: +2,1 %). Der Schienengüterverkehr zeigte sich ebenfalls rückläufig und verminderte sich im Vorjahresvergleich um 1,0 % (2014: -2,3 %), wobei vor allem die Fortsetzung der im Jahr 2014 begonnenen Tarifstreiks zu spürbaren Rückgängen des Transportaufkommens führten.

Neben einem wettbewerbsintensiven Marktumfeld haben insbesondere die Entwicklung des Rohölpreises und der Lohnkosten einen spürbaren Einfluss auf die deutsche Transport- und Logistikbranche. Die allgemeine Kostenentwicklung im deutschen Güterverkehr zeigte sich im Jahr 2015 ausgesprochen moderat. Höheren Personalaufwendungen infolge tariflicher Vereinbarungen sowie der Einführung des gesetzlichen Mindestlohnes standen insbesondere sinkende Kraftstoffpreise gegenüber. Der Rohölpreis ist seit der Jahresmitte 2014 deutlich gesunken und verblieb auch im Jahr 2015 auf einem vergleichsweise niedrigen Niveau, so dass die damit einhergehende Entlastung der Unternehmen aus dem verkehrswirtschaftlichen Bereich weiter anhielt.

Geschäftsverlauf

Die Otto Group konnte im Geschäftsjahr 2015/16, geprägt von einer erfreulichen Entwicklung in den großen Kerngesellschaften und einem konsequenten Umbau des Portfolios, ein deutliches Umsatzwachstum von 5,4 % erzielen. Das Ergebnis vor Steuern (EBT) in Höhe von 186,9 Mio. EUR hat das EBT des Vorjahres in Höhe von 43,7 Mio. EUR deutlich übertroffen.

Die reinen E-Commerce-Umsätze im Segment Multichannel-Einzelhandel und die Umsätze in den Segmenten Finanzdienstleistungen und Service wuchsen merklich. Die Onlineumsätze der Otto Group konnten weltweit auf 6,5 Mrd. EUR (2014/15: 6,0 Mrd. EUR) erhöht werden. Dies entspricht einem Zuwachs gegenüber dem Vorjahr um 8,8 %.

Unsere bedeutenden Konzerngesellschaften und -gruppen, wie beispielsweise OTTO, die bonprix-Gruppe, die Witt-Gruppe und die EOS Gruppe, konnten operativ erneut deutlich positive Ergebnisse erwirtschaften und jeweils das sehr gute Niveau des Vorjahres übertreffen. Auch bei den herausfordernden Konzerngesellschaften konnten sichtbare Verbesserungen erzielt werden. Bei der Crate and Barrel-Gruppe konnte innerhalb kürzester Zeit ein Turnaround erreicht werden. In Russland konnte das operative Geschäft zurück in die Gewinnzone geführt werden. Die Konzerngesellschaften SportScheck GmbH und die myToys.de GmbH haben das Ergebnis zwar noch belastet, konnten aber umsatzseitig schon zur alten Wachstumsstärke zurückgeführt werden. Investitionen in das neue Geschäftsmodell Collins wurden ebenso fortgeführt wie in die Modernisierung der IT- und Logistikinfrastruktur, um die Wettbewerbsfähigkeit für die Zukunft zu sichern.

Das Geschäftsjahr 2015/16 wurde darüber hinaus entscheidend durch Portfoliomaßnahmen geprägt. So ist die Einstellung des Geschäftsbetriebs der Yapital-Gruppe mit dem Endkunden erfolgt und die strategisch nicht mehr relevanten Büroartikelversender OTTO Office und JM Bruneau wurden erfolgreich veräußert. Zudem werden die Handelsaktivitäten der 3SI-Gruppe – nachfolgend Geschäftsbereich 3SI Commerce – aufgrund der Entscheidung, sie im Geschäftsjahr 2016/17 zu verkaufen, als aufgebener Geschäftsbereich ausgewiesen. Insgesamt beeinflussten die Portfoliomaßnahmen das Jahresergebnis stark.

Der Verlauf des Geschäftsjahres 2015/16 ist bei ausschließlicher Betrachtung der fortgeführten Geschäftsbereiche insgesamt als erfolgreich zu bezeichnen. Das im Konzernlagebericht 2014/15 für das Geschäftsjahr 2015/16 prognostizierte Umsatz- und Ergebniswachstum (EBT) konnte übertroffen werden. Durch die Stärkung des Kerngeschäfts, den weiteren Ausbau des E-Commerce und die Bereinigung des Portfolios wurde eine gute Basis für die positive Entwicklung der Otto Group gelegt.

Ertragslage des Konzerns

Die Umsatzerlöse der Otto Group konnten im Geschäftsjahr 2015/16 um 5,4% von 11.484,5 Mio. EUR auf 12.104,4 Mio. EUR gesteigert werden. Dies entspricht einem Anstieg um 619,9 Mio. EUR, der durch die positive Entwicklung in allen drei Segmenten ermöglicht wurde. Kursbereinigt stieg der Umsatz der Otto Group um 3,2%.

Im Konzernlagebericht 2014/15 wurde für die Unternehmensgruppe auf vergleichbarer Basis, das heißt bereinigt um Änderungen des Konsolidierungskreises, ein währungskursbereinigtes Umsatzwachstum von 2 bis 3% im Geschäftsjahr 2015/16 prognostiziert. Die im Geschäftsjahr 2015/16 eingetretene währungskursbereinigte Umsatzentwicklung mit einem Anstieg von 6,2% auf vergleichbarer Basis lag damit deutlich über den Erwartungen.

KONZERN-GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG (KURZFASSUNG)

	2015/16 in Mio. EUR	2014/15 in Mio. EUR
Umsatzerlöse	12.104	11.485
Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)	639	562
Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)	259	248
Ergebnis vor Steuern (EBT)	187	44
Ergebnis aus fortgeführten Geschäftsbereichen	90	-32
Ergebnis aus aufgegebenen Geschäftsbereichen	-280	-164
Jahresfehlbetrag	-190	-196

Der durchschnittliche Umsatz je Mitarbeiter konnte gegenüber dem Vorjahr deutlich von 222,0 TEUR auf 244,1 TEUR gesteigert werden.

Insgesamt wurden 79,1% des Umsatzes der Otto Group mit dem Verkauf von Handelswaren (9.574,4 Mio. EUR, 2014/15: 80,5%), 5,6% mit Erlösen aus Finanzdienstleistungen (677,0 Mio. EUR, 2014/15: 5,6%) und 15,3% mit Erlösen aus übrigen Dienstleistungen (1.853,1 Mio. EUR, 2014/15: 13,9%) erzielt. Der Verkauf von Handelswaren über die Kanäle Onlinehandel, Katalogversand und stationärer Einzelhandel prägte somit auch im Geschäftsjahr 2015/16 die umsatzseitige Entwicklung der Unternehmensgruppe.

Mit einem Anteil von 61,7% (2014/15: 61,8%) am Umsatz der Otto Group war Deutschland im Geschäftsjahr 2015/16 weiterhin der bedeutendste regionale Absatzmarkt für die Unternehmensgruppe. Während in Europa (ohne Deutschland und Russland) 20,4% (2014/15: 21,1%) der Umsatzerlöse realisiert wurden, trugen Nord- und Südamerika 14,1% (2014/15: 11,9%) zum Umsatz der Otto Group bei. Es folgten Russland mit 2,2% (2014/15: 3,6%) und Asien mit 1,6% (2014/15: 1,6%).

UMSATZ NACH REGIONEN

	2015/16	2014/15	Veränderung	kursbereinigt
	in Mio. EUR	in Mio. EUR	in%	in%
Deutschland	7.471	7.092	5,3	5,3
Europa (ohne Deutschland und Russland)	2.467	2.424	1,8	-1,5
Nord- und Südamerika	1.702	1.366	24,6	7,6
Russland	264	413	-36,1	-19,4
Asien	195	184	6,0	1,1
Sonstige Regionen	5	6	-16,7	-16,7
Konzern	12.104	11.485	5,4	3,2
Inland	7.471	7.092	5,3	5,3
Ausland	4.633	4.393	5,5	-0,3

Die Entwicklung in den einzelnen Absatzmärkten der Unternehmensgruppe verlief dabei unterschiedlich. In Deutschland konnte im zurückliegenden Geschäftsjahr ein deutliches Umsatzwachstum von 5,3 % realisiert werden. Vor allem das Mutterunternehmen OTTO, die myToys-Gruppe und die bonprix Handelsgesellschaft mbH, aber auch das erst im Geschäftsjahr 2014/15 gestartete Online-Geschäftsmodell Collins, verzeichneten hohe Umsatzzuwächse und haben zur positiven Entwicklung im Hauptabsatzmarkt Deutschland beigetragen. Im übrigen Europa ergaben sich Umsatzzuwächse in Höhe von 1,8 %, die im Wesentlichen in Großbritannien erzielt wurden, gegenläufig entwickelte sich unter anderem Frankreich. Dort sanken die Umsätze vor allem aufgrund des Verkaufs des B2B-Büroartikelversenders JM BRUNEAU.

Die nordamerikanische Einrichtungs- und Lifestylegruppe Crate and Barrel konnte einen erfreulichen Anstieg der Umsätze um 24,3 % verzeichnen. Dieses Wachstum wurde allerdings deutlich durch die Wechselkursentwicklung unterstützt, kursbereinigt betrug die Steigerung jedoch immer noch erfreuliche 6,5 %. Die weitere Aufwertung des Euro im Vergleich zum Russischen Rubel hat den Umsatz der Otto Group Russia erneut stark beeinflusst. Währungskursbereinigt ging der Umsatz der Otto Group Russia um 18,5 % zurück, auf Euro-Basis war ein Rückgang um 35,0 % zu verzeichnen. Dieser Umsatzrückgang wurde durch konjunkturelle Einflüsse geprägt, aber durch verschiedene Maßnahmen auch bewusst strategisch in Kauf genommen, um das Geschäft profitabel zu betreiben.

Die Rohertragsquote der Unternehmensgruppe lag mit 48,2 % (2014/15: 48,5 %) auf dem Niveau des Vorjahres. Der Rohertrag konnte absolut betrachtet um 266,5 Mio. EUR auf 5.837,7 Mio. EUR gesteigert werden.

Neben einem Anstieg der Personalaufwendungen um 94,4 Mio. EUR und der sonstigen betrieblichen Aufwendungen um 95,2 Mio. EUR gingen die sonstigen betrieblichen Erträge um 10,8 Mio. EUR zurück. Wesentlicher Treiber für die Zunahme der Personalaufwendungen war insbesondere die Wechselkursentwicklung des US-Dollars. Darüber hinaus ergaben sich Belastungen aus dem Umbau der Logistikinfrastruktur sowie aus Restrukturierungen im Rahmen der Portfoliomaßnahmen. Bei den sonstigen betrieblichen Aufwendungen stiegen vor allem die Aufwendungen für Fremdpersonal, das aufgrund der positiven Geschäftsentwicklung bei Hermes Parcelnet Limited verstärkt zum Einsatz kam. Darüber hinaus stiegen die Instandhaltungs- und Wartungskosten für Gebäude und IT an, wohingegen sich die Katalog- und Prospektkosten gegenläufig entwickelten.

Das Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) lag bedingt durch die beschriebene positive operative Entwicklung im Geschäftsjahr 2015/16 mit 638,9 Mio. EUR deutlich über dem EBITDA des Vorjahres in Höhe von 561,7 Mio. EUR.

Die Abschreibungen erhöhten sich im zurückliegenden Geschäftsjahr um 66,8 Mio. EUR auf 380,3 Mio. EUR. Neben den planmäßigen stiegen vor allem die außerplanmäßigen Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen an. Mit insgesamt 89,7 Mio. EUR sind die außerplanmäßigen Abschreibungen gegenüber dem Vorjahr um 52,0 Mio. EUR gestiegen. Darin enthalten sind außerplanmäßige Abschreibungen auf derivative Geschäfts- oder Firmenwerte in Höhe von 17,9 Mio. EUR (2014/15: 14,1 Mio. EUR). Die außerplanmäßigen Abschreibungen auf sonstige immaterielle Vermögenswerte sowie Sachanlagen im Geschäftsjahr 2015/16 entfielen im Wesentlichen auf technische Anlagen und Maschinen sowie auf Einbauten in Shops und selbst erstellte Software.

Das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) verbesserte sich im Geschäftsjahr 2015/16 vor allem aufgrund der guten Geschäftsentwicklung unter Berücksichtigung der vorstehend dargestellten Effekte auf 258,6 Mio. EUR (2014/15: 248,2 Mio. EUR). Aufgrund der im Verhältnis zum EBIT stärkeren Umsatzsteigerung sank die EBIT-Marge allerdings leicht auf 2,1% nach 2,2% im Vorjahr.

Das Finanzergebnis der Unternehmensgruppe hat sich im Geschäftsjahr 2015/16 mit –71,8 Mio. EUR deutlich gegenüber dem Vorjahreswert in Höhe von –204,6 Mio. EUR verbessert. Das Zinsergebnis betrug –105,8 Mio. EUR (2014/15: –136,8 Mio. EUR) und das sonstige Finanzergebnis belief sich auf 34,1 Mio. EUR nach –67,7 Mio. EUR im Vorjahr. Die deutliche Verbesserung des Finanzergebnisses resultierte im Wesentlichen aus Unternehmensverkäufen im Rahmen der Portfoliooptimierung, insbesondere aus der Veräußerung des Büroartikelversenders OTTO Office.

Das Ergebnis vor Steuern (EBT) lag mit 186,9 Mio. EUR um 143,2 Mio. EUR deutlich über dem entsprechenden Ergebnis des Vorjahres in Höhe von 43,7 Mio. EUR.

Im Konzernlagebericht 2014/15 wurde für die Unternehmensgruppe für das Geschäftsjahr 2015/16 unter Berücksichtigung von Ergebniseffekten aus Portfoliomaßnahmen ein leicht positives EBT prognostiziert. Diese Ergebnisprognose konnte deutlich übertroffen werden.

Der Aufwand für Steuern vom Einkommen und vom Ertrag im Geschäftsjahr 2015/16 betrug 96,8 Mio. EUR und lag damit über dem Ertragsteueraufwand des Vorjahres in Höhe von 75,5 Mio. EUR. Während die laufenden Steuern im Inland annähernd auf Vorjahresniveau blieben, sind die laufenden Steuern im Ausland aufgrund der guten operativen Entwicklung deutlich angestiegen. Weiterhin ergaben sich steuererhöhende Effekte aus den latenten Steuern.

Das Ergebnis aus dem aufgegebenen Geschäftsbereich 3SI Commerce belief sich im Geschäftsjahr 2015/16 auf –279,6 Mio. EUR nach –164,2 Mio. EUR im Vorjahr. Für weitere Informationen verweisen wir auf den Konzernanhang (siehe hierzu Konzernanhang zum 29. Februar 2016, Ziffer (5c): „Aufgegebener Geschäftsbereich und Veräußerungsgruppen“).

Mit –189,6 Mio. EUR verbesserte sich das Jahresergebnis um 6,4 Mio. EUR gegenüber dem Jahresfehlbetrag des Vorjahres in Höhe von –196,0 Mio. EUR. Davon entfielen auf den Konzern –218,6 Mio. EUR (2014/15: –260,7 Mio. EUR), auf die Anteile anderer Gesellschafter 26,2 Mio. EUR (2014/15: 62,0 Mio. EUR) und auf Genusssscheine 2,8 Mio. EUR (2014/15: 2,8 Mio. EUR).

Ertragslage der Segmente

UMSATZERLÖSE/EBIT

	Umsatzerlöse		EBIT	
	2015/16 in Mio. EUR	2014/15 in Mio. EUR	2015/16 in Mio. EUR	2014/15 in Mio. EUR
Multichannel-Einzelhandel	9.588	9.245	178	161
Finanzdienstleistungen	678	646	203	185
Service	1.838	1.594	-35	-20
Holding/Konsolidierung	-	-	-87	-78
Konzern	12.104	11.485	259	248

MULTICHANNEL-EINZELHANDEL

Das Segment Multichannel-Einzelhandel realisierte im Geschäftsjahr 2015/16 einen Umsatz von 9,588,1 Mio. EUR (2014/15: 9.244,8 Mio. EUR) und trug einen Anteil von 79,2% (2014/15: 80,5%) zum Umsatz der Unternehmensgruppe bei. Die Umsatzsteigerung um 3,7% gegenüber dem Vorjahr ergab sich unter anderem durch erfreuliches Wachstum in den großen Kerngesellschaften. Kursbereinigt stieg der Umsatz moderat um 1,8%. Bereinigt um Änderungen des Konsolidierungskreises wurde ein kursbereinigtes Umsatzwachstum von erfreulichen 5,6% erzielt.

Die im Konzernlagebericht 2014/15 vorgenommene Prognose einer kursbereinigten moderaten Umsatzsteigerung wurde somit erreicht und bereinigt um Änderungen des Konsolidierungskreises sogar deutlich übertroffen.

Der Onlinehandel prägte auch im zurückliegenden Geschäftsjahr als wachstumsstärkster Vertriebskanal die Segmententwicklung. Die E-Commerce-Umsätze konnten um 8,8% auf 6.515,5 Mio. EUR spürbar zulegen (2014/15: 5.986,7 Mio. EUR). Der Anteil am Umsatz des Segments betrug 68,0% und lag deutlich über dem entsprechenden Vorjahreswert von 64,8%. Die Otto Group profitierte somit spürbar vom dynamisch wachsenden Onlinehandel.

Im Geschäftsjahr 2015/16 zeigte OTTO eine ausgesprochen erfreuliche Entwicklung. Die Umsätze konnten deutlich um 9,8% gesteigert werden. Hierzu trug auch die sehr erfolgreiche Kampagne „20 Jahre otto.de“ bei. Daneben realisierten vor allem die bonprix-Gruppe und die myToys-Gruppe deutlich höhere Umsatzerlöse. Letztere kehrte zur alten Wachstumsstärke zurück und erzielte einen beachtlichen Umsatzanstieg von 19,7%.

Bei den internationalen Aktivitäten zeigte sich weiterhin eine schwierige Entwicklung auf dem russischen Markt. Die Umsätze der Otto Group Russia gingen vor allem aufgrund des rezessiven Konjunkturfeldes, aber auch durch die Entwicklung des Rubelkurses im Geschäftsjahr 2015/16 um 35,0% zurück, währungskursbereinigt ergab sich noch ein Rückgang von 18,5%. Dieser Umsatzrückgang wurde darüber hinaus durch verschiedene Maßnahmen bewusst strategisch in Kauf genommen, um das Geschäft profitabel zu betreiben. Auch in Frankreich war ein erheblicher Umsatzrückgang zu verzeichnen, der vor allem auf den Verkauf des B2B-Büroartikelversenders JM BRUNEAU zurückzuführen ist.

Die Region Nord- und Südamerika konnte deutliche Umsatzzuwächse verzeichnen. Bei der vor allem in den USA und Kanada tätigen Einrichtungs- und Lifestylegruppe Crate and Barrel stiegen die Umsätze, insbesondere durch eine Sortimentsumstellung, aber auch durch die Ausweitung des Franchise-Modells, um 24,3 %. Dieses Wachstum wurde deutlich durch die Wechselkursentwicklung unterstützt, kursbereinigt betrug die Steigerung aber immer noch beachtliche 6,5 %.

Die Umsatzsteigerung im Segment Multichannel-Einzelhandel bewirkte einen Anstieg des Rohertrags um 140,3 Mio. EUR. Die Rohertragsquote lag im Geschäftsjahr 2015/16 mit 48,3 % annähernd auf dem Niveau des Vorjahres (2014/15: 48,6 %). Die Ertragslage des Segments verbesserte sich trotz der nicht unerheblichen Belastung aus US-Dollar Währungskurseffekten und außerplanmäßigen Abschreibungen. Das EBIT im Segment Multichannel-Einzelhandel stieg im Geschäftsjahr 2015/16 von 161,1 Mio. EUR auf 178,1 Mio. EUR.

FINANZDIENSTLEISTUNGEN

Das Segment Finanzdienstleistungen, welches primär durch die Geschäftsaktivitäten der EOS Gruppe geprägt wird, wies im Geschäftsjahr 2015/16 eine anhaltend positive Geschäftsentwicklung auf. Die Umsatzerlöse des Segments stiegen von 646,0 Mio. EUR auf 678,3 Mio. EUR. Dieser Umsatzanstieg von 5,0 % ist unter anderem auf eine gegenüber dem Vorjahr gestiegene Einzugsleistung im Inkassogeschäft mit eigenen Forderungskäufen und darüber hinaus auf den Erwerb einer neuen Konzerngesellschaft in der Schweiz zurückzuführen. Die im Konzernlagebericht des Vorjahres erfolgte Prognose einer moderaten Umsatzsteigerung im Geschäftsjahr 2015/16 wurde daher leicht übertroffen. Der Anteil des Segments am Umsatz der Unternehmensgruppe lag mit 5,6 % exakt auf Vorjahresniveau.

Das EBIT des Segments Finanzdienstleistungen stieg im Geschäftsjahr 2015/16 um 17,3 Mio. EUR auf 202,9 Mio. EUR an. Die EBIT-Marge konnte von 28,7 % im Vorjahr auf 29,9 % gesteigert werden. Dieser Anstieg konnte trotz der Belastungen aus der Yapital-Gruppe, die sowohl aus dem operativen Geschäft als auch aus den Schließungskosten resultierten, erzielt werden.

SERVICE

Im Segment Service konnte im Geschäftsjahr 2015/16 ein deutlicher Anstieg des Außenumsatzes von 1.593,7 Mio. EUR auf 1.838,0 Mio. EUR verzeichnet werden. Mit einer Umsatzsteigerung von 15,3 % konnte das Segment deutlich zulegen. Der Anteil am Umsatz der Unternehmensgruppe stieg von 13,9 % auf 15,2 %. Die erfreuliche Steigerung der kursbereinigten Umsätze um 11,5 % liegt leicht unter der im Konzernlagebericht 2014/15 vorgenommenen Prognose von mindestens 12,4 % Umsatzsteigerung im Geschäftsjahr 2015/16.

Das Segment wird vor allem durch die international tätigen Konzerngesellschaften unter der Dachmarke Hermes geprägt. Diese profitierten von den steigenden E-Commerce-Umsätzen und der damit in Zusammenhang stehenden Zunahme der handelsnahen Dienstleistungen aus dem Servicebereich. Im Geschäftsjahr 2015/16 konnte die Dienstleistungsgruppe Hermes daher ihre Umsatzerlöse um 15,4 % gegenüber dem Vorjahr steigern. Hier trug insbesondere die erfolgreiche Geschäftsausweitung der Konzerngesellschaft Hermes Parcelnet Limited in Großbritannien zur positiven Entwicklung bei, aber auch die Hermes Logistik Gruppe Deutschland GmbH hat ein hervorragendes Umsatzwachstum erzielt.

Die Konzerngesellschaften unter der Dachmarke Hermes konnten unter Berücksichtigung der Ergebnisbelastung aus der Optimierung der logistischen Infrastruktur in Deutschland einen positiven EBIT-Beitrag erwirtschaften. In Frankreich war ein Anstieg der Aufwendungen für Restrukturierungsmaßnahmen, unter anderem in Vorbereitung der erfolgten Verkäufe, zu verzeichnen. Die außerordentlichen Belastungen in Deutschland und Frankreich beliefen sich insgesamt auf 68,6 Mio. EUR, die im Personalaufwand und in den außerplanmäßigen Abschreibungen enthalten sind. Das EBIT des Segments verringerte sich im zurückliegenden Geschäftsjahr von –20,4 Mio. EUR auf –35,3 Mio. EUR.

HOLDING/KONSOLIDIERUNG

Neben den Effekten der intersegmentären Konsolidierung wurden bei der Holding/Konsolidierung übergreifende Kosten der Konzernfunktion in Höhe von 87,1 Mio. EUR (2014/15: 78,0 Mio. EUR) ausgewiesen, die den vorstehenden Segmenten nicht auf einer verlässlichen Basis zugeordnet werden konnten.

Finanz- und Vermögenslage

Konzern-Kapitalflussrechnung

KONZERN-KAPITALFLUSSRECHNUNG (KURZFASSUNG)

	2015/16	2014/15
	in Mio. EUR	in Mio. EUR
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	480	494
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-113	-79
Free Cashflow	367	415
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	-352	-423
Zahlungswirksame Veränderungen des Finanzmittelfonds	15	-8
Wechselkursbedingte Veränderungen des Finanzmittelfonds	-7	1
Umgliederung im Zusammenhang mit Veräußerungsgruppen	-27	-1
Finanzmittelfonds am Anfang der Periode	254	262
Finanzmittelfonds am Ende der Periode	235	254

Der Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit lag im Geschäftsjahr 2015/16 trotz der Auszahlungen für die neuen Geschäftsmodelle mit 480,4 Mio. EUR annähernd auf dem guten Niveau des Vorjahres.

Der Cashflow aus Investitionstätigkeit wurde im abgelaufenen Geschäftsjahr unter anderem durch die hohen Investitionen in die IT- und Logistikinfrastruktur unterschiedlicher Konzerngesellschaften, insbesondere für die Erneuerung der IT-Landschaft bei OTTO, den fortgesetzten Ausbau der Logistikinfrastruktur bei Hermes Parcelnet Limited in Großbritannien und die erfolgreiche Weiterentwicklung der Crate and Barrel-Gruppe, geprägt. Darüber hinaus wurden ein Inkassodienstleister in der Schweiz sowie Beteiligungen bei der EVC-Gruppe erworben. Die Hermes Logistik Gruppe Deutschland hat sich unter anderem an einem Same-Day-Delivery-Spezialisten beteiligt. Zudem beeinflussten die im Rahmen der Portfoliooptimierung erfolgten Verkäufe von strategisch nicht mehr relevanten Konzerngesellschaften in Deutschland und Frankreich den Cashflow aus Investitionstätigkeit.

Der Cashflow aus Finanzierungstätigkeit ist geprägt durch die Entschuldung der Unternehmensgruppe, die sich in einer Tilgung der Finanzverbindlichkeiten niederschlägt. Gleichzeitig wirkten sich die erfolgten Eigenkapitalstärkungsmaßnahmen und die deutlich reduzierten Ausschüttungen positiv auf den Cashflow aus Finanzierungstätigkeit aus.

Eigenkapital und Finanzierung

Die Konzern-Bilanz der Otto Group weist zum 29. Februar 2016 eine Bilanzsumme von 7.859,8 Mio. EUR aus. Dies entspricht einem Rückgang gegenüber dem Vorjahr in Höhe von 4,0 %. Aufgrund der Umgliederung aller Rückstellungen und Verbindlichkeiten der Konzerngesellschaften aus dem aufgegebenen Geschäftsbereich 3SI Commerce zum 29.02.2016 in das kurzfristige Fremdkapital („Zur Veräußerung gehaltene Schulden“) ist die Vergleichbarkeit der Aufgliederung in lang- und kurzfristige Rückstellungen und Verbindlichkeiten im Vergleich zum Vorjahr nur eingeschränkt gegeben.

FINANZIERUNG

	29.02.2016		28.02.2015	
	in Mio. EUR	in%	in Mio. EUR	in%
Eigenkapital	1.530	19,5	1.620	19,8
Langfristiges Fremdkapital	3.127	39,8	3.259	39,8
Latente Steuern	92	1,1	86	1,0
Kurzfristiges Fremdkapital	3.111	39,6	3.223	39,4
Gesamtfinanzierung	7.860	100,0	8.188	100,0

Die Verminderung des Eigenkapitals um 90,0 Mio. EUR liegt im Wesentlichen im Konzernjahresfehlbetrag begründet, welcher insbesondere durch den aufgegebenen Geschäftsbereich 3SI Commerce in Frankreich belastet wurde. Darüber hinaus haben die Ausschüttungen an Minderheitsgesellschafter das Eigenkapital leicht vermindert. Positiv wirkten hingegen die im zurückliegenden Geschäftsjahr erfolgten Eigenkapitalstärkungsmaßnahmen sowie die Berücksichtigung von versicherungsmathematischen Gewinnen aus Pensionsverpflichtungen.

Das langfristige Fremdkapital ist um 131,6 Mio. EUR, entsprechend 4,0 %, gesunken. Diese Veränderung resultierte insbesondere aus den rückläufigen Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten. Zudem sind die Rückstellungen für Pensionen leicht gesunken, was insbesondere in versicherungsmathematischen Gewinnen aufgrund der Erhöhung des Rechnungszinssatzes begründet liegt.

Das kurzfristige Fremdkapital verminderte sich im Vorjahresvergleich um 112,0 Mio. EUR und somit um 3,5 %. Im Wesentlichen wirkte sich hier der Rückgang der Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten und aus Anleihen aus.

Die deutlichen Rückgänge der kurz- und langfristigen Finanzverbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten und aus Anleihen spiegeln die im Geschäftsjahr 2015/16 erfolgte spürbare Reduzierung der Nettofinanzverschuldung der Unternehmensgruppe wider.

Netto-Finanzverschuldung

Die Netto-Finanzverschuldung der Otto Group konnte im Geschäftsjahr 2015/16 um 220,5 Mio. EUR auf 1.948,0 Mio. EUR reduziert werden. Dies entspricht einem deutlichen Rückgang um 10,2%.

Der wesentliche Treiber für die Verminderung der Netto-Finanzverschuldung war die operative Stärke der großen Kerngesellschaften. Diese erwirtschafteten ausreichend Liquidität, um die anhaltend hohen Investitionen in die IT- und Logistikinfrasturktur sowie in die neuen Geschäftsmodelle der Otto Group zu tragen. Zudem haben die im Rahmen der Portfoliooptimierung erfolgten Verkäufe von strategisch nicht mehr relevanten Konzerngesellschaften einen Beitrag zur Rückführung der Netto-Finanzverschuldung geleistet. Eine hohe Liquiditätsbelastung hat sich hingegen nochmals aus dem aufgegebenen Geschäftsbereich 3SI Commerce in Frankreich ergeben, der sich in der Restrukturierung befindet. Diese konnte jedoch durch die sehr positive Entwicklung bei den großen Kerngesellschaften erfolgreich überkompensiert werden.

Insgesamt entwickelte sich die Netto-Finanzverschuldung in den vergangenen zwei Geschäftsjahren wie folgt:

NETTO-FINANZVERSCHULDUNG

	29.02.2016	28.02.2015
	in Mio. EUR	in Mio. EUR
Verbindlichkeiten aus Anleihen und sonstigen Schuldverschreibungen	829	898
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	1.137	1.307
Sonstige Finanzverbindlichkeiten	217	217
Finanzverschuldung	2.183	2.422
abzüglich Wertpapiere	0	0
abzüglich flüssige Mittel	-235	-254
Netto-Finanzverschuldung Konzern	1.948	2.168
abzüglich Netto-Finanzverschuldung der Finanzdienstleister	-631	-645
Netto-Finanzverschuldung Handel und Service	1.317	1.523

Vermögensstruktur

Das Gesamtvermögen der Unternehmensgruppe verminderte sich im Geschäftsjahr 2015/16 um 327,9 Mio. EUR auf 7.859,8 Mio. EUR. Dies entspricht einem Rückgang in Höhe von 4,0%. Aufgrund der Umgliederung aller Vermögenswerte der Konzerngesellschaften aus dem aufgegebenen Geschäftsbe- reich 3SI Commerce zum 29.02.2016 in die kurzfristigen Vermögenswerte („Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte“) ist die Vergleichbarkeit der Aufgliederung in lang- und kurzfristige Vermögenswerte im Vergleich zum Vorjahr nur eingeschränkt gegeben.

VERMÖGEN

	29.02.2016		28.02.2015	
	in Mio. EUR	in%	in Mio. EUR	in%
Anlagevermögen	3.358	42,7	3.405	41,6
Übrige langfristige Vermögenswerte	801	10,2	766	9,4
Latente Steuern	114	1,5	124	1,5
Kurzfristig gebundenes Vermögen	3.587	45,6	3.893	47,5
Gesamtvermögen	7.860	100,0	8.188	100,0

Das langfristig gebundene Vermögen lag im Geschäftsjahr 2015/16 mit 4.158,9 Mio. EUR annähernd auf dem Vorjahresniveau. Es wird zu 112,0% (2014/15: 117,0%) durch langfristiges Kapital gedeckt. Das Anlagevermögen verminderte sich leicht um 46,4 Mio. EUR, wobei der Rückgang weitestgehend auf den außerplanmäßigen Abschreibungen des zurückliegenden Geschäftsjahres beruhte. Gegenläufige Effekte ergaben sich hingegen aus der Fair Value Bewertung der Beteiligungen der EVC-Gruppe sowie aus dem wachsenden Forderungsgeschäft bei der EOS Gruppe.

Das kurzfristig gebundene Vermögen ist im abgelaufenen Geschäftsjahr um 305,5 Mio. EUR, entsprechend 7,8%, zurückgegangen. Dieser Rückgang war im Wesentlichen durch die Portfoliomaßnahmen bedingt. Darüber hinaus sind die Vorräte einiger großer Konzerngesellschaften aus dem Segment Multichannel-Einzelhandel, die positiven Zeitwerte von Derivaten und die kurzfristigen Forderungen aus Finanzdienstleistungen im zurückliegenden Geschäftsjahr rückläufig gewesen.

Investitionen

Die Investitionen in immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen sind im Geschäftsjahr 2015/16 leicht um 3,9 Mio. EUR auf 331,7 Mio. EUR gestiegen und betrafen überwiegend die IT- und Logistikinfrastruktur zahlreicher Konzerngesellschaften sowie Investitionen in die Stationärstandorte.

Die Konzerngesellschaft OTTO investierte im zurückliegenden Geschäftsjahr im deutlich zweistelligen Millionenbereich in die IT-Landschaft, um diese zukunftsfähig und entsprechend der Wettbewerbsanforderungen auszurichten. In Großbritannien nahm die Hermes Parcelnet Limited weiterhin hohe Investitionen in den Ausbau der logistischen Infrastruktur vor, um die Zustellkapazitäten an die deutlich gestiegene Nachfrage anzupassen. Die Crate and Barrel-Gruppe investierte vor dem Hintergrund der erfolgreichen Weiterentwicklung im zurückliegenden Geschäftsjahr sowohl in die IT-Infrastruktur als auch in bestehende und neue Stationärstandorte.

Auf Zugänge im Rahmen von *finance lease* entfielen 21,7 Mio. EUR (2014/15: 2,6 Mio. EUR).

INVESTITIONEN NACH SEGMENTEN

	2015/16 in Mio. EUR	2014/15 in Mio. EUR
Multichannel-Einzelhandel	195	236
Finanzdienstleistungen	54	24
Service	83	68
Konzern	332	328

Mittelbindung nach Segmenten

Die Mittelbindung der Otto Group wurde im abgelaufenen Geschäftsjahr weiterhin primär durch die Segmente Multichannel-Einzelhandel und Finanzdienstleistungen geprägt.

MITTELBINDUNG

	29.02.2016 in%	28.02.2015 in%
Multichannel-Einzelhandel	60,4	63,0
Finanzdienstleistungen	28,4	26,5
Service	11,2	10,5
Konzern	100,0	100,0

Einbeziehung der Finanzdienstleister nach der Equity - Methode

Die nachfolgende Darstellung zeigt für die Otto Group die Bilanz zusätzlich auf der Grundlage der Einbeziehung der Konzerngesellschaften des Segments Finanzdienstleistungen nach der Equity-Methode – nachfolgend „FDL at Equity“ – statt einer Einbeziehung im Wege der Vollkonsolidierung, wie dies im Konzernabschluss zum 29. Februar 2016 erfolgt. Diese Betrachtungsweise stellt den Bereich Handel und Service der Otto Group dar, bereinigt um die bankenähnlichen Strukturen des Segments Finanzdienstleistungen. Die gewählte Darstellung ermöglicht einen validen Vergleich zu Handelsunternehmen ohne entsprechende Finanzdienstleistungsaktivitäten.

Die Eckwerte und Kennzahlen der Darstellung „FDL at Equity“ zeigen die weiterhin solide Finanzierungsstruktur des Handels- und Dienstleistungsbereiches der Otto Group. Es ergibt sich eine Bilanzsumme von 6.832,1 Mio. EUR nach 7.243,8 Mio. EUR im Vorjahr. Der Rückgang ist im Wesentlichen durch die Portfoliobereinigung bedingt. Die Quote des Konzern-Eigenkapitals blieb mit 21,5 % nach 21,6 % im Vorjahr nahezu unverändert.

In der Darstellungsform „FDL at Equity“ ist die Netto-Finanzverschuldung mit 1.317,0 Mio. EUR um 13,6 % gegenüber dem Vorjahr gesunken. Die wesentlichen Gründe hierfür sind die operative Stärke der großen Kerngesellschaften, die die Liquiditätsbelastungen aus der Restrukturierung des aufgegebenen Geschäftsbereiches 3SI Commerce deutlich überkompensierten, sowie die erfolgten Unternehmensverkäufe. Für die vollständige Rückführung der Netto-Finanzverschuldung aus dem operativen Ergebnis (EBITDA) wäre theoretisch ein Zeitraum von 2,2 Jahren erforderlich.

Das Eigenkapital übersteigt die Netto-Finanzverschuldung zum 29. Februar 2016 um 154,5 Mio. EUR (28. Februar 2015: 38,6 Mio. EUR). Der Verschuldungskoeffizient beträgt 0,9 nach 1,0 im Vorjahr.

OTTO GROUP „FDL AT EQUITY“

		2015/16	2014/15
Quote des Konzern-Eigenkapitals	in %	21,5	21,6
Netto-Finanzverschuldung	in Mio. EUR	1.317	1.523
Dynamischer Verschuldungsgrad (Netto-Finanzverschuldung/EBITDA)	in Jahren	2,2	3,1
Verschuldungskoeffizient (Leverage) (Netto-Finanzverschuldung/Konzern-Eigenkapital)	in Jahren	0,9	1,0

BILANZSTRUKTUR „FDL AT EQUITY“

	29.02.2016		28.02.2015	
	in Mio. EUR	in %	in Mio. EUR	in %
VERMÖGEN				
Anlagevermögen	3.514	51,4	3.565	49,2
Übrige langfristige Vermögenswerte	246	3,6	247	3,4
Latente Steuern	125	1,8	133	1,8
Kurzfristig gebundenes Vermögen	2.947	43,2	3.299	45,6
Summe Aktiva	6.832	100,0	7.244	100,0
FINANZIERUNG				
Eigenkapital	1.472	21,5	1.562	21,6
Langfristiges Fremdkapital	2.625	38,4	2.823	39,0
Latente Steuern	73	1,1	74	1,0
Kurzfristiges Fremdkapital	2.662	39,0	2.785	38,4
Summe Passiva	6.832	100,0	7.244	100,0

Chancen- und Risikobericht

Die wertorientierte Steuerung von Chancen und Risiken ist integraler Bestandteil der Unternehmensstrategie der Otto Group. Zielgerecht werden Wachstums- und Entwicklungschancen sowie wirtschaftliche Optimierungspotenziale im Rahmen der systematisierten strategischen Konzernplanung umfassend identifiziert und evaluiert. Sich ergebenden Risiken wird durch ein konzernweites Risikomanagementsystem – nachfolgend RMS – begegnet. Ziel des RMS ist es, ein unter betriebswirtschaftlichen Gesichtspunkten möglichst ausgewogenes Chancen-Risiko-Verhältnis sicherzustellen. Dabei unterstützt es die Entscheidungsträger, Risiken rechtzeitig zu identifizieren und zu minimieren sowie Chancen zu nutzen.

Risikomanagementsystem

Alle Konzerngesellschaften, an denen die Otto Group unmittelbar oder mittelbar mit mehr als 50 % der Stimmrechte beteiligt ist oder über die sie einen beherrschenden Einfluss ausüben kann, sind über die konzernweit gültigen Richtlinien und Vorgaben in das RMS einbezogen. Die Durchführung der Risikorerhebung vollzieht sich bottom-up – von den einzelnen Konzerngesellschaften stufenweise über die Konzerngruppen bis zum Konzern. Durch diese Vorgehensweise wird sichergestellt, dass die Risiken am Ort ihrer Wirksamkeit erfasst werden. Das RMS ermöglicht es, Risiken frühzeitig zu identifizieren, zu kontrollieren und umgehend geeignete Maßnahmen zu treffen, um die möglichen Auswirkungen der Risiken im Falle ihres Eintritts zu begrenzen.

Der hierzu implementierte Prozess umfasst folgende Schritte:

—> IDENTIFIKATION UND QUANTIFIZIERUNG

Der Bereich Konzern-Controlling Beteiligungen führt jährlich eine Risikoinventur im gesamten Konzern durch. Die von den Konzerngesellschaften und den Konzernfunktionen gemeldeten Risiken werden dabei im Hinblick auf ihre möglichen Auswirkungen im dreijährigen Planungszeitraum analysiert. Die wesentlichen Risiken werden von den Konzerngesellschaften und den Konzernfunktionen nach definierten operativen und funktionalen Risikokategorien und -feldern mithilfe von Checklisten identifiziert. Die Risiken werden hinsichtlich ihrer Eintrittswahrscheinlichkeit und Schadenshöhe bewertet. Diese Bewertung erfolgt sowohl als Bruttobetrachtung vor Risikosteuerungsmaßnahmen als auch als Nettobetrachtung nach Maßnahmen zur Risikobegrenzung. Gemäß individuell festgelegten Wesentlichkeitsgrenzen beziehungsweise Schadenshöhen, welche abhängig von der Unternehmensgröße sind, fließen die Risiken in die Berichterstattung ein. Die Entwicklung der identifizierten Risiken wird fortlaufend von den Konzerngesellschaften und der Zentrale beobachtet. Die in der jährlichen Risikoinventur gemeldeten Risiken werden unterjährig zu den Beiratssitzungen von den Gesellschaften aktualisiert. Die Erfassung der jährlichen Risikoinventur und die unterjährigen Aktualisierungen erfolgen in einem Risikomanagement-Tool. Durch eine Ad-hoc-Risikoberichterstattung ist zudem sichergestellt, dass auch neben den genannten offiziellen Meldezeitpunkten neue wesentliche Risiken umgehend an den Konzernvorstand gemeldet werden.

—> **BEWERTUNG UND AGGREGATION**

Die betroffenen Konzerngesellschaften und -funktionen arbeiten eng zusammen, um übergreifende Risiken und mögliche Interdependenzen zu berücksichtigen und die Bewertung der Risiken nach einheitlichen Maßstäben sicherzustellen. Die Ergebnisse der Risikoinventur werden in einer Risikomatrix dargestellt. Diese gliedert alle Risiken nach ihrer Eintrittswahrscheinlichkeit und ihren finanziellen Auswirkungen und stellt somit die Transparenz der Risikolage der Otto Group sicher.

—> **STEUERUNG UND KONTROLLE**

Gegenmaßnahmen zur Vermeidung, Verminderung oder Übertragung der Risiken auf Dritte, zum Beispiel durch Abschluss eines Versicherungsvertrages, werden zeitnah durch die Konzerngesellschaften beziehungsweise Konzernfunktionen entwickelt, um den wirtschaftlichen Erfolg der Geschäftstätigkeit abzusichern. Risiken, die als relevant eingestuft werden, weil sie mindestens eine mittlere Eintrittswahrscheinlichkeit und einen wesentlichen Ergebnis- beziehungsweise Liquiditätseinfluss haben, sowie die für das Risiko relevanten Indikatoren werden verstärkt beobachtet. Bei Bedarf veranlasst der Konzernvorstand in diesen Fällen die Umsetzung der vorgesehenen und von gegebenenfalls zusätzlichen Maßnahmen.

Der Konzernvorstand und der Aufsichtsrat werden über relevante Entwicklungen im Risikomanagement informiert. Die Verantwortung für das Risikomanagement liegt beim Konzernvorstand und den Geschäftsführern der Konzerngesellschaften. Die enge Verzahnung des RMS mit dem internen Kontrollsystem und dem Controlling/Berichtswesen sichert die Wirksamkeit des RMS ab.

Die koordinierte Unternehmenskommunikation ist bei der Otto Group ein zentraler Bestandteil des Risikomanagements. Es bestehen verbindliche Regelungen über einzuleitende Maßnahmen im Falle einer identifizierten Krise. Durch die kontinuierliche und vertrauensbildende Kommunikation der relevanten Themen beugt die Otto Group zudem potenziellen Reputationsrisiken in diesem Bereich vor. Das RMS wird von dem organisatorisch verantwortlichen Management in Zusammenarbeit mit dem Konzern-Controlling Beteiligungen fortlaufend weiterentwickelt und von der Konzern-Revision überprüft.

Chancen und Risiken aus der Marktentwicklung

Die Otto Group ist als weltweit agierende Handels- und Dienstleistungsgruppe von der konjunkturellen Entwicklung der für sie bedeutsamen Volkswirtschaften und den damit verbundenen Auswirkungen auf das Konsumentenverhalten abhängig. Der weltwirtschaftliche Ausblick ist dabei insgesamt durch bestehende Unsicherheiten sowie zahlreiche Unwägbarkeiten geprägt, welche mit wirtschafts- und geldpolitischen Entscheidungen, den Auswirkungen der Rohölpreisentwicklung, möglichen Turbulenzen an den Finanzmärkten und den weiter anhaltenden geopolitischen Krisen zusammenhängen.

Für die fortgeschrittenen Volkswirtschaften wird für das Jahr 2016 trotz der potenziellen weltwirtschaftlichen Risikofaktoren eine sukzessive Steigerung der konjunkturellen Dynamik prognostiziert, welche durch höhere Zuwachsraten der gesamtwirtschaftlichen Produktion gekennzeichnet sein dürfte. Insbesondere Deutschland wird durch eine deutlich beschleunigte Zunahme des realen BIP, einen überdurchschnittlichen Anstieg privater und staatlicher Konsumausgaben und einen fortschreitenden Beschäftigungsaufbau voraussichtlich eine hohe konjunkturelle Dynamik aufweisen, welche

zudem positive Impulse für die gesamte Eurozone nach sich ziehen dürfte. Für die USA wird ebenfalls eine anhaltend hohe Wachstumsdynamik erwartet, die primär durch spürbar steigende Konsumausgaben der privaten Haushalte getragen wird. Für die Otto Group bietet sich vor diesem Hintergrund die Chance, dass die gesamtwirtschaftliche Entwicklung in wichtigen Absatzmärkten in Europa und in Nordamerika durch steigende private Konsumausgaben positive Effekte auf die Geschäftsentwicklung haben wird.

Gegensätzlich stellt sich jedoch weiterhin die Situation in den meisten Schwellenländern und damit in potenziellen Wachstumsmärkten der Otto Group dar. Insbesondere die gesamtwirtschaftliche Situation in Russland erweist sich hierbei als besonders herausfordernd. Die russische Volkswirtschaft wird nach dem spürbaren Einbruch der gesamtwirtschaftlichen Produktion im Jahr 2015 voraussichtlich auch im laufenden Jahr in der Rezession verbleiben. Neben den bestehenden Sanktionen im Zusammenhang mit dem Konflikt in der Ukraine dürfte sich das Rohölpreinsniveau weiterhin belastend auswirken. In Brasilien hat sich die konjunkturelle Dynamik seit dem Jahresbeginn 2014 ebenfalls deutlich eingetrübt und zu einer stark rezessiven Entwicklung im Jahr 2015 geführt, welche voraussichtlich auch im laufenden Jahr anhalten wird. Neben den bestehenden strukturellen Problemen und der politischen Krisensituation werden auch die niedrigen Rohstoffpreise die weitere Entwicklung der brasilianischen Volkswirtschaft spürbar belasten.

Der sehr intensive Einzelhandelswettbewerb ist nach wie vor ein maßgeblicher Wettbewerbsfaktor für die Otto Group. Insbesondere die hohe Preissensitivität im europäischen und nordamerikanischen Einzelhandel hat einen weiterhin spürbaren Einfluss auf die Entwicklung in diesen Absatzmärkten. Darüber hinaus wird erwartet, dass sich trotz der seit dem Sommer 2014 gesunkenen Baumwollpreise und dem voraussichtlich auf niedrigem Niveau verbleibenden Rohölpreis in Summe kein nennenswerter positiver Effekt auf die Geschäftsentwicklung ergeben wird. Grund hierfür ist, dass die Faktorkosten in den Herstellerländern – vor allem in Asien – langfristig anhaltend steigen werden. Die Entwicklungen werden kontinuierlich beobachtet und analysiert, um entsprechende Maßnahmen abzuleiten, wie zum Beispiel die potenzielle Verlagerung in andere Beschaffungsmärkte. Dieses wird auch im Rahmen der Weiterentwicklung der Konzernstrategie sowie der Erneuerung der Angebote für die Kunden berücksichtigt.

Die Strategie der Otto Group trägt durch die internationale Ausrichtung und die Bedienung unterschiedlicher Marktsegmente über verschiedene Vertriebskanäle langfristig zur Risikostreuung bei und begegnet mit unterschiedlichen Geschäftsmodellen den je nach regionaler Marktentwicklung entstehenden Anforderungen. Das aktive Portfoliomanagement unterstützt die erfolgreiche Umsetzung der strategischen Ziele. In der jährlichen Portfolioanalyse wird jede Konzerngesellschaft der Otto Group auf ihr Potenzial geprüft und das Portfolio gegebenenfalls verändert. Durch die fortgesetzten Bemühungen konnten im vergangenen Jahr weitere spürbare Verbesserungen erreicht werden. Für das laufende Geschäftsjahr wurde die Aufgabe des in einem schwierigen Marktumfeld agierenden und unprofitablen Geschäftsbereiches 3SI Commerce in Frankreich und dessen Verkauf beschlossen. Für die Otto Group ergibt sich dadurch die Chance, mittelfristig die Profitabilität deutlich zu steigern. Dem steht das Risiko gegenüber, dass im laufenden Geschäftsjahr höhere finanzielle Belastungen aus dem Verkauf des Geschäftsbereiches 3 SI Commerce entstehen als erwartet.

Im Segment **Multichannel-Einzelhandel** sieht die Otto Group ausgeprägte Wachstumschancen in der stetigen Weiterentwicklung des E-Commerce. Über Online-Pure-Player wie Collins werden beispielsweise zusätzliche Erkenntnisse gewonnen, die in die Weiterentwicklung der Multichannel-Aktivitäten einfließen. Das Projekt Collins übertrifft seit dem Launch im Jahr 2014 die hohen Erwartungen. Mit *aboutyou.de* wurde eine Plattform geschaffen, um neue und inspirative Formen des Mode- und Onlinehandels für die digitale Generation zu prägen. Daneben soll durch verschiedene Initiativen die Onlinekompetenz innerhalb der Otto Group systematisch immer weiter verbessert werden. So soll durch Responsive Design beispielsweise ein einheitliches Einkaufserlebnis für den Kunden über verschiedene Endgeräte (PC, Smartphones und Tablets) hinweg sichergestellt werden. Der Onlineshop passt sich der zur Verfügung stehenden Bildschirmfläche automatisch optimal an. Eine weitere Initiative war die Gründung der Otto Group Media GmbH. Es handelt sich hierbei um ein Unternehmen für Data Driven Advertising, das die Vermarktung und nutzerbasierte Aussteuerung von Werbeflächen anbietet. Hierdurch besteht für die Otto Group die Chance, auch über den Kanal der Werbevermarktung vom E-Commerce-Wachstum zu profitieren. Die Otto Group investiert darüber hinaus über die Beteiligungsgesellschaften e.ventures und Project A weiter in vielversprechende Start-ups. Durch diese Investitionen sieht die Unternehmensgruppe Chancen, sich einen frühzeitigen Zugang zu innovativen Ideen, aussichtsreichen Onlinegeschäftsmustern und qualifizierten, unternehmerisch denkenden Talenten aus dem Technologie- und Businessbereich zu sichern und bereits bestehende Aktivitäten der Unternehmensgruppe durch den Austausch weiter zu entwickeln. So finanziert Project A Start-ups, unter anderem im Internet-, Mobile- und E-Commerce-Bereich, und hat seit der Gründung im Jahr 2012 ein umfangreiches Portfolio im Bereich Mobile, Technologie und E-Commerce aufgebaut. Über e.ventures ist die Otto Group an mehr als 100 Start-ups in den USA, Brasilien, Russland und Europa beteiligt.

Die Strategie der Otto Group sieht darüber hinaus Chancen einer tieferen Marktdurchdringung in ausländischen Zielmärkten, muss sich jedoch auch konjunkturellen und branchenspezifischen Risiken in diesen Märkten stellen. Die russischen Aktivitäten der Otto Group werden weiterhin durch das herausfordernde gesamtwirtschaftliche Umfeld in Russland beeinflusst, welches unter anderem ein weiteres Absinken der privaten Konsumausgaben erwarten lässt. Zusätzlich ist die dortige Geschäftsentwicklung von der starken Volatilität des Rubels geprägt. Den daraus resultierenden Risiken hat die Unternehmensgruppe bereits frühzeitig mit Umstrukturierungsmaßnahmen erfolgreich entgegengewirkt. Auch für das Jahr 2016 wird mit keiner wesentlichen Stabilisierung des gesamtwirtschaftlichen Umfeldes in Russland gerechnet. Die Otto Group hält jedoch weiterhin an dem Markt fest und sieht langfristig wieder deutliche Wachstumsperspektiven. In Großbritannien setzt das Distanzhandelsgeschäft von Freemans Grattan Holdings seinen Wachstumskurs fort. Positiv auf die Geschäftsentwicklung wirken neben den Investitionen in den Kundenbestand auch erweiterte Serviceleistungen, wie beispielsweise die Ausweitung des Bestellschlusses bis 21 Uhr, auch an Sonntagen, für Lieferungen am nächsten Tag. Auf dem brasilianischen Markt weist die Konzerngesellschaft DBR Comercio de Artigos do Vestuario S.A. im E-Commerce erneut ein hohes Wachstum im Vergleich zum Vorjahr auf. Allerdings ist für das Geschäftsmodell angesichts der schwierigen gesamtwirtschaftlichen und politischen Rahmenbedingungen im laufenden Geschäftsjahr möglicherweise mit einer Abschwächung der Wachstumsdynamik zu rechnen. In den USA wirken sich die eingeleiteten Maßnahmen im Rahmen des Turnarounds bei Crate & Barrel Holdings, Inc. sehr positiv auf die Geschäftsentwicklung aus. Die positive Entwicklung ist unter anderem auf die erfolgreiche Veränderung und Optimierung von verkaufsfördernden Maßnahmen sowie sortimentsseitige Anpassungen zurückzuführen. Somit ist die Basis für weitere Umsatz- und Ergebnissteigerungen geschaffen. Daneben gelang bei Venus Fashion, Inc., einem Unternehmen der bonprix-Gruppe in den USA, ein erfreulicher Umsatzfortschritt. Auch zukünftig sollen hier Wachstumspotenziale erschlossen werden.

Neben den dargestellten Wachstumschancen durch die Weiterentwicklung des E-Commerce und die tiefere Marktdurchdringung in ausländischen Zielmärkten ergreift die Otto Group zusätzliche Initiativen, um über konsequent implementierte Innovationsprozesse, Konzepterweiterungen sowie Kooperationen, strategische Partnerschaften und Akquisitionen im In- und Ausland weiter profitabel zu wachsen. So wurden in unterschiedlichen Projektinitiativen beispielsweise Working Capital- und Warenrohertrags-Potenziale erarbeitet. Das Working Capital Management Projekt verfolgt das Ziel, das Working Capital der Otto Group dauerhaft zu optimieren. Einige Maßnahmen wurden bereits erfolgreich implementiert, insgesamt soll die Umsetzung aller Maßnahmen über die nächsten zwei Jahre erfolgen. Die Warenrohertrag & Supply Chain Maßnahmen befinden sich sukzessive in Umsetzung. Das Mutterunternehmen OTTO hat sich erfolgreich von einem Katalogversender zu einem der führenden E-Commerce Unternehmen in Deutschland mit einem breiten Sortiment entwickelt. Die Vertriebsaktionen im Rahmen des Jubiläums „20 Jahre otto.de“ im Geschäftsjahr 2015/16 haben die Erwartungen deutlich übertroffen. Verschiedene Sortimentsinitiativen sowie vertriebliche Initiativen dienen dazu, den eingeschlagenen Wachstumspfad mit weiterhin hoher Dynamik nachhaltig fortzusetzen. Ein wesentlicher Erfolgsfaktor hierbei ist die digitale Transformation, die nicht nur weiter verfolgt, sondern bei der die Geschwindigkeit der Veränderungen noch weiter erhöht wird. Um diesen Prozess strukturiert fortzusetzen, wurde eine strategische Roadmap erstellt. Diese enthält, neben der neuen Vision „Wir machen digitale Zukunft“, Ziele und strategische Initiativen. So treibt beispielsweise die Initiative „Führung und Zusammenarbeit“ den kulturellen Wandel der digitalen Transformation durch eine stärkere Vernetzung der Unternehmensbereiche voran.

Im Segment **Finanzdienstleistungen** bestehen weiterhin Chancen für Wachstum, zum Beispiel im Bereich der innovativen Finanzdienstleistungen. Mit den RatePAY-Produkten bietet die Otto Group Onlinehändlern E-Payment-Lösungen für Onlineshops. Die RatePAY GmbH übernimmt dabei für den Händler die gesamte Abwicklung des Bezahlprozesses mitsamt dem Angebot der relevanten Zahlarten. Weitere Chancen bietet die Risk Ident GmbH, ein spezialisierter Softwareanbieter für Betrugsprävention in den Bereichen Digitale Medien, E-Commerce und Finanzdienstleistungen. Bei den unterschiedlichen Tätigkeitsfeldern der EOS Gruppe bestehen weiterhin Marktchancen für profitables Wachstum im Bereich des Forderungsmanagements im In- und Ausland. Andererseits besteht das Risiko, dass sich die rechtlichen Rahmenbedingungen verschärfen oder das gesamtwirtschaftliche Umfeld verschlechtert, was die Forderungsrealisierung erschweren kann.

Das Segment **Service** wird auch in den kommenden Jahren davon profitieren, dass national und international eine hohe Dynamik auf den Märkten vorherrscht, in denen die unter der Dachmarke Hermes operierenden Konzerngesellschaften aktiv sind. Gleichzeitig bedeutet die Attraktivität der Märkte aber auch eine hohe Wettbewerbsintensität. Vor diesem Hintergrund setzt die Hermes Logistik Gruppe Deutschland GmbH auf ein breit angelegtes Projektprogramm, um trotz des hohen Wettbewerbs- und Kostendrucks die Marktposition nachhaltig zu stärken und auszubauen. So wurde beispielsweise zur Stärkung der inländischen Marktposition das Joint Venture ParcelLock GmbH zusammen mit den Paketdienstleistern DPD und GLS gegründet. Dieses bietet dem Kunden ab Sommer 2016 ein universell nutzbares Öffnungs- und Schließsystem für Paketkästen und Pakettaschen zur Zustellung von Paketen an. Paketkästen und -taschen mit ParcelLock System ermöglichen dem Kunden einen zeitlich unabhängigen Paketempfang und Retourenversand direkt vor der Haustür und stehen allen Paket- und Lieferdiensten offen – nicht nur den drei beteiligten Paketdienstleistern. Darüber hinaus optimiert die Hermes Logistik Gruppe Deutschland derzeit die Standortstruktur in Deutschland, um die Kapazitäten

deutlich zu erhöhen, neue Kundensegmente zu erschließen und dabei gleichzeitig die Zustellzeiten zu beschleunigen. International wurde zwischen der Hermes Europe GmbH und dem führenden chinesischen Onlinemarktplatz *JD.com* ein Joint Venture eingegangen, um den internationalen Onlinehandel zwischen Europa und China auszubauen. Dafür beteiligte sich der E-Commerce-Anbieter *JD.com* an der Zitra GmbH, einer Konzerngesellschaft der Otto Group. Die Zitra GmbH tritt dabei als selbstständiger Full-Service-Provider auf und verknüpft internationale Marken mit weltweit führenden Marktplätzen. Mit einer integrierten E-Commerce-Marketinglösung eröffnet das Joint Venture internationalen Marken Wachstumschancen auf dem chinesischen Markt.

Finanzrisiken

Aufgrund ihrer weltweiten Ausrichtung trifft die Otto Group auf eine Reihe finanzieller Risiken. Diese Risiken werden identifiziert und mit entsprechenden Gegenmaßnahmen gesteuert. Für die Otto Group sind insbesondere das Kontrahentenrisiko, das Liquiditätsrisiko und das Marktrisiko zu betrachten. Den Rahmen für den Umgang mit Finanzrisiken bildet eine konzernweit gültige Konzernrichtlinie „Finanzen“. Diese Richtlinie orientiert sich an internationalen „Best Practices“ sowie an den Mindestanforderungen an das Risikomanagement von Kreditinstituten (MaRisk) der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht. Als Datenbasis dient ein integriertes Treasury-Management-System, das die Versorgung des gesamten Finanzbereiches mit einheitlichen und jederzeit aktuellen Daten sicherstellt.

Die Unternehmensgruppe ist einem **Kontrahentenrisiko** ausgesetzt, das durch Nichterfüllung von vertraglichen Vereinbarungen seitens der Kontrahenten entsteht. Im engeren Sinne wird darunter das Risiko verstanden, dass Kreditnehmer oder Kontrahenten aufgrund einer Verschlechterung ihrer wirtschaftlichen Verhältnisse Verbindlichkeiten gegenüber der Otto Group nicht oder nur zum Teil begleichen können.

Die Kreditausfallrisiken werden durch adäquate Kreditsteuerungssysteme unter Berücksichtigung einer angemessenen Risikosegmentierung des Kundenportfolios begrenzt. Die Risikosegmentierung wird permanent angepasst. Darüber hinaus werden die Kreditaktivitäten im Rahmen des Risikomanagements regelmäßig auf die geschäftsmodell-spezifischen Risiken aus der Veränderung von Umfeldfaktoren hin untersucht und die bestehenden Reaktionsmechanismen bei Bedarf modifiziert. Zudem arbeitet die Otto Group zur Reduzierung des Kontrahentenrisikos grundsätzlich nur mit Geschäftsbanken zusammen, die über eine ausreichende Bonität verfügen. Sowohl durch diesen qualitativen Auswahlprozess als auch durch ein ausgewogenes Bankenportfolio wird das Ausfallrisiko auf ein vertretbares Maß reduziert. Die Bonität der Geschäftsbanken der Otto Group wird im regelmäßigen Turnus anhand verschiedener Instrumente vom Finanzrisikocontrolling überprüft. Zusätzlich zur Beobachtung des Ratings erfolgt zum Beispiel eine kontinuierliche Beobachtung marktseitiger Zinsaufschläge für Kreditrisiken als weiterer Indikator für die Bonität wesentlicher Geschäftsbanken.

Das **Liquiditätsrisiko** für die Otto Group besteht darin, dass sie nicht über genügend Finanzierungsmittel verfügen könnte, um fixierten Zahlungsverpflichtungen nachzukommen oder benötigte Liquidität nicht zu den erwarteten Konditionen beschafft werden kann.

Das Finanzierungsmanagement sichert die jederzeitige Aufrechterhaltung der Liquidität der Otto Group ab. So wird sichergestellt, dass für das operative Geschäft und für Investitionen jederzeit ausreichend liquide Mittel zur Verfügung stehen. Als Refinanzierungsinstrumente kommen grundsätzlich sämtliche Geld- und Kapitalmarktprodukte, aber auch Leasing und Factoring in Frage. Durch das ausgewogene Bankenportfolio mit ausreichend freien Kreditlinien ist die Liquidität der Otto Group auch in einem krisengeprägten gesamtwirtschaftlichen Umfeld jederzeit gewährleistet. Aufgrund guter Bankenbeziehungen ist die Otto Group trotz des volatilen Finanzmarktumfeldes nach wie vor zu jeder Zeit in der Lage, ihre Liquidität über zusätzliche Bankkreditlinien abzusichern. Dabei werden bei den im Rahmen der zentralen Konzernfinanzierung abgeschlossenen Verträgen keine Financial Covenants vereinbart. Ein Risiko ergibt sich jedoch aus der anhaltend starken Regulierung des Bankensektors, welche künftig zu einer rückläufigen Kreditvergabemöglichkeit und -bereitschaft der Banken führen könnte. Mit den begebenen Anleihen wurde diesem Risiko Rechnung getragen und die Kapitalmarktfähigkeit der Unternehmensgruppe unter Beweis gestellt. Die Otto Group ist seit 2009 als Emittent auf dem Anleihenmarkt aktiv. In dieser Zeit wurden Anleihen mit einem Volumen von über einer Milliarde Euro begeben. Damit ist die Otto Group einer der größten Emittenten im Unrated-Bereich. Zudem verfügt die Otto Group seit dem Geschäftsjahr 2013/14 über ein EMTN-Programm mit einem Gesamtvolumen von 2 Mrd. EUR an der Luxemburger Börse. Hierbei handelt es sich um eine Plattform zur Begebung von Anleihen. Die Otto Group hat damit flexiblen Zugang zu Kapitalmarktliquidität und kann Marktfenster für Anleiheemissionen optimal nutzen. Bisher wurden mit dem EMTN-Programm Anleihen mit einem Gesamtvolumen von 340 Mio. EUR begeben. Der Liquiditätsbedarf der Unternehmensgruppe wird rollierend über eine monatliche Liquiditätsplanung mit einem Planungshorizont von zwölf Monaten sowie eine tägliche Planung mit einem Horizont von mindestens vier Wochen ermittelt. Beide Planungen werden regelmäßigen Abweichungsanalysen unterzogen.

Marktrisiken im Sinne der Kategorien des IFRS 7 beschränken sich in der Otto Group auf Währungen und Zinssätze. Währungsrisiken ergeben sich aus Zahlungseingängen in Fremdwährung aus dem Kundengeschäft sowie aus Zahlungsverpflichtungen gegenüber Lieferanten, die in einer Fremdwährung zu begleichen sind. Letztere entstehen zum großen Teil aus dem Wareneinkauf in US-Dollar beziehungsweise in Hongkong-Dollar und dem anschließenden Warenverkauf in Euro. Ein weiteres Risiko besteht in Russland, wo der Wareneinkauf teilweise in Euro erfolgt und die Waren in Russischem Rubel veräußert werden. Zinsänderungsrisiken entstehen aus der Veränderung von Zinssätzen, die zu Gewinnen beziehungsweise Verlusten der zinstragenden Positionen führen. Währungs- und Zinsänderungsrisiken werden durch eine währungs- und fristenkongruente Refinanzierung begrenzt. Verbleibende Risiken aus den offenen Währungs- und Zinspositionen werden mit adäquaten Risikomessmethoden bewertet. Bei Bedarf erfolgt eine weitere Risikoreduzierung vor allem durch den Einsatz von Devisentermin- und Devisenoptionsgeschäften sowie von Zinsswaps. Grundsätzliches Ziel des Risikomanagements ist es, Auswirkungen von Marktpreisänderungen auf Cashflows auf ein vertretbares Maß zu begrenzen. Die unabhängige Risikoüberwachung überprüft die Angemessenheit und Wirksamkeit der Steuerungsmaßnahmen und die Einhaltung der Referenz- beziehungsweise internen Verrechnungskurse. Zur Sicherstellung einer unabhängigen, regelmäßigen Risikoberichterstattung an die jeweilige Geschäftsführung sind geeignete Reporting-Strukturen implementiert. Diese gewährleisten sowohl regelmäßige Informationen über die aktuelle Risikoposition als auch Ad-hoc-Meldungen.

Zur finanziellen Risikokonzentration verweisen wir auf den Konzernanhang (siehe hierzu Konzernanhang zum 29. Februar 2016, Ziffer (38) „Finanzinstrumente“).

Chancen und Risiken aus Kernprozessen

Aus den operativen Aufgabenbereichen ergeben sich Chancen und Risiken in den Bereichen Beschaffung und Logistik. Die sofortige Lieferbereitschaft in guter Qualität ist ein entscheidender Wettbewerbsfaktor. Lieferausfälle, Lieferverzögerungen und Qualitätsmängel wirken sich auf das Vertrauen der Kunden in die Zuverlässigkeit der Bestellabwicklung aus und beeinträchtigen die Versandhandelsumsätze. Diesen Risiken begegnet die Otto Group mit einem professionellen Beschaffungsmanagement, das besonderen Wert auf die Lieferantenauswahl legt. Potenzielle Qualitätsmängel werden durch eine enge Zusammenarbeit mit den Lieferanten und den Herstellern sowie durch ständige Qualitätskontrollen weitgehend begrenzt. Dieses konsequente Vorgehen wird sich auch positiv auf die verschärfte Gesetzgebung zum Inverkehrbringen von Textilien mit chemischen Substanzen auswirken, so dass hier die Risiken minimiert werden können. Ein besonderes Augenmerk liegt auch auf der Absicherung sozial verträglicher Arbeitsbedingungen über das Sozialmanagementsystem und durch die intensive Zusammenarbeit mit den Lieferanten.

Darüber hinaus unterstützen geeignete Systeme die Beschaffungsvorgänge. An der Systemunterstützung, wie auch an den Beschaffungsprozessen, wird kontinuierlich gearbeitet, um die rechtzeitige Warenverfügbarkeit auch in Zeiten einer temporären Ressourcenverknappung jederzeit zu gewährleisten. Es werden digitale Innovationen genutzt, um datengetriebene, agile und schnelle Prozesse zu entwickeln und anzuwenden.

Der Bereich Logistik nimmt innerhalb der Otto Group eine Schlüsselposition ein. Hier wird auf hoch entwickelte Prozesse und Systeme zurückgegriffen – von der Abholung über den Warenumschat bis zur intelligenten Tourenplanung der konzerneigenen Paketdienstleister. Ausgehend von der langjährigen Erfahrung im Bereich der Logistikdienstleistungen werden Ressourcen bereitgehalten, die auch saisonalen Spitzenbelastungen standhalten. In der letzten Betriebsunterbrechungsanalyse wurden mögliche Schadensszenarien sowie ihre Auswirkungen und Gegenmaßnahmen betrachtet. Aufgrund der absoluten und relativen Bedeutung steht dabei das Warenverteilzentrum in Haldensleben im Vordergrund. Die qualitativ hochwertige Logistik mit schnellen und zuverlässigen Laufzeiten wird im Rahmen der Service-Level-Agreements mit den Kunden vereinbart und permanent überwacht. Die Logistikprozesse werden nach einer einheitlichen Struktur in einem Tool dokumentiert und bilden damit die Grundlage für eine einheitliche Dienstleistungserbringung.

Die Beobachtung der Entwicklungen auf dem Rohstoffmarkt und ein konsequentes Kostencontrolling in Form einer kontinuierlichen Evaluierung der Bestandsentwicklung mit Unterstützung digitaler Module sorgen für eine optimale Bestandsstruktur in allen Produktgruppen und haben damit eine positive Wirkung auf das Working Capital. Der langfristig zu erwartende Anstieg in den Beschaffungspreisen und die generelle Entwicklung in den Märkten werden durch die einzelnen Produktgruppenverantwortlichen im Rahmen des Risikomanagements regelmäßig überprüft. Diese ergreifen – sofern erforderlich – geeignete Maßnahmen, um den Warenrohertrag zu stärken.

Chancen und Risiken aus Unterstützungsprozessen

Die IT-Systeme der Otto Group unterliegen einer laufenden Weiterentwicklung, um den sich ständig ändernden Rahmenbedingungen und technischen Anforderungen der Geschäftsmodelle sowie der Märkte gerecht zu werden. Das Ziel ist hierbei die Dezentralisierung der IT-Systeme. Um die Umstellung auf eine dezentrale IT weiter voranzutreiben, wurde ein zeitlich befristeter Transformationsprozess für die IT- und Business-Seite aufgesetzt. Im Geschäftsjahr 2015/16 wurde außerdem mit der Host-Ablösung ein bedeutendes IT-Projekt für die Otto Group abgeschlossen. Durch das neu installierte System wurde die Grundlage dafür gelegt, das zukünftige Onlinewachstum der Otto Group auch weiterhin bestmöglich zu gewährleisten.

Die Dezentralisierung bietet den Konzerngesellschaften weitreichende Chancen. Zum einen bestehen bessere Möglichkeiten zur flexiblen Reaktion auf Marktveränderungen, was die Agilität der einzelnen Konzerngesellschaften erhöht. Zum anderen führt die Dezentralisierung zu einer höheren Eigenverantwortlichkeit im Hinblick auf die Gestaltung der IT sowie zu einer breiteren Risikostreuung und damit einer Reduzierung des Gesamtrisikos für die Otto Group.

Der mit der Dezentralisierung verbundene Wandel in der IT- und Business-Strategie beinhaltet jedoch auch Risiken, die adäquat gesteuert werden müssen. In Verbindung mit dem Transformationsprozess werden weitgehende Veränderungen für die Abläufe der betroffenen Konzerngesellschaften erwartet – sowohl in der operativen Abwicklung als auch der Erbringung von IT-Dienstleistungen. Für die Umsetzung der Dezentralisierungsstrategie wurden die Konzerngesellschaften frühzeitig in die Verantwortung genommen. Ihnen obliegt die Planung und Steuerung ihrer Aktivitäten zur Umsetzung ihrer eigenen, dezentralen IT-Strategien. Die resultierenden Planungen einschließlich der identifizierten Abhängigkeiten werden zentral konsolidiert und überwacht. Die laufende Transparenz wird durch ein monatliches Statusreporting zur Transformation sichergestellt. Den besonderen Herausforderungen, die sich aus der Parallelität vieler Anforderungen an die IT ergeben, wird durch adäquate organisatorische und prozessuale Maßnahmen begegnet, die sowohl auf Basis der aktuellen Anforderungen als auch im Hinblick auf die zukünftig erwarteten Veränderungen gestaltet und weiterentwickelt werden. Das unabhängige Risikocontrolling für die Transformation wurde ausgebaut und nahe bei den dezentralen Projektaktivitäten verankert.

Der ausgeprägte Einsatz von Informationstechnologie, insbesondere in sensiblen Geschäftsprozessen wie dem E-Commerce und der logistischen Abwicklung, erhöht den Schutzbedarf vor unberechtigten Datenzugriffen und Datenmissbrauch. Gegen diese Risiken sichert sich die Otto Group durch umfassende Sicherheitskonzepte ab. Neben organisatorischen Maßnahmen bilden Firewall-Systeme auf unterschiedlichen Ebenen, der Einsatz von Virenschaltern sowie Zugriffskontrollen auf Betriebssystem- und Anwendungsebene weitere Elemente der Sicherheitsstrategie. Darüber hinaus werden regelmäßige Sicherheitstests durch interne und externe Spezialisten durchgeführt und daraus abgeleitete Maßnahmen konsequent nachgehalten.

Die Funktionsfähigkeit der in Verantwortung der Otto Group selbst betriebenen, eigenen Rechenzentren wird durch Brandschutzanlagen und Notstromsysteme auch nach einem Brand oder bei Stromunterbrechungen sichergestellt. Die Netzwerkanbindung sowie die Stromversorgung erfolgen über jeweils zwei getrennte Hauseinführungen. Die geschäftskritischen Systeme sind über zwei Rechenzentren verteilt und damit redundant ausgelegt. Das gilt auch für die wichtigen Datenbestände,

die permanent über beide Rechenzentren gespiegelt werden. Zusätzlich erfolgt eine regelmäßige Sicherung der Datenbestände. Der Zugang zu den Rechenzentren ist mehrfach geschützt und erfolgt über ein Zutrittskontrollsystem.

Der etablierte IT-Notfall Management Prozess sorgt zusätzlich für den permanenten Ausbau der IT-Notfall-Vorsorgemaßnahmen und für regelmäßige Notfallübungen, um die Funktionsfähigkeit der umfangreichen Sicherheitsmaßnahmen einzeln und im Verbund zu prüfen.

Unter Gesichtspunkten der Risikominimierung werden sämtliche Systementwicklungen grundsätzlich in separaten Umgebungen vorgenommen, vor der Übernahme in den Praxisbetrieb umfangreichen Tests unterzogen und erst nach Freigabe durch die verantwortlichen Führungskräfte aus dem Fach- und IT-Bereich in den laufenden Betrieb übernommen. Das Hosting eines Großteils der inländischen SAP-Systeme erfolgt in den Rechenzentren eines strategischen Partners, wobei dieser – sowie seine Prozesse und seine Leistungserbringung – regelmäßig unter definierten Kriterien geprüft werden. Dazu gehören sowohl Prüfungen durch die Konzern-Revision als auch eine Prüfung durch eine unabhängige Wirtschaftsprüfungsgesellschaft.

Vertragsrisiken

Rechtliche Risiken, Compliance-Risiken, wettbewerbsrechtliche Themenstellungen und IP-Recht werden durch eine umfassende Auseinandersetzung mit den einschlägigen Fragestellungen, zu der auch externe Experten herangezogen werden, geklärt und durch entsprechende Vertragsgestaltungen weitgehend ausgeschlossen. Gewährleistungsrisiken werden im Rahmen von vertraglichen Regelungen so weit wie möglich auf die Lieferanten übertragen. Durch den Abschluss von Versicherungen wird bei den verbleibenden Risiken die Schadenshöhe minimiert beziehungsweise eine Pflicht zum Schadensausgleich wirtschaftlich vollständig ausgeschlossen.

Im Zusammenhang mit der operativen Tätigkeit sind regelmäßig Gerichtsverfahren gegen einzelne Konzerngesellschaften anhängig. Zur Begrenzung der Haftungsrisiken aus diesen Prozessen hat die Otto Group Versicherungen abgeschlossen. Über außergewöhnliche Rechtsstreitigkeiten ist nichts zu berichten.

Sonstige Risiken

Sonstige Risiken werden im Rahmen des zentralen Risikomanagementsystems identifiziert. Sie werden im Hinblick auf ihre Relevanz analysiert und bewertet sowie mit geeigneten Maßnahmen angemessen gesteuert.

Kein erkennbares Gesamtrisiko

In der Gesamtbeurteilung der Risikosituation der Unternehmensgruppe lässt sich auf Grundlage der heute bekannten Informationen feststellen, dass keine den Fortbestand der Otto Group gefährdenden Risiken bestehen und auch für die Zukunft keine bestandsgefährdenden Risiken erkennbar sind.

Unternehmerische Verantwortung

Mitarbeiter

Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind für die Otto Group einer der entscheidenden Erfolgsfaktoren. Ihre vielfältigen Kompetenzen, ihre Erfahrungen, ihre Leistungsfähigkeit und ihr Engagement fördern die weitere Entwicklung der Unternehmensgruppe.

In der Otto Group waren im Geschäftsjahr 2015/16 – auf Vollzeitkräfte umgerechnet – durchschnittlich 49.597 Mitarbeiter beschäftigt (2014/15: 51.723).

MITARBEITER

	2015/16	2014/15	Veränderung
	Anzahl	Anzahl	in%
Multichannel-Einzelhandel	23.866	24.916	-4,2
Finanzdienstleistungen	7.805	8.649	-9,8
Service	17.547	17.820	-1,5
Holding	379	338	12,1
Konzern	49.597	51.723	-4,1

Der kontinuierlichen Förderung und Qualifizierung der Belegschaft kommt in der Otto Group traditionell eine große Bedeutung zu. Vor dem Hintergrund des digitalen Wandels, der demografischen und gesellschaftlichen Entwicklung sowie des zunehmend spürbaren Fachkräftemangels steigen die Anforderungen an ein erfolgreiches Personalmanagement. Ein wesentliches Ziel der konzernweiten Personalstrategie ist es daher, die Entfaltung der vorhandenen Mitarbeiterpotenziale durch richtige Rahmenbedingungen und Angebote zu ermöglichen und konkret zu fördern.

Als Unterzeichner der „Charta der Vielfalt“ (*charta-der-vielfalt.de*) will die Otto Group jedem Mitarbeiter – unabhängig von Geschlecht, Alter, kulturellem oder ethnischen Hintergrund sowie körperlicher Konstitution – gleiche Chancen bieten. Vielfalt ist zudem wichtig, um die Komplexität des digitalen Wandels zu verstehen und innovativ nutzen zu können. Deswegen setzt das konzernweite Diversity Management auf die entsprechenden individuellen Perspektiven und Fähigkeiten von allen Mitarbeitern: Jung und Alt, Frauen und Männer, Menschen unterschiedlicher Nationalität, Mitarbeiter mit und ohne Einschränkungen, aber auch mit verschiedenen Erfahrungshintergründen und aus unterschiedlichen Fachrichtungen. Um dies zu unterstützen, werden seit dem Jahr 2012 die unternehmensspezifischen Diversity Ziele der Konzerngesellschaften durch ein konzernweites Diversity Controlling kontinuierlich begleitet und nachgehalten.

Die im Jahr 2012 von weiblichen Führungskräften der Otto Group gegründete Initiative „Power of Diversity“ verfolgt das Ziel, den weiblichen Führungsnachwuchs konzernweit durch gezielte Aktivitäten zu fördern und damit perspektivisch den Frauenanteil auch im Top-Management zu erhöhen. Als Impuls der Initiative wurde zum Beispiel im Jahr 2013 die erste Diversity Conference der Otto Group mit annähernd 100 weiblichen Führungskräften und ausgewählten männlichen Führungskräften ausgerichtet. Daran anknüpfend wurde Anfang 2016 die zweite Diversity Conference veranstaltet, auf der sich über 140 Teilnehmer, überwiegend weibliche Führungskräfte, mit den Themenfeldern Diversity und Leadership im digitalen Wandel beschäftigt haben. Ferner wurde zur gezielten Karriereförderung für weiblichen Führungsnachwuchs das Programm „Boost Your Career“ aus dem strategisch abgeleiteten Angebot an konzernweiten Entwicklungsprogrammen der Otto Group Academy im Jahr 2015 bereits zum dritten Mal durchgeführt. Außerdem wurde mit der Veranstaltung „Boost Your Network“ im Herbst 2015 zum zweiten Mal eine Plattform geschaffen, auf der die Mitglieder verschiedener Initiativen zum Thema „Frauen und Führung“ aus den einzelnen Konzerngesellschaften der Otto Group zusammengekommen sind, um sich gezielt über ihre Aktivitäten und Zielsetzungen auszutauschen.

Im Zusammenhang mit dem Gesetz für die gleichberechtigte Teilhabe von Frauen und Männern an Führungspositionen, welches am 1. Mai 2015 in Kraft getreten ist, hat sich die Otto Group bis zum 30. Juni 2017 folgende Ziele gesetzt: Im Aufsichtsrat der Unternehmensgruppe soll eine Ziel-Quote von 25 % (Quote vor Einführung des Gesetzes: 20 %) und im Vorstand eine Ziel-Quote von 28 % (Quote vor Einführung des Gesetzes: 14 %) erreicht werden. In den Geschäftsführungen der vom Gesetz erfassten Konzerngesellschaften wird zudem angestrebt, dass jeweils mindestens eine Position von einer Frau besetzt wird. Für die erste Führungsebene haben sich diese Konzerngesellschaften im Mittel das Ziel gesetzt, 23 % zu erreichen (Quote vor Einführung des Gesetzes: 19 %) und wollen auf der zweiten Ebene eine Quote von 30 % nicht unterschreiten (Quote vor Einführung des Gesetzes lag bereits bei 32 %).

Als international agierende Unternehmensgruppe kommt dem Austausch und der Vernetzung der Mitarbeiter über die Unternehmens- und Ländergrenzen hinaus eine hohe Bedeutung zu. Im Rahmen der internationalen Entwicklungsprogramme wird daher eine Plattform geboten, um die gemeinsamen Kulturwerte der Otto Group zu unterstreichen, die interkulturellen Kompetenzen auszubauen und die Internationalisierung der Unternehmensgruppe auch personalwirtschaftlich voranzutreiben.

Eine wesentliche Säule der gruppenweiten Personalstrategie bildet zudem das konzernweite Angebot an grundlegenden Qualifizierungen sowie die systematisch an den Bedarfen der Unternehmensgruppe orientierten Entwicklungsprogramme für Fach- und Führungskräfte der Otto Group Academy. Die damit einhergehende gruppenweite Vernetzung wird dabei durch die regelmäßige Ausrichtung von übergreifenden Alumni-Veranstaltungen weiter unterstützt. Das global orientierte Management Development sichert über die Entwicklungsprogramme hinaus einen langfristig hohen Managementstandard und die dafür notwendige Transparenz innerhalb der Otto Group. Mit dem Ziel der Transparenz und der optimalen internen Potenzialentwicklung wurde im abgelaufenen Geschäftsjahr auch die App „Otto Group JobFinder“ veröffentlicht. Auf der neuen Plattform werden konzernweit die deutsch- und englischsprachigen Vakanzen ausgeschrieben. Mitarbeiter und Interessenten bekommen nach Anmeldung proaktiv zu ihrem Profil passende Vakanzen zugesteuert. Auf diese Weise werden die konzernweite Transparenz über Entwicklungsperspektiven sowie der unternehmens- und länderübergreifende Austausch gefördert.

Ganz entscheidend für die erfolgreiche Entwicklung der Unternehmensgruppe und die zukünftige Personalstrategie war der Anstoß zum Kulturwandel 4.0 im Dezember 2015. Dr. Michael Otto und Benjamin Otto haben gemeinsam mit dem Konzernvorstand in diesem Rahmen zu einem Kulturwandel in der Otto Group aufgerufen. Kernziel ist es, die Otto Group noch schneller, offener und vernetzter zu machen. Wissen soll noch offensiver geteilt und Vorschlägen mit größerer Offenheit begegnet werden. Um diesen Wandel zu gestalten, ist die umfassende Einbindung und Diskussion mit den Mitarbeitern ein ganz entscheidender Treiber. Darüber hinaus ist die systematische Integration der Veränderungen in die HR-Instrumente ein wesentlicher Erfolgsfaktor, um eine nachhaltige Wirksamkeit sicherzustellen. So geht es zum Beispiel darum, die Feedback- und Führungskultur, die Performance Management-Systeme oder auch die konzernweiten Entwicklungsprogramme entsprechend anzupassen.

Nachhaltigkeit

MANAGEMENTPROZESS impACT

Der impACT-Managementprozess der Otto Group ermöglicht eine tiefe Verankerung von Nachhaltigkeit im Kern der Geschäftstätigkeit der Otto Group. Der Prozess ist gekennzeichnet durch die Berücksichtigung von Geschäftsrelevanz und Risiken sowie die konsequente Ausrichtung auf Effektivität und Effizienz⁴.

Im ersten Schritt des impACT-Prozesses werden Einkaufs- und Absatzzahlen mit Werten aus externen Datenbanken verknüpft und daraus die ökologischen Auswirkungen der Geschäftstätigkeit quantitativ ermittelt. Aus diesen Umweltauswirkungen lassen sich die jährlichen externen Kosten (Euro) berechnen, die entlang der Wertschöpfungskette verursacht werden. Um die sozialen Auswirkungen zu quantifizieren, werden länder- und branchenspezifisch Risiko-Arbeitsstunden mittels sieben Kriterien zu Arbeitsbedingungen und Menschenrechten ermittelt. Ergänzend erfolgt eine qualitative Bewertung der ökologischen und sozialen Auswirkungen der Geschäftstätigkeit durch interne und externe Stakeholder.

Aus der Kombination der quantitativen und qualitativen Ergebnisse resultiert die Wesentlichkeitsmatrix der Otto Group⁵. Für die identifizierten wesentlichen Themenfelder werden messbare Ziele abgeleitet, entsprechende Maßnahmen entwickelt und diese nach Aufwand-Nutzen-Aspekten bewertet. Im letzten Schritt erfolgt die Umsetzung und Steuerung der Maßnahmen zur Erreichung dieser Ziele unter dem Dach der CR-Strategie 2020.

CR-STRATEGIE 2020

Seit dem Jahr 2014 ist die CR-Strategie 2020 mit ihren fünf Teilstrategien fester Bestandteil der Konzernstrategie. Darüber hinaus ist die jährliche variable Vergütung der Mitglieder des Konzernvorstands seit dem Geschäftsjahr 2014/15 auch an die Erreichung der Ziele der CR-Strategie 2020 geknüpft.

Mit der Textil-, der Möbel- und der Papierstrategie wirken drei der fünf Teilstrategien am Anfang der Wertschöpfungskette, wo die Geschäftstätigkeit der Otto Group die größten Umweltauswirkungen und sozialen Risiken verursacht. Sie zielen auf eine schonende Gewinnung und Verarbeitung von Rohstoffen ab. Das Sozialprogramm als vierte Teilstrategie legt hingegen den Fokus auf Sozialstandards bei Lieferanten in der Endfertigung. Mit der Klimastrategie will die Otto Group ihre CO₂-Bilanz in der Wertschöpfungsstufe Handel verbessern.

⁴ Der impACT-Managementprozess ist ausführlich im „Bericht zur Nachhaltigkeit unserer Wertschöpfung 2015“ (Nachhaltigkeitsbericht 2015, www.ottogroup.com/nachhaltigkeitsbericht) dargestellt.

⁵ Nachhaltigkeitsbericht 2015, S. 18

Die CR-Strategie 2020 wird von allen wesentlichen Konzerngesellschaften (Geschäftsjahresaußenumsatz von mehr als 100 Mio. EUR) mit Sitz in Deutschland und Österreich umgesetzt⁶. Gemeinsam erwirtschaften sie 59 % des Konzernumsatzes und sind dabei für 80 % der ökologischen Auswirkungen verantwortlich.

Im Geschäftsjahr 2015/16 wurde der Prozess zur Einbeziehung der wesentlichen Auslandskonzerngesellschaften in die CR-Strategie 2020 fortgesetzt. Notwendige Voraussetzung dafür ist die Etablierung einer validen Datenerhebung. Bei der Konzerngesellschaft Hermes Parcelnet Limited in Großbritannien und den Auslandsgesellschaften der bonprix-Gruppe wurden im abgelaufenen Kalenderjahr erstmalig valide Nachhaltigkeitsdaten erhoben. Bei der Freemans Grattan Holdings Limited und der Crate & Barrel Holdings, Inc. wird für das Jahr 2016 eine qualitätsgesicherte Erhebung aller relevanten Nachhaltigkeitsdaten angestrebt.

ZIELERREICHUNGSSTAND UND PROGNOSEN ZUR CR-STRATEGIE 2020

Sämtliche Kennzahlen der CR-Strategie 2020 haben sich im vergangenen Jahr positiv entwickelt. Damit haben sich alle Prognosen für die Entwicklung im Jahr 2015⁷ erfüllt, die Prognose für die Teilstrategie Papier wurde sogar übertroffen. Für das Jahr 2016 rechnet die Otto Group mit einer Fortsetzung dieser positiven Gesamtentwicklung.

TEILSTRATEGIEN DER CR-STRATEGIE 2020

Wertschöpfungsstufe	Teilstrategie	Ziel	Ist-Wert 2014	Prognose 2015	Ist-Wert 2015	Prognose 2016
			in%		in%	
Rohstoffe und Verarbeitung	Textil	100 % nachhaltige Baumwolle bei Eigen- und Lizenzmarken	11	deutlicher Anstieg	27	deutlicher Anstieg
	Möbel	100 % FSC®-zertifizierte Möbelprodukte	33	deutlicher Anstieg	43	leichter Anstieg
	Papier	50 % FSC®-zertifiziertes Katalogpapier ⁸	18	leichte Erhöhung	28	leichte Erhöhung
Endfertigung	Sozialprogramm	100 % Integration der Lieferanten für Eigen- und Lizenzmarken in das Sozialprogramm	17	deutlicher Anstieg	41	deutlicher Anstieg
Handel	Klima	50 % weniger standort-, transport- und mobilitätsbedingte CO ₂ -Emissionen ⁹	-24	leichte Reduktion	-27	leichte Reduktion

Rohstoffe und Verarbeitung

Bei der Produktion und der Verarbeitung von Rohstoffen fällt gemäß der impACT-Wesentlichkeitsanalyse der größte Teil der ökologischen Schädwirkungen an. Daher zielen drei der fünf Teilstrategien auf die Verringerung der ökologischen Auswirkungen in der Wertschöpfungsstufe Rohstoffe und Verarbeitung.

⁶ Nachhaltigkeitsbericht 2015, S. 6-9. Aufgrund des Verkaufes der Konzerngesellschaft OTTO Office GmbH & Co KG im Geschäftsjahr 2015/16 werden deren Daten in den Kennzahlen der CR-Strategie für das Kalenderjahr 2015 nicht mehr berücksichtigt.

⁷ Alle nachfolgenden Kennzahlen beziehen sich auf das jeweilige Kalenderjahr.

⁸ Der Wert für 2015 bezieht sich auf Katalogpapier aus Tief- und Offsetdruck, während der Wert für 2014 nur Tiefdruck-Katalogpapier berücksichtigt. Zudem beinhaltet der Wert für 2015 noch die Papiermengen, die für die OTTO Office GmbH & Co KG beschafft wurden.

⁹ Das Ziel bezieht sich auf die bereinigten CO₂-Emissionen gegenüber dem Basisjahr 2006.

Die **Textilstrategie** fordert, dass für die Eigen- und Lizenzmarken der Konzerngesellschaften bis 2020 ausschließlich Baumwolle aus nachhaltigem Anbau eingesetzt wird. Zur Zielerreichung wird derzeit Baumwolle aus der Initiative Cotton made in Africa – nachfolgend CmiA – sowie aus zertifizierter Bio-Qualität akzeptiert. Der Einsatz nachhaltiger Baumwolle stieg im Jahr 2015 auf 27 % (2014: 11 %). Der prognostizierte deutliche Anstieg wurde damit realisiert und ist überwiegend auf die stark gestiegenen Beschaffungsmengen von CmiA-Baumwolle durch die Konzerngesellschaften OTTO und die bonprix Handelsgesellschaft mbH sowie die Witt-Gruppe zurückzuführen. Infolge steigender CmiA-Beschaffungsmengen wird für das Jahr 2016 mit einem weiterhin deutlich wachsenden Anteil an nachhaltiger Baumwolle gerechnet.

Mit der **Möbelstrategie** verfolgt die Otto Group die vollständige Umstellung ihres Angebots an Holz-möbeln auf Artikel, die vom Forest Stewardship Council® – nachfolgend FSC – zertifiziert wurden. Der Anteil an FSC-zertifiziertem Holz am gesamten Holzmöbelsortiment im Jahr 2015 betrug 43 % (2014: 33 %). Insbesondere die getroffenen Liefervereinbarungen der Konzerngesellschaft OTTO mit den wichtigsten Holzlieferanten führten dazu, dass die prognostizierte deutliche Steigerung des FSC-Anteils für das Jahr 2015 erreicht wurde. Infolge der getroffenen Liefervereinbarungen wird für das Jahr 2016 ein weiterer leichter Anstieg des FSC-Anteils erwartet.

Mit der **Papierstrategie** soll der Anteil an FSC-zertifiziertem Katalogpapier bis 2018 auf mindestens 50 % erhöht werden. Bis zum Jahr 2014 bezog sich diese Teilstrategie auf im Tiefdruckverfahren hergestelltes Katalogpapier. Seit dem Jahr 2015 umfasst der Geltungsbereich der Papierstrategie auch Katalogpapier aus dem Offset-Druckverfahren. Der Anteil an FSC-Papier konnte im Jahr 2015 auf 28 % (2014: 18 %) erhöht werden. Damit wurde die Prognose für das Jahr 2015 übertroffen. Ursächlich dafür waren ausgehandelte langfristige Vereinbarungen mit Lieferanten durch die Konzerngesellschaft OTTO, die den Großteil des Katalogpapiers innerhalb des Konzerns beschafft. Aufgrund der getroffenen Vereinbarungen wird auch für das Jahr 2016 mit einem leicht steigenden FSC-Anteil bei Katalogpapier gerechnet.

Endfertigung

In der Wertschöpfungsstufe Endfertigung zielt das **Sozialprogramm** auf die Verbesserung der Arbeitsbedingungen in den Produktionsländern. Es sollen alle Lieferanten für Eigen- und Lizenzmarken mit Fabriken in Risikoländern in das Sozialprogramm der Otto Group¹⁰ integriert werden. Als integriert gilt ein Lieferant, wenn dieser die geforderten Sozialstandards der Otto Group für alle aktiven Fabriken nachweist. Die Zielerreichungsquote des Sozialprogramms wird über die im Berichtszeitraum weiter entwickelte Supply-Chain-Datenbank ermittelt.

Im Jahr 2015 waren 41 % (2014: 17 %) der Lieferanten für Eigen- und Lizenzmarken mit Fabriken in Risikoländern in das Sozialprogramm integriert. Der im abgelaufenen Kalenderjahr prognostizierte deutliche Anstieg ist eingetreten, wenngleich der Anteil nach wie vor nicht zufriedenstellend ist. Die positive Entwicklung ist zum einen auf das Aufarbeiten systembedingter Klärfälle in der Supply-Chain-Datenbank zurückzuführen. Zum anderen können die Konzerngesellschaften seit dem Jahr 2015 ihre Lieferanten auffordern, ihre Daten eigenständig in die Datenbank einzugeben, so dass eine schnelle Integration dieser gewährleistet ist. Durch die Einbeziehung weiterer Lieferanten und das Einreichen fehlender Nachweise von bereits registrierten Lieferanten wird für das Jahr 2016 mit einer weiter deutlich steigenden Integrationsrate gerechnet.

¹⁰ Für den aktuellen Geltungsbereich des Sozialprogramms der Otto Group siehe Nachhaltigkeitsbericht 2015, S. 41. Infolge von Systemumstellungen konnte die SportScheck GmbH im Jahr 2015 keine Daten für das Sozialprogramm bereitstellen.

Nach erfolgreicher Integration in das Sozialprogramm nehmen ausgewählte Fabriken am Qualifizierungsprogramm der Otto Group teil. Dieses vermittelt Fabrikvertretern ein grundlegendes Verständnis und die notwendigen Fähigkeiten für die Entwicklung langfristig besserer Arbeitsbedingungen. Im Jahr 2015 haben 187 Fabriken in den Hauptbeschaffungsländern China, Türkei, Indien, Bangladesch und Marokko am Programm teilgenommen.

Handel

Die **Klimastrategie** zielt auf die Verringerung der CO₂-Emissionen in der Wertschöpfungsstufe Handel. Bis zum Jahr 2020 sollen die bereinigten¹¹ CO₂-Emissionen an den eigenen Standorten sowie bei Beschaffungs- und Distributionstransporten gegenüber dem Basisjahr 2006 halbiert werden. Im Jahr 2015 sind die absoluten (nicht bereinigten) CO₂-Emissionen leicht von 248.000 t auf 250.000 t gestiegen. Dahingegen sanken die bereinigten CO₂-Emissionen im Vergleich zu 2014 von 225.000 t auf 216.000 t. Gegenüber dem Basisjahr beträgt die Reduktion damit 27 % (2014: – 24 %). Die Entwicklung dieser Werte entspricht der prognostizierten leichten Reduktion für das Jahr 2015 und ist vorrangig auf die Verlagerung von Luftfracht auf CO₂-ärmere See- und Schienentransporte in der Beschaffung zurückzuführen. Auch Energieeffizienzsteigerungen an den eigenen Standorten und bei Distributionstransporten haben zur Verringerung der CO₂-Emissionen beigetragen. Aufgrund weiterer erwarteter Effizienzsteigerungen an den eigenen Standorten und bei Transporten wird auch für das Jahr 2016 von einer leichten Reduktion der gesamten CO₂-Emissionen ausgegangen.

BRANCHENWEITE INITIATIVEN UND PROJEKTE

Die Otto Group ist über die CR-Strategie 2020 hinaus auch in Initiativen und Projekten zum nachhaltigen Wirtschaften aktiv.

Im Mai 2015 unterzeichnete die Otto Group die Selbstverpflichtung zur Mitgliedschaft im Bündnis für nachhaltige Textilien – nachfolgend Textilbündnis. Bis Ende 2015 traten mehr als 120 Unternehmen dem Bündnis bei. Neben Unternehmen der Textilbranche mit Geschäftstätigkeit in Deutschland beteiligen sich unter anderem auch die Bundesregierung, Gewerkschaften und Nicht-Regierungsorganisationen. Als Multi-Stakeholder-Initiative will das Textilbündnis soziale, ökologische und ökonomische Verbesserungen entlang der Textillieferkette erreichen. Durch ein gemeinschaftliches Vorgehen sollen die bestehenden Herausforderungen effektiver gelöst werden. Seit August 2015 nimmt die Otto Group als einer von vier Wirtschaftsvertretern der Textilbranche im Steuerungskreis des Textilbündnisses eine aktive Rolle bei der Steuerung des Bündnisses ein. Das Mitwirken von Vertretern der Otto Group in den einzelnen Arbeitsgruppen des Textilbündnisses, beispielsweise zu den Themen Sozialverantwortung, Chemikalieneinsatz und Internationalisierung des Bündnisses, ist eine weitere inhaltliche Möglichkeit, das Bündnis aktiv mitzugestalten und voranzutreiben.

¹¹ CO₂-Bereinigungsfaktoren siehe Nachhaltigkeitsbericht 2015, S. 48

Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Nach dem Bilanzstichtag zum 29. Februar 2016 sind keine Ereignisse eingetreten, die für die Otto Group von wesentlicher Bedeutung sind.

Ausblick

Gesamtwirtschaftliche Entwicklung

Nach Einschätzungen des Instituts für Weltwirtschaft an der Universität Kiel – nachfolgend IfW Kiel – dürfte die **weltwirtschaftliche Entwicklung** im Jahr 2016 durch einen preisbereinigten Anstieg des globalen BIP in Höhe von 2,9 % (2015: 3,0 %) gekennzeichnet sein. Für die fortgeschrittenen Volkswirtschaften wird erwartet, dass sich die gesamtwirtschaftliche Expansion im Jahresverlauf sukzessive verstärkt. In den Schwellenländern dürfte sich die schwache und teilweise rezessive Entwicklung im Prognosezeitraum zwar verbessern, jedoch bleibt der erwartete Anstieg der gesamtwirtschaftlichen Produktion im längerfristigen Vergleich sehr moderat, so dass eine schnelle Rückkehr dieser Länder zu hohen wirtschaftlichen Expansionsraten als unwahrscheinlich gilt. Die konjunkturelle Dynamik der chinesischen Volkswirtschaft wird sich in der Tendenz weiter verlangsamen und die strukturellen Probleme sowie die anhaltend niedrigen Rohstoffpreise werden die Entwicklung in Russland und in Brasilien weiterhin erheblich belasten. Für den Welthandel wird für das Jahr 2016 ein Anstieg von 2,5 % (2015: 2,2 %) prognostiziert, so dass dieser sich im Vorjahresvergleich voraussichtlich dynamischer entwickeln wird. Gleichwohl bleiben sowohl die Entwicklung des globalen Handelsvolumens als auch die der weltweiten Produktion anfällig für Störungen. Potenzielle Risikofaktoren ergeben sich dabei vor allem aus Unwägbarkeiten, welche mit wirtschafts- und geldpolitischen Entscheidungen, den Auswirkungen der Rohölpreisentwicklung, möglichen Turbulenzen an den Finanzmärkten oder den weiterhin bestehenden geopolitischen Krisen zusammenhängen.¹²

Die gesamtwirtschaftliche Produktion der **deutschen Volkswirtschaft** dürfte im Jahr 2016 preisbereinigt um 2,0 % (2015: 1,7 %) ansteigen und damit beschleunigt zulegen. Dabei werden vor allem die binnenwirtschaftlichen Auftriebskräfte die konjunkturelle Entwicklung im Prognosezeitraum prägen. Die konsumtiven Ausgaben der privaten Haushalte dürften infolge deutlich höherer Reallöhne und der Ausweitung staatlicher Sozialleistungen inflationsbereinigt um voraussichtlich 2,2 % (2015: 1,9 %) steigen. Zudem wird sich der in den zurückliegenden Jahren erfolgte Beschäftigungsaufbau im Jahr 2016 spürbar fortsetzen und zu einem weiteren Rückgang der jahresdurchschnittlichen Arbeitslosenquote auf 6,2 % (2015: 6,4 %) führen. Daneben dürften sich die Unternehmensinvestitionen weiter festigen und zusammen mit den wieder anziehenden Bauinvestitionen zum zweiten Standbein der konjunkturellen Dynamik werden. Wenngleich der Außenhandel die Schwächephase in der zweiten Jahreshälfte 2015 nach und nach überwinden dürfte, wird im Prognosezeitraum voraussichtlich ein negativer Expansionsbeitrag zu erwarten sein. Die Ausfuhren werden zwar von der konjunkturellen Belebung in den fortgeschrittenen Volkswirtschaften profitieren, jedoch dürften die Einfuhren aufgrund der binnenwirtschaftlichen Auftriebskräfte deutlich stärker zulegen.¹³

Für die **Eurozone** wird für das Jahr 2016 eine moderate Fortsetzung der aufwärtsgerichteten konjunkturellen Entwicklung erwartet und das preisbereinigte BIP dürfte um 1,5 % (2015: 1,5 %) gegenüber dem Vorjahr zulegen. Die gesamtwirtschaftliche Expansion im Prognosezeitraum wird dabei vornehmlich durch binnenwirtschaftliche Kräfte getragen. Die Konsumausgaben der privaten Haushalte dürften insbesondere vom verstärkten Reallohnanstieg und dem voranschreitenden Beschäftigungsaufbau

¹² Institut für Weltwirtschaft an der Universität Kiel: „Weltkonjunktur im Frühjahr 2016“

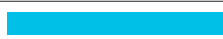







¹³ Institut für Weltwirtschaft an der Universität Kiel: „Deutsche Konjunktur im Frühjahr 2016“

profitieren. Die Lage auf dem Arbeitsmarkt wird sich voraussichtlich weiter verbessern und zu einem sukzessiven Rückgang der Arbeitslosenquote im Jahresdurchschnitt 2016 auf 10,1% (2015: 10,9%) führen. Zudem dürfte die Investitionstätigkeit der Unternehmen vor dem Hintergrund verbesserter Finanzierungsbedingungen weiter Tritt fassen und einen spürbaren Einfluss auf die Ausweitung der gesamtwirtschaftlichen Produktion haben. Es ist ferner davon auszugehen, dass die Finanzpolitik in den meisten Ländern der Eurozone aufgrund nachlassender Konsolidierungsbemühungen zusehends expansiv ausgerichtet sein wird. Für die übrigen Länder der **Europäischen Union** wird im Prognosezeitraum eine anhaltend kräftige Expansion der gesamtwirtschaftlichen Produktion, insbesondere in Polen und Schweden, erwartet.¹⁴

In den **USA** dürfte die gesamtwirtschaftliche Entwicklung im Jahr 2016 an die konjunkturelle Dynamik des Vorjahres anknüpfen, so dass für den Prognosezeitraum mit einem Anstieg des preisbereinigten BIP in Höhe von 2,3% (2015: 2,4%) gerechnet wird. Positive Impulse dürften dabei primär von weiter steigenden Konsumausgaben der privaten Haushalte ausgehen, welche insbesondere durch steigende Reallöhne und eine robuste Arbeitsmarktentwicklung gestützt werden. Es wird dabei erwartet, dass sich der Beschäftigungsaufbau im laufenden Jahr spürbar fortsetzt und die jahresdurchschnittliche Arbeitslosenquote auf 4,7% (2015: 5,3%) sinkt. Dahingegen dürfte der Außenhandel, wie in den Vorjahren, keinen positiven Einfluss auf die Ausweitung der gesamtwirtschaftlichen Produktion haben.¹⁵

Für **Russland** wird für das Jahr 2016 nach dem spürbaren Rückgang der gesamtwirtschaftlichen Produktion im zurückliegenden Jahr eine anhaltende Rezession mit einer weiteren Verminderung des realen BIP in einer Größenordnung von 2,0% (2015: -3,8%) prognostiziert. Dabei dürfte insbesondere die inländische Nachfrage weiter schrumpfen. Zum einen werden die Konsumausgaben der privaten Haushalte aufgrund weiterhin rückläufiger Reallöhne und einer rezessionsbedingten Verschlechterung der Arbeitsmarktsituation voraussichtlich auch im laufenden Jahr sinken. Zum anderen dürften die Unternehmensinvestitionen aufgrund der bestehenden Unsicherheiten und der schwierigen Finanzierungsbedingungen ein weiteres Mal zurückgehen. Die Prognose der konjunkturellen Entwicklung der russischen Volkswirtschaft im Jahr 2016 ist in einem hohen Maße durch die bestehenden Unwägbarkeiten mit Blick auf die weitere Entwicklung sowohl des Rohölpreises als auch der geopolitischen Krisen geprägt.¹⁶

(PROGNOSTIZIERTE) VERÄNDERUNG DES REALEN BIP
(in Prozent)

Deutschland	2016	2,0	
	2015	1,7	
Eurozone	2016	1,5	
	2015	1,5	
USA	2016	2,3	
	2015	2,4	
Russland	2016	-2,0	
	2015	-3,8	

¹⁴ Institut für Weltwirtschaft an der Universität Kiel: „Konjunktur im Euroraum im Frühjahr 2016“

¹⁵ Institut für Weltwirtschaft an der Universität Kiel: „Weltkonjunktur im Frühjahr 2016“

¹⁶ Institut für Weltwirtschaft an der Universität Kiel: „Weltkonjunktur im Frühjahr 2016“

Branchenentwicklung

MULTICHANNEL-EINZELHANDEL

Der **deutsche Einzelhandel** dürfte sich im Jahr 2016 mit einem erwarteten nominalen Anstieg der Umsätze in Höhe von 2,0 %¹⁷ (2015: 2,9 %) weiterhin deutlich positiv entwickeln. Aufgrund des prognostizierten Zuwachses der Reallöhne und des fortlaufenden Beschäftigungsaufbaus werden die Konsumausgaben der privaten Haushalte in Deutschland im Jahr 2016 voraussichtlich um nominal 2,8 % (2015: 2,6 %) steigen. Dies entspräche einem preisbereinigten Anstieg von 2,2 % (2015: 1,9 %).¹⁸

Der Bundesverband E-Commerce und Versandhandel¹⁹ prognostiziert für den **deutschen Online- und Versandhandel** eine weitere Fortsetzung der erfolgreichen Entwicklung in den zurückliegenden Jahren. Hiernach steigen die Umsätze mit Waren im Jahr 2016 auf 54,5 Mrd. EUR (2015: 52,4 Mrd. EUR). Insbesondere der E-Commerce-Bereich wird mit einer erwarteten und auf Vorjahresniveau liegenden Umsatzsteigerung von 11,9 % eine weiterhin erhöhte Dynamik im Prognosezeitraum aufweisen. Die Umsätze im reinen Onlinegeschäft werden demnach voraussichtlich auf ungefähr 52,5 Mrd. EUR (2015: 46,9 Mrd. EUR) steigen. Für das Jahr 2016 wird darüber hinaus erwartet, dass bisher wenig versandhandelsaffine Warengruppen weiter deutliche Umsatzzuwächse verzeichnen und sich die Verschiebungen zwischen den Kanälen, beispielsweise zu mehr Bestellungen über das mobile Internet, spürbar fortsetzen werden.

FINANZDIENSTLEISTUNGEN

Die prognostizierte Entwicklung der deutschen Volkswirtschaft im Jahr 2016 wird sich auch auf den **deutschen Finanzdienstleistungssektor** auswirken. Der Bundesverband Deutscher Inkasso-Unternehmen²⁰ geht aufgrund des erwarteten positiven Konjunkturmufeldes davon aus, dass sich das Zahlungsverhalten von Unternehmen und Verbrauchern auf einem hohen Niveau stabilisieren, gleichwohl jedoch nicht weiter verbessern dürfte. Zudem wird erwartet, dass sich der seit dem Jahr 2010 anhaltende Rückgang der Unternehmensinsolvenzen im Prognosezeitraum weiter fortsetzen und die Zahl der Unternehmensinsolvenzen im Jahr 2016 bei maximal 22.500 Fällen (2015: 23.123 Fälle) liegen wird. Bei den Verbraucherinsolvenzen rechnet der BDIU ebenfalls mit rückläufigen Fallzahlen, so dass im Jahr 2016 voraussichtlich 76.000 Fälle (2015: 80.347 Fälle) zu erwarten sind.

Der Markt für Forderungsmanagement dürfte trotz der voraussichtlich rückläufigen Unternehmens- und Verbraucherinsolvenzen auch im Jahr 2016 attraktiv bleiben. Die in diesem Bereich marktführenden Unternehmen haben in den letzten Jahren hohe Investitionen getätigt und sind daher stark gewachsen.

SERVICE

Nach der Mittelfristprognose des Bundesamtes für Güterverkehr²¹ wird für die **deutsche Transport- und Logistikbranche** für das Jahr 2016 in allen transportintensiven Branchen wieder eine deutlich aufwärtsgerichtete Entwicklung erwartet. Der gesamte Güterverkehr wird im Prognosezeitraum voraussichtlich um 1,6 % (2015: 1,1 %) zunehmen und damit sowohl von der anhaltend positiven Entwicklung der deutschen Volkswirtschaft als auch von der konjunkturellen Erholung der Weltwirtschaft profitieren. Dabei wird ein weiterer Anstieg des jeweiligen Transportaufkommens im Straßengüterverkehr um 1,7 % (2015: 1,9 %), in der Binnenschifffahrt um 1,2 % (2015: -3,2 %), im Luftfrachtverkehr um 1,0 % (2015: -0,1 %) und im Seeverkehr um 2,4 % (2015: -2,7 %) prognostiziert. Der Schienengüterverkehr kann nach den streikbedingten Rückgängen in den Jahren 2014 (-2,3 %) und 2015 (-1,0 %) wieder spürbar zulegen und voraussichtlich um 1,1 % im Jahr 2016 wachsen.

¹⁷ Pressemitteilung des Handelsverbandes Deutschland (HDE) vom 29.01.2016

¹⁸ Institut für Weltwirtschaft an der Universität Kiel: „Deutsche Konjunktur im Frühjahr 2016“

¹⁹ Pressemitteilung des Bundesverbandes E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V. (bev) vom 16.02.2016

²⁰ Pressemitteilung des Bundesverbandes Deutscher Inkasso-Unternehmen e.V. (BDIU) vom 14.01.2016

²¹ Bundesamt für Güterverkehr: „Gleitende Mittelfristprognose für den Güter- und Personenverkehr – Winter 2015/16“

Neben der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung werden sowohl die Rohölpreise als auch die Lohnkosten die zukünftige Entwicklung der Transport- und Logistikbranche in Deutschland beeinflussen. Angesichts der im Jahr 2015 vereinbarten und der für das Jahr 2016 erwarteten Tarifabschlüsse dürften die Lohnkosten weiter zulegen. Für den Rohölpreis wird erwartet, dass das vergleichsweise niedrige Niveau des Jahres 2015 auch im Prognosezeitraum fortbestehen wird. Aufgrund der anhaltenden gesamtwirtschaftlichen und geopolitischen Risiken ist eine Prognose der Rohölpreisentwicklung gleichwohl mit außergewöhnlich hohen Unsicherheiten behaftet.

Durch die für das Jahr 2016 erwarteten spürbaren Steigerungen der Umsätze im Online- und Versandhandel werden die deutschen Paketdienstleister auch im Prognosezeitraum weiterhin vor der großen Herausforderung stehen, immer mehr Sendungen von Unternehmen an Privathaushalte zu verschicken. Dies erfordert ein weiterhin hohes Niveau an Investitionen in die logistische Infrastruktur.

Entwicklung der Otto Group

Die Erwartungen zur gesamtwirtschaftlichen Entwicklung und zur Branchenentwicklung bilden den Ausgangspunkt für die Prognose der Entwicklung der Otto Group und ihrer Segmente für das Geschäftsjahr 2016/17. Die Angaben und Aussagen für den Konzern und für die Segmente unterstellen ferner eine Geschäftsentwicklung, die nicht durch Währungskurseffekte beeinflusst wird.

Das Geschäftsjahr 2016/17 wird durch konjunkturelle und branchenbezogene Entwicklungen in den für die Otto Group relevanten Ländern beeinflusst. In den wichtigen Absatzmärkten Deutschland und USA wirken die prognostizierten gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen und die erwartete Branchenentwicklung positiv auf die Prognose. In Russland dürften die anhaltende Rezession, der schwache Rubelkurs und die sinkende Kaufkraft der privaten Haushalte weiterhin bremsende Faktoren für das Engagement der Otto Group darstellen.

Die Entwicklung des **Segments Multichannel-Einzelhandel** wird nicht unerheblich durch den aufgegebenen Geschäftsbereich 3SI Commerce beeinflusst. Die nachfolgenden Ausführungen erfolgen bereinigt um diesen Geschäftsbereich und damit in Anlehnung an die Darstellung in der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung. Der Umsatz des Segments im Geschäftsjahr 2015/16 lag währungskursbereinigt mit 9.408,0 Mio. EUR (2014/15: 9.244,8 Mio. EUR) um 1,8% moderat und bereinigt um Änderungen des Konsolidierungskreises mit 5,6% deutlich über Vorjahresniveau. Für das Geschäftsjahr 2016/17 erwartet die Unternehmensgruppe auf vergleichbarer Basis eine Umsatzsteigerung, die nahezu an das sehr starke Vorjahreswachstum anknüpfen kann. Zum Umsatzwachstum tragen maßgeblich das Mutterunternehmen OTTO sowie die bonprix-, die Crate and Barrel- und die myToys-Gruppe bei, die Umsatzzuwächse im mittleren bis oberen zweistelligen Millionenbereich erwarten. Auch das E-Commerce Start-up Collins dürfte signifikante Umsatzsteigerungen erzielen und damit zunehmenden Einfluss auf die Entwicklung des Segments Multichannel-Einzelhandel nehmen. Wenngleich die Otto Group eine starke Position im russischen Versandhandel hat, können aufgrund des ökonomischen Umfeldes für das Geschäftsjahr 2016/17 Umsatzrückgänge nicht ausgeschlossen werden.

Die digitale Transformation bleibt auch im laufenden und in den nachfolgenden Geschäftsjahren das bestimmende Element für die Konzerngesellschaften der Otto Group. Geschwindigkeit, Technologie und Datengetriebenheit bilden das Format der Strategie im Multichannel-Einzelhandel. Über die Entwicklung neuer Apps und weiterer mobiler Angebote soll der Anteil des Mobile Commerce kontinuierlich wachsen. Die Unternehmensgruppe investiert darüber hinaus signifikant in Start-ups, wobei neben dem Venture Capital Bereich insbesondere die Collins-Gruppe zu nennen ist. Das gesamte E-Commerce-Investment der Otto Group wird im Geschäftsjahr 2016/17 im dreistelligen Millionenbereich liegen. Mit den vorgesehenen Investitionen in diesem Bereich erhält sich die Otto Group ihre Wettbewerbsfähigkeit und partizipiert an der erfolgreichen Branchenentwicklung des Online- und Versandhandels.

Die sehr erfolgreichen Geschäftsaktivitäten der EOS Gruppe haben auch im Geschäftsjahr 2015/16 maßgeblich das **Segment Finanzdienstleistungen** geprägt und sie werden ebenso dessen Entwicklung im Prognosejahr 2016/17 bestimmen. Mit der Veräußerung der Anteile an der BÜRCEL Wirtschaftsinformationen hat die EOS Gruppe ihre Fokussierung auf das Kerngeschäft Forderungsmanagement fortgesetzt. In den bereits bestehenden Märkten im In- und Ausland besteht nach wie vor branchenübergreifend Wachstumspotenzial, insbesondere im Bereich Forderungskauf. Zudem soll auch weiterhin zusätzliches Wachstum durch eine selektive Teilnahme an der Konsolidierung in Bestandsmärkten generiert werden. Ein zentraler Schwerpunkt der zukünftigen Entwicklung sind ebenso Operational Excellence-Initiativen, wie zum Beispiel der verstärkte Einsatz von Business Analytics in der Forderungsbearbeitung zur kontinuierlichen Optimierung der operativen Prozesse. Im Segment Finanzdienstleistungen werden darüber hinaus weitere handelsnahe Dienstleistungen innerhalb der Finnovato-Gruppe gebündelt. Im Geschäftsjahr 2015/16 stiegen die kursbereinigten Umsätze im Segment Finanzdienstleistungen um 3,2%. Für das laufende Geschäftsjahr erwartet die Otto Group für dieses Segment eine Umsatzsteigerung, die deutlich das im Geschäftsjahr 2015/16 erzielte Wachstum übertrifft.

Das **Segment Service**, das im Wesentlichen durch die Konzerngesellschaften unter der Dachmarke Hermes bestimmt wird, konnte im Geschäftsjahr 2015/16 mit einem kursbereinigten Außenumsatzwachstum von 11,5% erneut sehr deutlich zulegen. Für das Prognosejahr 2016/17 erwartet die Unternehmensgruppe nochmals eine hohe Steigerung des Segmentumsatzes, die leicht hinter dem sehr starken Vorjahr zurückbleibt. Die sehr positive Geschäftsentwicklung wird unter anderem von Hermes Parcelnet Limited in Großbritannien beeinflusst, die ihre erfolgreiche Entwicklung auch im Geschäftsjahr 2016/17 fortsetzen dürfte. Auch für die Hermes Logistik Gruppe Deutschland GmbH wird erneut ein Umsatzwachstum erwartet.

Hohe Investitionen im Segment Service sind insbesondere bei der Hermes Logistik Gruppe Deutschland GmbH geplant. Diese optimiert derzeit die Standortstruktur in Deutschland, um die Kapazitäten deutlich zu erhöhen, neue Kundensegmente zu erschließen und dabei gleichzeitig die Zustellzeiten zu beschleunigen. Darüber hinaus sind im laufenden Geschäftsjahr weitere Investitionen in die logistische Infrastruktur in Großbritannien (Hermes Parcelnet Limited) vorgesehen.

Im Geschäftsjahr 2015/16 konnte **auf Konzernebene** währungskursbereinigt und ohne Berücksichtigung des in Frankreich aufgegebenen Geschäftsbereiches 3SI Commerce ein erfreuliches Umsatzwachstum von 3,2% erzielt werden. Bereinigt um Änderungen des Konsolidierungskreises konnte der Umsatz der Unternehmensgruppe sogar um 6,2% gesteigert werden. Für das Prognosejahr 2016/17 strebt die Otto Group auf vergleichbarer Basis erneut ein hohes Umsatzwachstum von rund 4% an.

Im abgelaufenen Geschäftsjahr 2015/16 hat der Vorstand der Otto Group wesentliche Portfoliomaßnahmen initiiert und teilweise bereits umgesetzt. Die Maßnahmen umfassten sowohl die Einstellung von nicht profitablen oder letztlich nicht erfolgsversprechenden Geschäftsmodellen als auch den Verkauf von strategisch nicht mehr relevanten Konzerngesellschaften. In diesem Kontext sind insbesondere die geplante Aufgabe des Geschäftsbereiches 3SI Commerce in Frankreich sowie die Einstellung des Geschäftsbetriebs der Yapital-Gruppe mit dem Endkunden zu nennen. Die Neuausrichtung von einzelnen Konzerngesellschaften und -gruppen, wie zum Beispiel die SportScheck GmbH, aber auch die erfolgreiche Weiterentwicklung der Crate and Barrel-Gruppe, werden auch im Geschäftsjahr 2016/17 vorangetrieben, so dass sich die Ertragslage der betreffenden Konzerngesellschaften im laufenden Geschäftsjahr stetig verbessern dürfte. Die Straffung und Gesundung des Portfolios der Otto Group führt zur nachhaltigen Steigerung des EBT der Unternehmensgruppe.

Wesentliche Konzerngesellschaften und -gruppen, wie beispielsweise OTTO, die Witt-, die bonprix- oder die EOS Gruppe erwarten auch im Prognosejahr 2016/17 wieder gute bis sehr gute EBT-Beiträge. Wachstumsgesellschaften, wie die myToys- und die Collins-Gruppe, werden hingegen das EBT der Otto Group noch planmäßig belasten. Für das Geschäftsjahr 2016/17 wird auf Konzernebene ein EBT erwartet, das klar über dem ausgewiesenen EBT des zurückliegenden Geschäftsjahres 2015/16 in Höhe von 186,9 Mio. EUR liegt.

Gesamtaussage des Vorstandes zur voraussichtlichen Entwicklung der Otto Group

In einem dynamischen Marktumfeld wird die Otto Group die digitale Transformation weiter vorantreiben und in neue Kunden, den Service sowie die IT- und Logistikinfrasturktur investieren. Mit den Portfoliomaßnahmen, die im vergangenen Geschäftsjahr eingeleitet wurden, sind die Grundlagen für diesen strategischen Kurs nachhaltig geschaffen worden.

Die Ergebnissituation der Otto Group wird sich im Geschäftsjahr 2016/17 weiter verbessern. Gleichzeitig wird der aufgegebenene Geschäftsbereich 3SI Commerce das Nachsteuerergebnis der Unternehmensgruppe letztmalig noch wesentlich belasten, wenn auch weniger stark als im Vorjahr. Mittelfristig, das heißt bereits im Geschäftsjahr 2017/18, erwartet der Vorstand wieder eine angemessene Profitabilität.

Die Vermögens- und Finanzlage der Otto Group ist solide.



Der Vorstand beurteilt die wirtschaftliche Lage der Unternehmensgruppe positiv.

Hamburg, den 29. April 2016



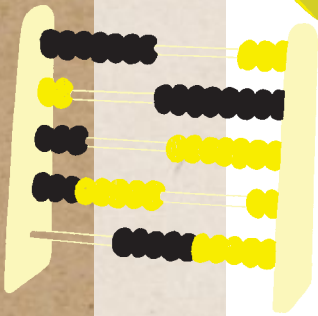
Die Geschäftsführung

Konzern- abschluss





Konzern-Gesamtergebnisrechnung	98
Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung	99
Konzern-Bilanz	100
Konzern-Kapitalflussrechnung	102
Entwicklung des Konzern-Eigenkapitals	104
Entwicklung des Konzern-Anlagevermögens	106
Segmentberichterstattung	110



Konzern - Gesamtergebnisrechnung vom 1. März 2015 bis zum 29. Februar 2016

	2015/16	2014/15
	in TEUR	in TEUR
Jahresfehlbetrag	- 189.613	- 196.035
Bestandteile, die in Folgeperioden erfolgswirksam umgegliedert werden		
Veränderung des Ausgleichspostens aus der Umrechnung von Fremdwährungsabschlüssen	78	57.731
Veränderung der Zeitwerte von zur Veräußerung verfügbaren finanziellen Vermögenswerten nach Steuern	40.068	67.838
<i>erfolgsneutral erfasst</i>	50.250	64.412
<i>erfolgswirksam umgegliedert</i>	- 10.182	3.426
Veränderung der Zeitwerte von Derivaten in <i>cash flow hedges</i> nach Steuern	- 33.610	70.813
<i>erfolgsneutral erfasst</i>	46.654	91.804
<i>erfolgswirksam umgegliedert</i>	- 80.264	- 20.991
Anteil an erfolgsneutral erfassten Erträgen und Aufwendungen, die auf at Equity-bewertete Unternehmen entfallen, nach Steuern	292	- 627
Bestandteile, die in Folgeperioden nicht erfolgswirksam umgegliedert werden		
Neubewertung der Nettoschuld aus leistungsorientierten Versorgungsplänen nach Steuern	55.162	- 199.001
Anteil an erfolgsneutral erfassten Erträgen und Aufwendungen, die auf at Equity-bewertete Unternehmen entfallen (leistungsorientierte Versorgungspläne)	133	- 516
Erfolgsneutral erfasste Erträge und Aufwendungen	62.123	- 3.762
Gesamtergebnis	- 127.490	- 199.797
Auf die Gesellschafter der Otto (GmbH & Co KG) entfallender Anteil am Gesamtergebnis	- 156.251	- 262.379
Auf andere Gesellschafter entfallender Anteil am Gesamtergebnis	26.002	59.830
Auf Genussscheine entfallender Anteil am Gesamtergebnis	2.759	2.752

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

vom 1. März 2015 bis zum 29. Februar 2016

	Anhang (Ziff.)	2015/16 in TEUR	2014/15* in TEUR
Umsatzerlöse	[6]	12.104.445	11.484.517
Sonstige betriebliche Erträge	[7]	741.113	751.934
Summe der betrieblichen Erträge		12.845.558	12.236.451
Bestandsveränderung und aktivierte Eigenleistungen		58.521	56.050
Materialaufwand	[8]	-6.266.783	-5.913.391
Personalaufwand	[9]	-2.185.685	-2.091.291
Sonstige betriebliche Aufwendungen	[10]	-3.885.860	-3.790.708
Beteiligungsergebnis	[11]	73.161	64.557
<i>Ergebnis von assoziierten und Gemeinschaftsunternehmen</i>		70.423	62.019
<i>Sonstiges Beteiligungsergebnis</i>		2.738	2.538
Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)		638.912	561.668
Planmäßige Abschreibungen	[12]	-290.547	-275.702
Außerplanmäßige Abschreibungen	[13]	-89.726	-37.741
Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)		258.639	248.225
Zinsen und ähnliche Erträge	[14]	35.885	36.538
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	[14]	-141.714	-173.386
Sonstiges Finanzergebnis	[14]	34.066	-67.711
Ergebnis vor Steuern (EBT)		186.876	43.666
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	[15]	-96.843	-75.483
Ergebnis aus fortgeführten Geschäftsbereichen		90.033	-31.817
Ergebnis aus aufgegebenen Geschäftsbereichen	[5c]	-279.646	-164.218
Jahresfehlbetrag		-189.613	-196.035
Auf die Gesellschafter der Otto (GmbH & Co KG) entfallender Anteil am Jahresfehlbetrag		-218.617	-260.740
Auf andere Gesellschafter entfallender Anteil am Jahresfehlbetrag		26.245	61.953
Auf Genussscheine entfallender Anteil am Jahresfehlbetrag		2.759	2.752

* Vorjahr angepasst

Konzern - Bilanz

zum 29. Februar 2016

AKTIVA

	Anhang (Ziff.)	29.02.2016 in TEUR	28.02.2015 in TEUR
Langfristige Vermögenswerte			
Anlagevermögen		3.357.887	3.404.312
<i>Immaterielle Vermögenswerte</i>	[16]	794.907	829.252
<i>Sachanlagen</i>	[17]	1.516.423	1.653.230
<i>Anteile an assoziierten und Gemeinschaftsunternehmen</i>	[18]	713.716	652.491
<i>Sonstige Finanzanlagen</i>	[18]	332.841	269.339
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	[20]	152.963	154.164
Forderungen aus Finanzdienstleistungen	[20]	483.195	456.416
Forderungen gegen nahe stehende Personen und Unternehmen	[21]	61.966	57.820
Sonstige Vermögenswerte	[22]	102.891	97.739
<i>Sonstige finanzielle Vermögenswerte</i>		69.016	89.479
<i>Sonstige übrige Vermögenswerte</i>		33.875	8.260
		4.158.902	4.170.451
Latente Steuern	[15]	113.682	124.551
Kurzfristige Vermögenswerte			
Vorräte	[19]	1.263.132	1.407.177
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	[20]	1.145.518	1.137.256
Forderungen aus Finanzdienstleistungen	[20]	349.320	391.593
Forderungen gegen nahe stehende Personen und Unternehmen	[21]	38.124	28.983
Forderungen aus Steuern vom Einkommen und vom Ertrag		40.570	68.893
Sonstige Vermögenswerte	[22]	369.330	452.772
<i>Sonstige finanzielle Vermögenswerte</i>		138.227	219.239
<i>Sonstige übrige Vermögenswerte</i>		231.103	233.533
Wertpapiere	[23]	129	129
Flüssige Mittel		234.545	253.996
Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte	[5c]	146.535	151.911
		3.587.203	3.892.710
Bilanzsumme		7.859.787	8.187.712

PASSIVA

	Anhang (Ziff.)	29.02.2016 in TEUR	28.02.2015 in TEUR
Eigenkapital			
Auf die Gesellschafter der Otto (GmbH & Co KG) entfallender Anteil am Eigenkapital		692.860	863.236
<i>Kommanditkapital der Otto (GmbH & Co KG)</i>		820.000	770.000
<i>Erwirtschaftetes Konzern-Eigenkapital</i>		441.498	675.276
<i>Ausgleichsposten aus sukzessiven Erwerben</i>		-222.948	-173.565
<i>Kumulierte erfolgsneutral erfasste Erträge und Aufwendungen</i>		-360.931	-423.911
<i>Kumuliertes sonstiges Eigenkapital</i>		15.241	15.436
Anteile anderer Gesellschafter		721.260	710.647
Genussscheine		115.533	45.740
	[24]	1.529.653	1.619.623
Langfristige Rückstellungen und Verbindlichkeiten			
Genussrechte	[25]	26.287	35.754
Rückstellungen für Pensionen	[26]	1.167.293	1.235.397
Sonstige Rückstellungen	[27]	119.435	104.322
Verbindlichkeiten aus Anleihen und sonstigen Schuldverschreibungen	[28]	815.540	832.317
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	[28]	573.168	621.776
Sonstige Finanzverbindlichkeiten	[29]	45.175	41.036
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		41.126	45.226
Verbindlichkeiten gegenüber nahe stehenden Personen und Unternehmen	[30]	14.094	7.812
Sonstige Verbindlichkeiten	[31]	324.823	334.892
<i>Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten</i>		200.763	200.921
<i>Sonstige übrige Verbindlichkeiten</i>		124.060	133.971
		3.126.941	3.258.532
Latente Steuern	[15]	92.267	86.616
Kurzfristige Rückstellungen und Verbindlichkeiten			
Genussrechte	[25]	4.944	1.684
Sonstige Rückstellungen	[27]	139.090	193.423
Verbindlichkeiten aus Anleihen und sonstigen Schuldverschreibungen	[28]	13.268	65.885
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	[28]	564.276	685.776
Sonstige Finanzverbindlichkeiten	[29]	171.205	175.811
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		1.086.014	1.100.983
Verbindlichkeiten gegenüber nahe stehenden Personen und Unternehmen	[30]	13.436	15.918
Verbindlichkeiten aus Steuern vom Einkommen und vom Ertrag		42.690	37.481
Sonstige Verbindlichkeiten	[31]	840.871	885.236
<i>Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten</i>		405.076	451.973
<i>Sonstige übrige Verbindlichkeiten</i>		435.795	433.263
Zur Veräußerung gehaltene Schulden	[5c]	235.132	60.744
		3.110.926	3.222.941
Bilanzsumme		7.859.787	8.187.712

Konzern - Kapitalflussrechnung vom 1. März 2015 bis zum 29. Februar 2016

	2015/16 in TEUR	2014/15* in TEUR
Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)	258.639	248.225
Ab-/Zuschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte sowie Sachanlagen	365.306	307.935
Gewinne (-)/Verluste (+) von assoziierten und Gemeinschaftsunternehmen	-70.423	-62.019
Ausschüttungen von assoziierten und Gemeinschaftsunternehmen	31.690	58.371
Zunahme (+)/Abnahme (-) der Wertberichtigungen auf Ausleihungen, Forderungen und Vorräte	115.005	121.336
Gewinne (-)/Verluste (+) aus dem Abgang von Sachanlagen und immateriellen Vermögenswerten	22.600	-16.185
Pensionszahlungen, die den Aufwand für Pensionen übersteigen (-)/unterschreiten (+)	-26.939	-22.644
Sonstige zahlungsunwirksame Erträge (-) und Aufwendungen (+)	301	233
Brutto-Cashflow	696.179	635.252
Abnahme (+)/Zunahme (-) des Working Capital	-67.016	33.744
<i>Abnahme (+)/Zunahme (-) der Vorräte (brutto)</i>	10.534	-25.818
<i>Abnahme (+)/Zunahme (-) der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen (brutto)</i>	-217.430	-101.410
<i>Abnahme (+)/Zunahme (-) der Forderungen aus Finanzdienstleistungen (brutto)</i>	3.974	23.369
<i>Zunahme (+)/Abnahme (-) der Rückstellungen</i>	31.444	30.963
<i>Zunahme (+)/Abnahme (-) der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen</i>	89.640	100.854
<i>Zunahme (+)/Abnahme (-) der Verbindlichkeiten aus Finanzdienstleistungen</i>	0	-21
<i>Zunahme (+)/Abnahme (-) der Forderungen bzw. Verbindlichkeiten gegen nahe stehende Personen und Unternehmen</i>	-10.242	5.673
<i>Veränderungen der übrigen Aktiva/Passiva</i>	25.064	134
Aus laufendem Geschäft erwirtschaftete Zahlungsmittel	629.163	668.996
Gezahlte Ertragsteuern	-54.165	-98.281
Erhaltene Zinsen	6.691	10.617
Zahlungswirksame Erträge/Aufwendungen aus Finanzanlagen und Wertpapieren	541	11.066
Ein-/Auszahlungen aus fortgeführten Geschäftsbereichen	582.230	592.398
Ein-/Auszahlungen aus aufgegebenen Geschäftsbereichen	-101.818	-97.973
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	480.412	494.425

* Vorjahr angepasst

	2015/16	2014/15*
	in TEUR	in TEUR
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	480.412	494.425
Auszahlungen für Investitionen in immaterielle Vermögenswerte sowie Sachanlagen	-272.628	-308.070
Auszahlungen für den Erwerb von Anteilen an vollkonsolidierten Unternehmen	-26.179	-796
Auszahlungen für Investitionen in das übrige Finanzanlagevermögen	-75.257	-56.104
Einzahlungen aus Abgängen von immateriellen Vermögenswerten sowie Sachanlagen	31.504	115.786
Einzahlungen aus Abgängen von konsolidierten Unternehmen	152.357	2.071
Einzahlungen aus Abgängen des übrigen Finanzanlagevermögens	86.059	46.479
Einzahlungen aus der Tilgung von Investitionen in das übrige Finanzanlagevermögen	0	129.794
Investitionscashflow aus fortgeführten Geschäftsbereichen	-104.144	-70.840
Investitionscashflow aus aufgegebenen Geschäftsbereichen	-9.587	-7.899
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-113.731	-78.739
Free Cashflow	366.681	415.686
Ausschüttungen	-40.448	-196.683
Gezahlte Zinsen und Bankspesen	-148.832	-151.936
Ein-/Auszahlungen aus Eigenkapitalzuführungen/-herabsetzungen	120.366	1.533
Auszahlungen für sukzessive Erwerbe von Anteilen an vollkonsolidierten Unternehmen	-22.274	-2.903
Ein-/Auszahlungen (netto) aus der Gewährung/dem Rückkauf von Genussrechten	-6.505	-2.741
Auszahlungen für die Tilgung von <i>finance lease</i>	-11.943	-20.895
Einzahlungen aus der Aufnahme von sonstigen Finanzverbindlichkeiten	112.103	293.941
Auszahlungen aus der Tilgung von sonstigen Finanzverbindlichkeiten	-351.980	-341.206
Finanzierungscashflow aus fortgeführten Geschäftsbereichen	-349.513	-420.890
Finanzierungscashflow aus aufgegebenen Geschäftsbereichen	-2.274	-2.113
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	-351.787	-423.003
Finanzmittelfonds am Anfang der Periode	254.125	261.912
Zahlungswirksame Veränderungen des Finanzmittelfonds	14.894	-7.317
Wechselkursbedingte Veränderungen des Finanzmittelfonds	-6.765	600
Umgliederung im Zusammenhang mit Veräußerungsgruppen	-27.581	-1.070
Finanzmittelfonds am Ende der Periode (siehe Ziff. 34 im Konzernanhang)	234.673	254.125

* Vorjahr angepasst

KONZERNLAGEBERICHT

KONZERNABSCHLUSS

KONZERNANHANG

Entwicklung des Konzern-Eigenkapitals

	Kommanditkapital der Otto (GmbH & Co KG)	Erwirt- schaftetes Konzern- Eigenkapital	Ausgleichsposten aus sukzessiven Erwerben	Ausgleichs- posten aus der Umrechnung von Fremdwährungs- abschlüssen	Zeitwerte von zur Veräußerung verfügbaren finanziellen Vermögenswerten
	in TEUR	in TEUR	in TEUR	in TEUR	in TEUR
2015/16					
Stand 01.03.2015	770.000	675.276	-173.565	-105.769	106.171
Konzern-Gesamtergebnis	-	-218.617	-	-648	40.017
<i>Jahresfehlbetrag</i>	-	-218.617	-	-	-
<i>Erfolgsneutral erfasste Erträge und Aufwendungen</i>	-	-	-	-648	40.017
Kapitalerhöhung	50.000	-	-	-	-
Veränderung des Konsolidierungskreises	-	-910	-1.647	-	-
Sukzessive Erwerbe/Teilabgänge	-	-	-47.736	-	-
Ausschüttungen	-	-8.966	-	-	-
Sonstige erfolgsneutrale Veränderungen	-	-5.285	-	-	-
Stand 29.02.2016	820.000	441.498	-222.948	-106.417	146.188
2014/15					
Stand 01.03.2014	770.000	1.110.649	-178.263	-158.944	38.407
Konzern-Gesamtergebnis	-	-260.740	-	53.175	67.764
<i>Jahresfehlbetrag</i>	-	-260.740	-	-	-
<i>Erfolgsneutral erfasste Erträge und Aufwendungen</i>	-	-	-	53.175	67.764
Kapitalerhöhung/-rückzahlung	-	-	-	-	-
Veränderung des Konsolidierungskreises	-	582	131	-	-
Sukzessive Erwerbe/Teilabgänge	-	-	4.567	-	-
Ausschüttungen	-	-170.049	-	-	-
Sonstige erfolgsneutrale Veränderungen	-	-5.166	-	-	-
Stand 28.02.2015	770.000	675.276	-173.565	-105.769	106.171

* Der Gesamtbetrag der Neubewertung der Nettoschuld aus leistungsorientierten Versorgungsplänen, der im Zusammenhang mit zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerten steht, beträgt -723 TEUR im Geschäftsjahr 2014/15.

Zeitwerte von Derivaten in cash flow hedges	Neubewertung der Nettoschuld aus leistungsorientierten Versorgungsplänen*	Anteil an erfolgsneutral erfassten Erträgen und Aufwendungen, die auf at Equity-bewertete Unternehmen entfallen	Kumuliertes sonstiges Eigenkapital	Auf die Gesellschafter der Otto (GmbH & Co KG) entfallender Anteil am Eigenkapital	Anteile anderer Gesellschafter*	Genussscheine	Summe
in TEUR	in TEUR	in TEUR	in TEUR	in TEUR	in TEUR	in TEUR	in TEUR
59.524	-480.363	-3.474	15.436	863.236	710.647	45.740	1.619.623
-33.865	55.211	1.651	-	-156.251	26.002	2.759	-127.490
-	-	-	-	-218.617	26.245	2.759	-189.613
-33.865	55.211	1.651	-	62.366	-243	-	62.123
-	-	-	-	50.000	366	70.000	120.366
-	614	-	-175	-2.118	268	-	-1.850
-	-	-	-	-47.736	25.462	-	-22.274
-	-	-	-	-8.966	-28.516	-2.966	-40.448
-	-	-	-20	-5.305	-12.969	-	-18.274
25.659	-424.538	-1.823	15.241	692.860	721.260	115.533	1.529.653
-15.948	-282.485	-3.302	15.425	1.295.539	680.580	45.524	2.021.643
75.472	-197.878	-172	-	-262.379	59.830	2.752	-199.797
-	-	-	-	-260.740	61.953	2.752	-196.035
75.472	-197.878	-172	-	-1.639	-2.123	-	-3.762
-	-	-	-	-	1.534	-	1.534
-	-	-	3	716	269	-	985
-	-	-	-	4.567	-7.469	-	-2.902
-	-	-	-	-170.049	-24.098	-2.536	-196.683
-	-	-	8	-5.158	1	-	-5.157
59.524	-480.363	-3.474	15.436	863.236	710.647	45.740	1.619.623

Entwicklung des Konzern-Anlagevermögens im Geschäftsjahr 2015/16

	Anschaffungs- oder Herstellungskosten							
	01.03.2015	Zugänge Konsoli- dierungs- kreis	Zugänge	Abgänge	Umbu- chungen	Umglie- derung IFRS 5	Währungs- umrechnung	29.02.2016
	in TEUR	in TEUR	in TEUR	in TEUR	in TEUR	in TEUR	in TEUR	in TEUR
IMMATERIELLE VERMÖGENSWERTE								
Selbsterstellte immaterielle Vermögenswerte	356.571	–	43.841	–14.428	43.178	–78.621	610	351.151
Erworbene immaterielle Vermögenswerte	639.281	26.515	51.327	–46.359	26.638	–52.823	–5.172	639.407
Geschäfts- oder Firmenwerte	461.363	–	9.267	–382	–	–	–4.226	466.022
Geleistete Anzahlungen auf immaterielle Vermögenswerte	108.142	–	56.580	–7.726	–69.529	–1.994	612	86.085
Immaterielle Vermögenswerte <i>finance lease</i>	10.913	–	296	–10.728	–	–475	1	7
Summe	1.576.270	26.515	161.311	–79.623	287	–133.913	–8.175	1.542.672
SACHANLAGEN								
Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten	1.801.970	–	23.551	–28.638	7.253	–40.491	7.663	1.771.308
Technische Anlagen und Maschinen	588.151	–	15.420	–37.086	26.981	–16.704	–993	575.769
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	821.949	804	55.573	–80.252	1.612	–26.247	–2.230	771.209
Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	44.073	11	27.066	–5.724	–34.646	–1.396	–1.339	28.045
Sachanlagen <i>finance lease</i>	136.819	–	21.408	–3.348	–1.487	–7.242	–2.647	143.503
Summe	3.392.962	815	143.018	–155.048	–287	–92.080	454	3.289.834

Kumulierte Abschreibungen										Buchwert	
01.03.2015	Zugänge Konso- lidie- rungs- kreis	Abgänge	Plan- mäßige Abschrei- bungen	Außer- plan- mäßige Abschrei- bungen	Umbu- chungen	Zu- schrei- bungen	Umglie- derung IFRS 5	Währungs- umrechnung	29.02.2016	29.02.2016	28.02.2015
in TEUR	in TEUR	in TEUR	in TEUR	in TEUR	in TEUR	in TEUR	in TEUR	in TEUR	in TEUR	in TEUR	in TEUR
-204.504	-	9.781	-35.422	-19.455	-	-	39.991	-721	-210.330	140.821	152.067
-423.583	-1.251	38.618	-68.245	-4.067	6	-	47.282	3.633	-407.607	231.800	215.698
-113.999	-	382	-	-17.932	-	-	-	1.866	-129.683	336.339	347.364
-153	-	-	-	-	-	15	-	-	-138	85.947	107.989
-4.779	-	5.524	-531	-695	-	-	475	-1	-7	-	6.134
-747.018	-1.251	54.305	-104.198	-42.149	6	15	87.748	4.777	-747.765	794.907	829.252
-754.943	-	24.079	-72.301	-10.866	-1.020	12.840	33.553	-8.392	-777.050	994.258	1.047.027
-332.759	-	14.719	-34.506	-28.023	-	236	15.170	968	-364.195	211.574	255.392
-561.397	-612	72.825	-69.929	-7.848	191	-	22.674	218	-543.878	227.331	260.552
-440	-	88	-	-47	-	32	59	-	-308	27.737	43.633
-90.193	-	2.853	-9.613	-793	823	1.844	4.458	2.641	-87.980	55.523	46.626
-1.739.732	-612	114.564	-186.349	-47.577	-6	14.952	75.914	-4.565	-1.773.411	1.516.423	1.653.230

Entwicklung des Konzern - Anlagevermögens im Geschäftsjahr 2014/15

	Anschaffungs- oder Herstellungskosten							
	01.03.2014	Zugänge Konsolidierungs- kreis	Zugänge	Abgänge	Umbu- chungen	Umglie- derung IFRS 5	Währungs- umrechnung	28.02.2015
	in TEUR	in TEUR	in TEUR	in TEUR	in TEUR	in TEUR	in TEUR	in TEUR
IMMATERIELLE VERMÖGENSWERTE								
Selbsterstellte immaterielle Vermögenswerte	295.690	–	45.518	–16.629	37.672	–18.150	12.470	356.571
Erworbene immaterielle Vermögenswerte	603.941	2.474	63.017	–39.762	11.274	–7.334	5.671	639.281
Geschäfts- oder Firmenwerte	496.124	–	719	–213	–	–67.884	32.617	461.363
Geleistete Anzahlungen auf immaterielle Vermögenswerte	108.821	–	61.331	–15.020	–48.193	–1.442	2.645	108.142
Immaterielle Vermögenswerte <i>finance lease</i>	9.805	–	1.109	–	–	–	–1	10.913
Summe	1.514.381	2.474	171.694	–71.624	753	–94.810	53.402	1.576.270
SACHANLAGEN								
Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten	1.683.211	9	33.628	–43.029	32.453	–5.160	100.858	1.801.970
Technische Anlagen und Maschinen	557.112	337	15.003	–13.339	39.224	–10.443	257	588.151
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	778.186	315	71.736	–45.154	–18.376	–11.199	46.441	821.949
Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	59.072	–	31.019	–1.719	–43.775	–	–524	44.073
Sachanlagen <i>finance lease</i>	219.118	–	1.514	–78.651	–10.279	–	5.117	136.819
Summe	3.296.699	661	152.900	–181.892	–753	–26.802	152.149	3.392.962

Kumulierte Abschreibungen										Buchwert	
01.03.2014	Zugänge Konso- lidie- rungs- kreis	Abgänge	Plan- mäßige Abschrei- bungen	Außer- plan- mäßige Abschrei- bungen	Umbu- chungen	Zu- schrei- bungen	Umglie- derung IFRS 5	Währungs- umrechnung	28.02.2015	28.02.2015	28.02.2014
in TEUR	in TEUR	in TEUR	in TEUR	in TEUR	in TEUR	in TEUR	in TEUR	in TEUR	in TEUR	in TEUR	in TEUR
-172.066	-	14.812	-42.023	-2.603	1	-	6.431	-9.056	-204.504	152.067	123.624
-390.693	-482	35.167	-62.337	-7.904	-1	-	6.424	-3.757	-423.583	215.698	213.248
-96.985	-	-	-	-14.127	-	-	2.151	-5.038	-113.999	347.364	399.139
-	-	-	-	-153	-	-	-	-	-153	107.989	108.821
-3.537	-	-	-1.244	-	-	-	-	2	-4.779	6.134	6.268
-663.281	-482	49.979	-105.604	-24.787	-	-	15.006	-17.849	-747.018	829.252	851.100
-652.908	-2	39.066	-69.391	-10.847	-1.033	4.920	2.199	-66.947	-754.943	1.047.027	1.030.303
-314.050	-229	12.273	-33.598	-1.415	-4.906	16	9.171	-21	-332.759	255.392	243.062
-508.184	-164	42.986	-69.825	-2.217	-708	356	8.336	-31.977	-561.397	260.552	270.002
-411	-	-	-	-31	-	5	-	-3	-440	43.633	58.661
-109.513	-	31.308	-13.683	-	6.647	-	-	-4.952	-90.193	46.626	109.605
-1.585.066	-395	125.633	-186.497	-14.510	-	5.297	19.706	-103.900	-1.739.732	1.653.230	1.711.633

Segmentberichterstattung

	Multichannel- Einzelhandel		Finanzdienst- leistungen	
	2015/16 in TEUR	2014/15* in TEUR	2015/16 in TEUR	2014/15* in TEUR
Umsatzerlöse mit Dritten	9.588.141	9.244.799	678.295	645.969
Innenumsatz Erlöse (intersegmentär)	410	743	30.894	30.645
Materialaufwand	-4.953.928	-4.751.240	-	-
Rohertag	4.634.623	4.494.302	709.189	676.614
Betriebliche Erträge und Aufwendungen	-3.090.102	-3.032.632	-284.664	-276.811
Personalaufwand	-1.164.737	-1.126.118	-269.252	-264.520
Beteiligungsergebnis	-1.133	-2.297	74.294	67.277
<i>Ergebnis von assoziierten und Gemeinschaftsunternehmen</i>	-3.871	-4.823	74.294	67.266
<i>Sonstiges Beteiligungsergebnis</i>	2.738	2.526	-	11
Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)	432.618	383.446	233.451	206.902
Planmäßige Abschreibungen	-203.173	-196.722	-19.897	-17.825
Außerplanmäßige Abschreibungen	-51.347	-25.643	-10.649	-3.505
Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)	178.098	161.081	202.905	185.572
Segmentvermögen	4.461.020	4.849.244	2.102.968	2.034.615
<i>davon Anteile an assoziierten und Gemeinschaftsunternehmen</i>	65.392	46.265	675.652	638.554
Investitionen in immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen	195.333	235.976	53.887	24.099
Brutto-Cashflow	503.811	445.889	209.313	209.371
Mitarbeiter aus fortgeführten Aktivitäten (durchschnittliche Anzahl)	23.866	24.916	7.805	8.649

* Vorjahr angepasst

Service		Summe Segmente		Holding/ Konsolidierung		Konzern	
2015/16	2014/15*	2015/16	2014/15*	2015/16	2014/15*	2015/16	2014/15*
in TEUR	in TEUR	in TEUR	in TEUR	in TEUR	in TEUR	in TEUR	in TEUR
1.838.009	1.593.749	12.104.445	11.484.517	–	–	12.104.445	11.484.517
1.061.649	1.019.786	1.092.953	1.051.174	–1.092.953	–1.051.174	–	–
–1.464.248	–1.308.282	–6.418.176	–6.059.522	151.393	146.131	–6.266.783	–5.913.391
1.435.410	1.305.253	6.779.222	6.476.169	–941.560	–905.043	5.837.662	5.571.126
–673.631	–600.627	–4.048.397	–3.910.070	903.650	871.296	–3.144.747	–3.038.774
–702.504	–656.369	–2.136.493	–2.047.007	–49.192	–44.284	–2.185.685	–2.091.291
–	–423	73.161	64.557	–	–	73.161	64.557
–	–424	70.423	62.019	–	–	70.423	62.019
–	1	2.738	2.538	–	–	2.738	2.538
59.945	49.351	726.014	639.699	–87.102	–78.031	638.912	561.668
–67.477	–61.155	–290.547	–275.702	–	–	–290.547	–275.702
–27.730	–8.593	–89.726	–37.741	–	–	–89.726	–37.741
–35.262	–20.397	345.741	326.256	–87.102	–78.031	258.639	248.225
825.181	808.199	7.389.169	7.692.058	–412.423	–382.897	6.976.746	7.309.161
5.000	–	746.044	684.819	–32.328	–32.328	713.716	652.491
82.439	67.653	331.659	327.728	–	–	331.659	327.728
71.108	57.985	784.232	713.245	–88.053	–77.993	696.179	635.252
17.547	17.820	49.218	51.385	379	338	49.597	51.723



Konzern- anhang





Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses_____	114
Konsolidierungskreis_____	130
Erläuterungen zur Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung_____	137
Erläuterungen zur Konzern-Bilanz_____	145
Erläuterungen zur Konzern- Kapitalflussrechnung_____	169
Erläuterungen zur Segmentberichterstattung_____	170
Sonstige Angaben_____	173



Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses

Die Otto (GmbH & Co KG), Werner-Otto-Straße 1–7, 22179 Hamburg, Deutschland (HRA 62024, Amtsgericht Hamburg), und ihre Tochterunternehmen (im Folgenden: „Otto Group“) bilden einen Handels- und Dienstleistungskonzern, der im Wesentlichen in den drei Wirtschaftsräumen Europa, Nordamerika und Asien tätig ist.

Die Tätigkeit des Konzerns umfasst den Multichannel-Einzelhandel, Finanzdienstleistungen und weitere Dienstleistungen in den Bereichen Logistik und Service. Die Finanzdienstleistungen beinhalten im Wesentlichen Leistungen im Zusammenhang mit der Gewährung von Konsumentenkrediten und Inkassodienstleistungen.

Die OTTO Aktiengesellschaft für Beteiligungen, Hamburg, ist Mutterunternehmen und zugleich oberstes Mutterunternehmen der Otto (GmbH & Co KG). Der Konzernabschluss und der Konzernlagebericht der Otto (GmbH & Co KG) werden im elektronischen Bundesanzeiger veröffentlicht. Die Geschäftsführung hat den Konzernabschluss und den Konzernlagebericht am 29. April 2016 zur Veröffentlichung genehmigt.

(1) Grundlagen

Der Konzernabschluss zum 29. Februar 2016 der Otto (GmbH & Co KG) wurde in Anwendung der Regelungen der Verordnung (EG) Nr. 1606/2002 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 19. Juli 2002 i.V.m. § 315a Abs. 3 HGB nach den vom International Accounting Standards Board (IASB) verabschiedeten und veröffentlichten International Financial Reporting Standards (IFRS), wie sie in der Europäischen Union anzuwenden sind, aufgestellt. Zusätzlich wurden die gemäß § 315a Abs. 3 HGB i.V.m. § 315a Abs. 1 HGB geltenden ergänzenden handelsrechtlichen Vorschriften berücksichtigt.

Die Anforderungen der IFRS wurden vollständig erfüllt und führen zur Vermittlung eines den tatsächlichen Verhältnissen entsprechenden Bildes der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Otto Group.

Die Aufstellung des Konzernabschlusses erfolgt grundsätzlich auf der Basis einer Bilanzierung der Vermögenswerte und Schulden zu fortgeführten Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten. Davon ausgenommen sind originäre, zur Veräußerung verfügbare Finanzinstrumente und derivative Finanzinstrumente, die jeweils zum am Bilanzstichtag geltenden Zeitwert angesetzt werden. Zudem werden die zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerte und Schulden mit dem niedrigeren Wert aus Buchwert und beizulegendem Zeitwert abzüglich Veräußerungskosten angesetzt.

Auf der Grundlage des in IAS 1 enthaltenen Wahlrechts werden die ergebniswirksam erfassten Erträge und Aufwendungen in der Gewinn- und Verlustrechnung dargestellt, während die Überleitung vom Periodenergebnis zum Gesamtergebnis über die erfolgsneutral erfassten Erträge und Aufwendungen in einer separaten Gesamtergebnisrechnung gezeigt wird.

Einzelne Posten der Gewinn- und Verlustrechnung sowie der Bilanz sind zur Verbesserung der Übersichtlichkeit der Darstellung zusammengefasst. Diese Posten werden im Anhang erläutert. Die Gewinn- und Verlustrechnung ist nach dem Gesamtkostenverfahren gegliedert.

(2) Konsolidierung

(A) KONSOLIDIERUNGSGRUNDSÄTZE

In den Konzernabschluss der Otto Group sind alle wesentlichen in- und ausländischen Tochterunternehmen einbezogen, bei denen die Otto (GmbH & Co KG) die Möglichkeit zur Beherrschung dieser Gesellschaften gemäß IFRS 10 oder die gemeinsame Beherrschung zusammen mit anderen Parteien gemäß IFRS 11 und IAS 28 hat. Beherrschung gemäß IFRS 10 liegt vor, wenn die Otto (GmbH & Co KG) die Entscheidungsgewalt über die relevanten Prozesse besitzt, variablen Rückflüssen ausgesetzt ist und in Folge der Entscheidungsmacht die Höhe der variablen Rückflüsse beeinflussen kann.

Die Kapitalkonsolidierung erfolgt auf den Erwerbszeitpunkt nach der Erwerbsmethode. Der Erwerbszeitpunkt stellt den Zeitpunkt dar, an dem die Möglichkeit der Beherrschung des Reinvermögens und der finanziellen und operativen Aktivitäten des erworbenen Unternehmens auf die Otto Group übergeht. Bei der Erwerbsmethode werden die Anschaffungskosten der erworbenen Anteile inklusive etwaiger bedingter Kaufpreisbestandteile mit dem anteiligen Zeitwert der erworbenen Vermögenswerte und Schulden und Eventualverbindlichkeiten des Tochterunternehmens zum Erwerbszeitpunkt verrechnet. Ein aus der Verrechnung entstehender Unterschiedsbetrag wird als derivativer Geschäfts- oder Firmenwert aktiviert. Negative Unterschiedsbeträge, die aus der Kapitalkonsolidierung zum Erwerbszeitpunkt entstehen, werden sofort erfolgswirksam aufgelöst. Kosten, die im Zusammenhang mit dem Erwerb der Anteile stehen, werden sofort ergebniswirksam erfasst.

Die bei der Bewertung der Vermögenswerte und Schulden zum Zeitwert im Rahmen der Erstkonsolidierung aufgedeckten stillen Reserven und Lasten werden in den Folgeperioden entsprechend der Entwicklung der Vermögenswerte und Schulden fortgeführt, abgeschrieben bzw. aufgelöst. Ein derivativer Geschäfts- oder Firmenwert wird in den Folgeperioden regelmäßig auf Werthaltigkeit überprüft und bei vorliegendem Wertminderungsbedarf auf den erzielbaren Betrag wertgemindert.

Bei einem sukzessiven Erwerb von Anteilen an Unternehmen, in dessen Rahmen die Otto Group die Beherrschungsmöglichkeit über das Unternehmen erwirbt, werden die Regelungen des IFRS 3 hinsichtlich der vollständigen Neubewertung der Vermögenswerte und Schulden zum Zeitpunkt des Erwerbs der Beherrschungsmöglichkeit angewandt. In die Bemessung der Anschaffungskosten werden die bereits von der Otto Group gehaltenen Anteile zum Zeitwert einbezogen. Eventuell bestehende Differenzen zum bisherigen Ansatz dieser Anteile werden inklusive der bisher in den kumulierten erfolgsneutral erfassten Erträgen und Aufwendungen enthaltenen Beträge erfolgswirksam erfasst.

Sukzessive Erwerbe bei Tochterunternehmen, bei denen der Otto (GmbH & Co KG) im Gegensatz zu dem vorstehend beschriebenen Sachverhalt bereits vor der Transaktion direkt oder indirekt die Beherrschungsmöglichkeit hinsichtlich der jeweiligen Gesellschaft zuzurechnen ist, werden als Transaktionen zwischen Gesellschaftern bilanziert. Ein aus diesem Erwerb resultierender Unterschiedsbetrag zwischen dem Kaufpreis und dem den außenstehenden Gesellschaftern bisher zuzurechnenden Anteil am Nettovermögen wird als „Ausgleichsposten aus sukzessiven Erwerben“ im Konzern-Eigenkapital ausgewiesen. Eine Aufdeckung stiller Reserven und Lasten bzw. die Bilanzierung eines derivativen Geschäfts- oder Firmenwertes erfolgt für derartige Transaktionen nicht.

Aufwendungen und Erträge sowie Forderungen und Verbindlichkeiten zwischen konsolidierten Unternehmen werden eliminiert. Zwischenergebnisse sind, sofern wesentlich, herausgerechnet.

Wesentliche assoziierte und Gemeinschaftsunternehmen werden in den Konzernabschluss nach der Equity-Methode einbezogen. Gemeinschaftliche Tätigkeiten sind mit ihren anteiligen Vermögenswerten und Schulden sowie mit anteiligen Erträgen und Aufwendungen zu bilanzieren. Eine gemeinsame Beherrschung an einer Gesellschaft gemäß IFRS 11 besteht, wenn eine vertraglich vereinbarte, gemeinsam ausgeübte Führung des Unternehmens vorliegt.

Als assoziierte Unternehmen werden Unternehmen definiert, bei denen die Otto (GmbH & Co KG) – in der Regel aufgrund eines Stimmrechtsanteils zwischen 20 % und 50 % – einen maßgeblichen Einfluss auf die Finanz- und Geschäftspolitik ausüben kann. Gemäß IFRS 11 werden – je nach Ausgestaltung der vertraglich vereinbarten Teilung von Kontrolle- gemeinsame Vereinbarungen (*joint arrangements*) in Gemeinschaftsunternehmen (*joint venture*) und in gemeinschaftliche Tätigkeiten (*joint operations*) unterteilt. Ein Gemeinschaftsunternehmen ist ein rechtlich selbstständiges Unternehmen, bei dem die gemeinschaftlich führenden Parteien Rechte am Nettovermögen der Gesellschaft besitzen. Eine gemeinschaftliche Tätigkeit besteht, wenn die gemeinschaftlich herrschenden Parteien unmittelbare Rechte an den Vermögenswerten und unmittelbare Verpflichtung für die Verbindlichkeiten haben. In der Otto Group bestehen zurzeit keine gemeinschaftlichen Tätigkeiten, da die Otto Group bei allen Gesellschaften keinen Residualanspruch auf die in der gemeinschaftlichen Aktivität enthaltenen einzelnen Vermögenswerte und Schulden hat.

Disquotale Kapitalerhöhungen gegen Einlage bei assoziierten Unternehmen, die ein Abschmelzen der Beteiligungsquote der Otto Group an diesen Unternehmen zur Folge hat, führen zu einer erfolgswirksamen Anpassung des Equity-Buchwertes.

Hinsichtlich der Ermittlung von derivativen Geschäfts- oder Firmenwerten sowie der anteiligen Zeitwerte der Vermögenswerte und Schulden gelten die Grundsätze der Vollkonsolidierung. Verluste aus assoziierten und Gemeinschaftsunternehmen, die den Beteiligungsbuchwert bzw. sonstige langfristige Forderungen aus der Finanzierung dieser Unternehmen übersteigen, werden nicht erfasst, sofern keine Nachschusspflicht besteht. Kosten, die im Zusammenhang mit dem Erwerb dieser Anteile stehen, werden als Bestandteil der Anschaffungskosten aktiviert.

Die Abschlüsse der Otto (GmbH & Co KG) sowie der einbezogenen Tochter-, assoziierten und Gemeinschaftsunternehmen werden nach einheitlichen Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden aufgestellt.

Die Abschlüsse der im Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen werden grundsätzlich auf den Stichtag der Konzernobergesellschaft erstellt. Konzerngesellschaften mit abweichendem Stichtag werden auf der Grundlage der auf ihren Abschlussstichtag aufgestellten Abschlüsse einbezogen, soweit der Abschlussstichtag höchstens drei Monate vor dem Konzernabschlussstichtag liegt. Vorgänge von besonderer Bedeutung zwischen den Abschlussstichtagen werden berücksichtigt.

Alle Tochterunternehmen sowie assoziierte und Gemeinschaftsunternehmen sind in der Anteilsbesitzliste auf der Internetseite www.ottogroup.com/konzerngesellschaften veröffentlicht.

(B) UMRECHNUNG VON FREMDWÄHRUNGSABSCHLÜSSEN

Der Konzernabschluss wurde in Euro aufgestellt. Sofern nicht anderweitig angegeben, sind alle Beträge in Tausend Euro (TEUR) angegeben.

Die Vermögenswerte und Schulden von Tochterunternehmen, deren funktionale Währung nicht der Euro ist, werden zum geltenden Währungskurs am Bilanzstichtag umgerechnet. Eine Umrechnung mit dem Stichtagskurs erfolgt ebenfalls für derivative Geschäfts- oder Firmenwerte sowie stille Reserven und Lasten, die im Rahmen der Erstkonsolidierung eines Tochterunternehmens bilanziert worden sind. Posten der Gewinn- und Verlustrechnung werden zum gewogenen Durchschnittskurs des jeweiligen Jahres umgerechnet. Eigenkapitalkomponenten der Tochterunternehmen werden zum entsprechenden historischen Kurs bei Entstehung umgerechnet. Die aus der Umrechnung resultierenden Währungsdifferenzen werden als Ausgleichsposten aus der Umrechnung von Fremdwährungsabschlüssen innerhalb der kumulierten erfolgsneutral erfassten Erträge und Aufwendungen bzw. der Anteile anderer Gesellschafter erfasst.

Für die Umrechnung wesentlicher Fremdwährungsabschlüsse in Euro wurden die folgenden Kurse verwendet:

Fremdwährung für 1 EUR	Durchschnittskurs		Stichtagskurs	
	2015/16	2014/15	29.02.2016	28.02.2015
US-Dollar (USD)	1,101	1,293	1,089	1,124
Russischer Rubel (RUB)	69,789	55,484	82,643	69,200
Pfund Sterling (GBP)	0,728	0,794	0,786	0,728
Japanischer Yen (JPY)	132,911	139,654	123,140	134,050
Polnische Zloty (PLN)	4,212	4,194	4,354	4,152
Kanadische Dollar (CAD)	1,439	1,452	1,477	1,400
Brasilianischer Real (BRL)	3,903	3,103	4,339	3,258
Hong Kong Dollar (HKD)	8,542	10,026	8,465	8,717

(3) Erläuterung der Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

(A) IMMATERIELLE VERMÖGENSWERTE

Selbsterstellte immaterielle Vermögenswerte werden mit den Kosten angesetzt, die in der Entwicklungsphase nach dem Zeitpunkt der Feststellung der technologischen und wirtschaftlichen Realisierbarkeit bis zur Fertigstellung entstanden sind. Die aktivierten Herstellungskosten umfassen die direkt und indirekt der Entwicklungsphase zurechenbaren Kosten.

Erworbene immaterielle Vermögenswerte werden mit ihren Anschaffungskosten angesetzt.

Immaterielle Vermögenswerte mit einer unbestimmten Nutzungsdauer liegen in der Otto Group mit Ausnahme der derivativen Geschäfts- oder Firmenwerte sowie der angesetzten Markenrechte und Domains im Segment Multichannel-Einzelhandel von 29.478 TEUR (28. Februar 2015: 30.248 TEUR) nicht vor. Für diese Markenrechte werden entsprechende Unterhaltungsinvestitionen getätigt, um die dauerhafte Werthaltigkeit zu erhalten. Alle anderen selbsterstellten und erworbenen immateriellen Vermögenswerte werden ab dem Zeitpunkt der Nutzung linear über die wirtschaftliche Nutzungsdauer wie folgt abgeschrieben:

	Nutzungsdauer in Jahren
Software	2 – 12
Lizenzen	Vertragslaufzeit
Konzessionen	max. 20
Websites	max. 1

(B) SACHANLAGEN

Vermögenswerte des Sachanlagevermögens werden zu Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten aktiviert und planmäßig linear entsprechend der voraussichtlichen wirtschaftlichen Nutzungsdauer abgeschrieben. Änderungen der Restwerte bzw. der Nutzungsdauern, die während der Nutzung der Vermögenswerte eintreten, werden in der Bemessung der Abschreibungsbeträge berücksichtigt. Die Kosten selbsterstellter Sachanlagen umfassen alle Einzelkosten sowie alle Gemeinkosten, die im Zusammenhang mit dem Herstellungsvorgang anfallen. Nachträgliche Aufwendungen werden aktiviert, wenn diese zu einer Änderung des Nutzungszwecks bzw. zu einer Erhöhung des Nutzungswertes der Sachanlage führen. Gewinne oder Verluste aus dem Abgang von immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen werden in den sonstigen betrieblichen Erträgen oder Aufwendungen ausgewiesen.

Gemietete oder geleaste Vermögenswerte, die im wirtschaftlichen Eigentum der Otto Group stehen (*finance lease*), werden mit dem Barwert der Miet- bzw. Leasingraten oder, sofern niedriger, mit dem Zeitwert des Miet- bzw. Leasingobjektes aktiviert und planmäßig linear abgeschrieben. Der Barwert der Zahlungsverpflichtungen aus den künftigen Miet- und Leasingraten wird als Verbindlichkeit passiviert.

Die planmäßigen Abschreibungen erfolgen konzerneinheitlich über die folgenden Nutzungsdauern:

	Nutzungsdauer in Jahren
Gebäude	15 – 50
Mietereinbauten	Mietdauer, max. 28
Technische Anlagen und Maschinen	4 – 30
Betriebs- und Geschäftsausstattung	2 – 30
Anlagen in <i>finance lease</i>	Miet- bzw. Leasingdauer

Bei Vermögenswerten in *finance lease*, bei denen der Eigentumsübergang auf Unternehmen der Otto Group am Ende des Miet- bzw. Leasingvertrages hinreichend sicher ist, erfolgt die planmäßige Abschreibung über die wirtschaftliche Nutzungsdauer der Vermögenswerte.

Zuschüsse der öffentlichen Hand zur Förderung von Investitionen werden gemäß IAS 20 von den Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten der bezuschussten Vermögenswerte abgesetzt. Die Aktivierung des Anspruchs erfolgt zu einem Zeitpunkt, zu dem eine hinreichende Sicherheit hinsichtlich der Gewährung der Zuschüsse sowie der Erfüllung der mit der Gewährung verbundenen Bedingungen besteht.

(C) AUSSERPLANMÄSSIGE ABSCHREIBUNGEN AUF IMMATERIELLE VERMÖGENSWERTE UND SACHANLAGEN

Außerplanmäßige Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte inklusive derivativer Geschäfts- oder Firmenwerte sowie auf Sachanlagen werden vorgenommen, sofern die Buchwerte der Vermögenswerte nicht mehr durch die zu erwartenden Veräußerungserlöse bzw. die diskontierten Netto-Cashflows aus der weiteren Nutzung gedeckt sind. Wenn eine Ermittlung des erzielbaren Betrags für einzelne Vermögenswerte nicht möglich ist, wird der Cashflow für die nächsthöhere Gruppierung von Vermögenswerten bestimmt, für die ein derartiger Cashflow ermittelt werden kann. Die Zuordnung derivativer Geschäfts- oder Firmenwerte zu den entsprechenden Berichtseinheiten erfolgt auf Grundlage des internen Berichtssystems.

Die Ermittlung der Netto-Cashflows aus der weiteren Nutzung erfolgt grundsätzlich auf der Grundlage der Konzernplanung mit einem Prognose-Horizont von drei Jahren, auf deren Basis eine Trendermittlung der Netto-Cashflows für die nachfolgenden Perioden auf Grundlage eines Wachstumsfaktors von 0,75 % bis 2,25 % vorgenommen wird. Die Diskontierung der prognostizierten Netto-Cashflows wird unter Nutzung eines risikoadjustierten länderspezifischen Zinssatzes auf Nachsteuerbasis durchgeführt. Weitere Parameter werden standardisierten Branchenangaben entnommen. Für die Durchführung der Werthaltigkeitstests wurden Kapitalisierungszinssätze zwischen 7,01 % und 13,66 % (28. Februar 2015: 6,12 % bis 16,40 %) angewendet.

Zuschreibungen werden vorgenommen, sofern in den Folgeperioden die Gründe für außerplanmäßige Abschreibungen entfallen sind. Eine Zuschreibung erfolgt dabei höchstens auf den Betrag, der sich ohne die Vornahme der außerplanmäßigen Abschreibung ergeben hätte. Eine Zuschreibung auf außerplanmäßig abgeschriebene Geschäfts- oder Firmenwerte erfolgt nicht.

(D) FINANZINSTRUMENTE

In der Otto Group werden originäre und derivative Finanzinstrumente eingesetzt. Diese umfassen flüssige Mittel, Forderungen, zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte, finanzielle Verbindlichkeiten sowie Devisentermingeschäfte, Zinsswaps und Devisenoptionen.

Finanzielle Vermögenswerte werden in der Otto Group grundsätzlich bei Lieferung, d. h. zum Erfüllungstag, bilanziert. Eine Ausnahme bilden derivative Finanzinstrumente, deren Bilanzierung zum Handelstag erfolgt. Die erstmalige Erfassung eines finanziellen Vermögenswertes erfolgt zum Zeitwert zuzüglich direkt zurechenbarer Transaktionskosten, sofern die finanziellen Vermögenswerte nicht der Kategorie *at fair value through profit or loss* zugeordnet werden. Die Folgebewertung der finanziellen Vermögenswerte erfolgt entweder zu Zeitwerten oder zu Anschaffungskosten bzw. zu fortgeführten Anschaffungskosten unter Verwendung der Effektivzinsmethode in Abhängigkeit von der Zuordnung der einzelnen Finanzinstrumente zu den Kategorien nach IAS 39.

Finanzielle Verbindlichkeiten werden im Zeitpunkt der Erstbilanzierung zum Zeitwert abzüglich Transaktionskosten bewertet und in der Folgebewertung zu fortgeführten Anschaffungskosten bilanziert. Bei finanziellen Verbindlichkeiten der Kategorie *at fair value through profit or loss* erfolgt sowohl in der Erst- als auch in der Folgebilanzierung eine Bewertung zum Zeitwert.

Finanzielle Vermögenswerte beziehungsweise finanzielle Verbindlichkeiten werden ausgebucht, sofern entweder die Rechte auf die aus den Vermögenswerten generierbaren Zahlungsströmen erloschen sind oder nahezu alle Risiken in einer Form auf einen Dritten übertragen wurden, so dass die Kriterien für eine Ausbuchung erfüllt sind. Die Otto Group veräußert im Rahmen von ABS-Transaktionen (*asset-backed securities*) Forderungen mit einer Laufzeit bis zu drei Jahren. Ungeachtet des rechtlichen Übergangs der Forderungen auf den Erwerber sind die Forderungen durch die Otto Group weiterhin zu bilanzieren, sofern aufgrund der vertraglichen Gestaltungen wesentliche Risiken und Chancen bei den Konzerngesellschaften verbleiben. Für die den Konzerngesellschaften aus der Veräußerung zufließenden liquiden Mittel wird, sofern die Forderungen weiterhin im Konzern bilanziert werden, bis zur Tilgung der Forderungen durch den Kunden eine Verbindlichkeit bilanziert. Ein weiterer Bestandteil der ABS-Transaktionen ist die Verpflichtung der Otto Group, für die veräußerten Forderungen die Verwaltung zu gewährleisten. Für diese Verpflichtungen werden zum Bilanzstichtag angemessene Rückstellungen in Höhe von 4.774 TEUR (28. Februar 2015: 4.449 TEUR) gebildet.

Finanzielle Schulden werden ausgebucht, wenn die Verpflichtungen entweder erloschen, aufgehoben oder abgelaufen sind.

(i) Flüssige Mittel

Die flüssigen Mittel umfassen die Kassenbestände und Bankguthaben. Sie sind zum Nominalwert bilanziert.

**(ii) Forderungen und sonstige finanzielle Vermögenswerte
(Kategorie „Loans and receivables“, LAR)**

Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, Forderungen aus Finanzdienstleistungen und sonstige originäre finanzielle Vermögenswerte dieser Kategorie werden bei erstmaliger Erfassung mit ihren Zeitwerten angesetzt. In den Forderungen aus Finanzdienstleistungen sind angekaufte Forderungen enthalten, die als Finanzinstrumente der Kategorie *loans and receivables* bilanziert werden.

Die Folgebewertung erfolgt zu fortgeführten Anschaffungskosten unter Anwendung der Effektivzinsmethode.

Wertminderungen von Forderungen und sonstigen originären finanziellen Vermögenswerten werden auf einem Wertberichtigungskonto berücksichtigt. Wertberichtigungen werden gebildet, soweit nach objektiven Hinweisen ein Ausfallrisiko bei dem finanziellen Vermögenswert besteht. Hinweise auf eine Wertminderung können beispielsweise Verzögerungen oder Ausfälle von Zins- oder Tilgungszahlungen, Verschlechterungen der Kreditwürdigkeit, eine hohe Wahrscheinlichkeit für die Insolvenz eines Schuldners oder Veränderung politischer oder makroökonomischer Rahmenbedingungen sein. Die Höhe der Wertberichtigung richtet sich dabei nach Erfahrungswerten bzw. individuellen Risikoeinschätzungen. Ist von einer Uneinbringlichkeit auszugehen, werden die Posten ausgebucht.

**(iii) Zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte
(Kategorie „Available-for-sale financial assets“, AFS)**

Die zur Veräußerung verfügbaren finanziellen Vermögenswerte umfassen Anteile an Unternehmen, die nicht nach IFRS 10, IFRS 11 bzw. IAS 28 bilanziert werden, sowie Wertpapiere und sonstige originäre Finanzinstrumente, die weder den flüssigen Mitteln noch den Kategorien *loans and receivables* bzw. bis zur Endfälligkeit gehalten zugeordnet werden können.

Die zur Veräußerung verfügbaren finanziellen Vermögenswerte werden zum Bilanzstichtag mit dem Zeitwert bzw., sofern dieser nicht zu ermitteln ist, mit den Anschaffungskosten bilanziert. Aus der Veränderung des Zeitwertes resultierende unrealisierte Gewinne und Verluste werden unter Berücksichtigung der steuerlichen Auswirkungen in den kumulierten erfolgsneutral erfassten Erträgen und Aufwendungen erfasst. Eine erfolgswirksame Erfassung der Zeitwertänderungen erfolgt erst zum Zeitpunkt der Veräußerung bzw. bei Vorliegen einer dauerhaften Wertminderung. Wertaufholungen werden bei Eigenkapitalinstrumenten stets erfolgsneutral erfasst, bei Fremdkapitalinstrumenten erfolgswirksam bis zur Höhe der erfolgswirksam erfassten Wertminderung. Bei Anteilen an Unternehmen, die als Eigenkapitalinstrumente klassifiziert werden, erfolgt eine Bewertung zu den Anschaffungskosten, wenn der Zeitwert weder aus Börsen- bzw. Referenztransaktionswerten abgeleitet noch aufgrund volatiler bzw. nicht verlässlich bestimmbarer Cashflows mittels geeigneter Bewertungsmodelle ermittelt werden kann.

**(iv) Finanzielle Verbindlichkeiten
(Kategorie „Financial liabilities measured at amortised cost“, OL)**

Finanzielle Verbindlichkeiten werden bei erstmaligem Ansatz mit ihrem Zeitwert angesetzt. Die Folgebewertung erfolgt zu fortgeführten Anschaffungskosten unter Berücksichtigung der Effektivzinsmethode.

**(v) Derivative Finanzinstrumente
(Kategorie „Financial assets/liabilities at fair value through profit or loss“, AFV/LFV)
und Sicherungsbeziehungen**

Derivative Finanzinstrumente werden in der Otto Group zur Absicherung von Währungs- und Zinsrisiken eingesetzt. Der Ansatz der derivativen Finanzinstrumente erfolgt dabei zum Zeitwert.

Die Bilanzierung von Zeitwertänderungen der derivativen Finanzinstrumente hängt davon ab, ob diese Instrumente als Sicherungsinstrumente eingesetzt werden und die Voraussetzungen zur Bilanzierung von Sicherungsbeziehungen gemäß IAS 39 erfüllt sind.

Sind diese Voraussetzungen trotz eines bestehenden wirtschaftlichen Sicherungszusammenhangs nicht gegeben, werden die Zeitwertänderungen der derivativen Finanzinstrumente unmittelbar erfolgswirksam erfasst.

Der effektive Teil der Zeitwertänderung eines derivativen Finanzinstrumentes, das als Sicherungsinstrument bestimmt wurde und die Voraussetzungen für die Bilanzierung einer Sicherungsbeziehung für die Absicherung von Zahlungsströmen erfüllt (*cash flow hedge*), wird unter Berücksichtigung des darauf entfallenden steuerlichen Effektes unmittelbar in den kumulierten erfolgsneutral erfassten Erträgen und Aufwendungen bilanziert. Der ineffektive Teil wird in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasst. Der effektive Teil wird dann ergebniswirksam in die Umsatzerlöse bzw. in den Materialaufwand umgliedert, wenn die erwarteten Zahlungsströme aus dem Grundgeschäft den Gewinn oder Verlust beeinflussen.

Des Weiteren bestehen Optionen auf von der Otto Group gehaltene Anteile an assoziierten Unternehmen, insbesondere hinsichtlich der Anteile an der COFIDIS PARTICIPATIONS, Villeneuve d'Ascq, Frankreich. Die Optionen werden entsprechend IAS 39 mit dem Zeitwert bewertet. Änderungen der Zeitwerte werden erfolgswirksam im sonstigen Finanzergebnis erfasst.

(vi) Nettoinvestition in einen ausländischen Geschäftsbetrieb

Die Zeitwertänderung eines monetären Postens, der als Teil einer Nettoinvestition in einen ausländischen Geschäftsbetrieb klassifiziert ist und auf Veränderungen des Fremdwährungskurses zurückgeht, wird in den kumulierten erfolgsneutral erfassten Erträgen und Aufwendungen bilanziert. Der Gewinn oder Verlust, der in den kumulierten erfolgsneutral erfassten Erträgen und Aufwendungen erfasst wurde, ist bei Veräußerung oder Liquidation des ausländischen Geschäftsbetriebs vom Konzern-Eigenkapital in die Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung umzugliedern. Der monetäre Posten stellt einen Bestandteil der Nettoinvestition in den ausländischen Geschäftsbetrieb dar, wenn dessen Abwicklung auf absehbare Zeit weder geplant noch wahrscheinlich ist.

(vii) Zeitwerte der Finanzinstrumente

Der beizulegende Zeitwert der Finanzinstrumente ist der Preis, der in einem geordneten Geschäftsvorfall zwischen Marktteilnehmern am Bemessungsstichtag für den Verkauf eines Vermögenswerts eingenommen bzw. für die Übertragung einer Schuld gezahlt würde. Bei der Bemessung des beizulegenden Zeitwerts wird davon ausgegangen, dass der dem Preis zu Grunde liegende Geschäftsvorfall entweder auf dem Hauptmarkt oder dem vorteilhaftesten Markt, zu dem die Otto Group Zugang hat, stattfindet. Der Preis bemisst sich anhand der Annahmen, die Marktteilnehmer bei der Preisbildung zu Grunde legen würden.

Die Zeitwerte der Finanzinstrumente werden auf Basis entsprechender Marktwerte oder durch Anwendung geeigneter Bewertungsmethoden bestimmt. Für flüssige Mittel und andere originäre kurzfristige Finanzinstrumente entsprechen die Buchwerte den zu den jeweiligen Stichtagen bestehenden Zeitwerten.

Bei langfristigen Forderungen und sonstigen Vermögenswerten sowie langfristigen Verbindlichkeiten erfolgt die Bestimmung des Zeitwertes auf Grundlage der erwarteten Zahlungsströme unter Anwendung der zum Bilanzstichtag herrschenden Referenzzinssätze. Die Zeitwerte der derivativen Finanzinstrumente werden auf Grundlage der zum Bilanzstichtag bestehenden Fremdwährungsterminkurse sowie Referenzzinssätze ermittelt.

Bei den Zinsswaps erfolgt die Bewertung durch Abzinsung der zukünftigen Zahlungsströme auf Basis der am Bilanzstichtag für die Restlaufzeit der Kontrakte geltenden Marktzinssätze. Für die Ermittlung der Marktwerte von Devisentermingeschäften wird der kontrahierte Terminkurs mit dem Terminkurs des Bilanzstichtags für die Restlaufzeit verglichen. Der daraus resultierende Wert wird unter Berücksichtigung aktueller Marktzinssätze der entsprechenden Währung auf den Bilanzstichtag diskontiert. Die Bewertung der Devisenoptionen erfolgt mittels eines anerkannten finanzmathematischen Verfahrens (Black-Scholes-Modell) unter Berücksichtigung der am Bilanzstichtag geltenden Devisenkurse und Devisenvolatilitäten. Die Otto Group schließt Derivate ausschließlich mit Banken mit einem mindestens ausreichenden Bonitätsrating ab. Das eigene sowie das kontrahentenspezifische Ausfallrisiko werden regelmäßig überwacht und in die Ermittlung der Zeitwerte der derivativen Finanzinstrumente einbezogen.

(E) VORRÄTE

Die Bewertung der Vorräte zum Bilanzstichtag erfolgt zum jeweils niedrigeren Betrag aus Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten und Nettoveräußerungswert. Der Nettoveräußerungswert stellt dabei den voraussichtlich erzielbaren Verkaufserlös abzüglich der bis zum Verkauf noch anfallenden Kosten dar.

Für die in den Vorräten enthaltenen Handelswaren sowie Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe erfolgt die Ermittlung der Anschaffungskosten auf der Grundlage eines gewichteten Durchschnittswertes bzw. unter Anwendung der Standardkostenmethode.

Die Herstellungskosten der unfertigen Erzeugnisse und Leistungen umfassen alle der Leistungserstellung zurechenbaren Einzelkosten und Gemeinkosten.

(F) RÜCKSTELLUNGEN FÜR PENSIONEN UND ÄHNLICHE VERPFLICHTUNGEN

Rückstellungen für Pensions- und ähnliche Verpflichtungen werden gemäß IAS 19 nach dem Anwartschaftsbarwertverfahren (*projected unit credit method*) unter Berücksichtigung von zukünftigen Entgelt- und Rentenanpassungen errechnet. Die Bewertung der Pensionsverpflichtungen erfolgt dabei auf Basis von Pensionsgutachten unter Einbeziehung der zur Deckung dieser Verpflichtungen bestehenden Vermögenswerte (Planvermögen). Neubewertungen der Nettoschuld aus leistungsorientierten Versorgungsplänen werden unmittelbar in den erfolgsneutral erfassten Erträgen und Aufwendungen erfasst. Die Neubewertung umfasst die versicherungsmathematischen Gewinne und Verluste, den Ertrag aus Planvermögen (ohne in den Nettozinsaufwendungen enthaltene Zinserträge) und die Auswirkungen einer etwaigen Vermögensobergrenze (ohne in den Nettozinsaufwendungen enthaltene Zinserträge). Der Konzern ermittelt die Nettozinsaufwendungen auf die Nettoschuld aus leistungsorientierten Versorgungsplänen für die Berichtsperiode mittels Anwendung des Abzinsungssatzes, der für die Bewertung der leistungsorientierten Verpflichtung zu Beginn der jährlichen Periode verwendet wurde. Die Nettozinsaufwendungen sowie laufender und nachzuerrechnender Dienstzeitaufwand werden in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasst.

(G) SONSTIGE RÜCKSTELLUNGEN

Die sonstigen Rückstellungen berücksichtigen alle zum Abschlussstichtag bestehenden, auf vergangene Ereignisse zurückzuführenden rechtlichen und faktischen Verpflichtungen der Otto Group gegenüber Dritten, deren Erfüllung wahrscheinlich ist und deren Höhe zuverlässig ermittelt werden kann. Die Rückstellungen werden unter Berücksichtigung aller erkennbaren Risiken zum voraussichtlichen Erfüllungsbetrag bewertet. Dieser stellt die bestmögliche Schätzung der Ausgabe dar, die zur Erfüllung der gegenwärtigen Verpflichtung zum Bilanzstichtag erforderlich ist. Langfristige Rückstellungen werden auf der Grundlage entsprechender Marktzinssätze mit ihrem auf den Bilanzstichtag abgezinsten Erfüllungsbetrag bilanziert.

Rückstellungen für Restrukturierungsaufwendungen werden angesetzt, wenn zum Bilanzstichtag die Maßnahmen hinreichend konkretisiert sind und eine Kommunikation an die durch die Maßnahmen Betroffenen bzw. deren Interessenvertretung erfolgt ist.

(H) FINANZIELLE VERBINDLICHKEITEN

Finanzielle Verbindlichkeiten werden zum Zeitpunkt der Erstabibilisierung zum Zeitwert unter Berücksichtigung von Agien, Disagien und Transaktionskosten angesetzt. Nachfolgend wird eine Bilanzierung der Verbindlichkeiten zu fortgeführten Anschaffungskosten vorgenommen. Langfristige Verbindlichkeiten werden zu fortgeführten Anschaffungskosten unter Berücksichtigung der Effektivzinsmethode bewertet.

(I) LATENTE STEUERN

Latente Steuern werden zur Berücksichtigung zukünftiger steuerlicher Folgen von temporären Differenzen zwischen den steuerlichen Bemessungsgrundlagen der Vermögenswerte und Schulden und deren Wertansätzen im IFRS-Abschluss sowie auf steuerliche Verlustvorträge gebildet. Die Bemessung der latenten Steuern erfolgt dabei auf Grundlage der vom Gesetzgeber zum Ende des jeweiligen Geschäftsjahres erlassenen Regelungen für die Geschäftsjahre, in denen sich die Differenzen ausgleichen bzw. die Verlustvorträge wahrscheinlich genutzt werden. Aktive latente Steuern auf temporäre Differenzen und Verlust- bzw. Zinsvorträge werden nur dann angesetzt, sofern ihre Realisierbarkeit in näherer Zukunft hinreichend gesichert erscheint.

Auf temporäre Unterschiede, die aus der Zeitwertbilanzierung von Vermögenswerten und Schulden im Rahmen von Unternehmenserwerben resultieren, werden latente Steuern bilanziert.

Latente Steuern werden auf temporäre Unterschiede bei derivativen Geschäfts- oder Firmenwerten nur dann angesetzt, wenn die Abschreibungen auf derivative Geschäfts- oder Firmenwerte steuerlich geltend gemacht werden können.

Aktive und passive latente Steuern werden saldiert, sofern sich diese auf Steuern vom Einkommen und vom Ertrag beziehen, die von der gleichen Steuerbehörde erhoben werden und die laufenden Steuern miteinander verrechnet werden können.

(J) ERTRAGS- UND AUFWANDSREALISIERUNG

Die Erfassung von Umsatzerlösen sowie sonstigen betrieblichen Erträgen erfolgt zum Zeitpunkt der Leistungserbringung, sofern die Höhe der Erträge zuverlässig ermittelbar ist und der wirtschaftliche Nutzen wahrscheinlich zufließen wird. Die Umsatzerlöse werden um Erlösschmälerungen gemindert.

Bei der Veräußerung von Handelswaren an Kunden liegt die Leistungserbringung grundsätzlich zu dem Zeitpunkt vor, an dem die Handelswaren in das wirtschaftliche Eigentum des Kunden übergegangen sind. Der Übergang des wirtschaftlichen Eigentums ist dabei nicht an den Übergang des rechtlichen Eigentums gebunden.

Lieferungen von Handelswaren, bei denen aufgrund von Erfahrungswerten eine Rückgabe erwartet wird, werden nicht ergebniswirksam erfasst. In Höhe der Anschaffungskosten der gelieferten Waren wird unter Berücksichtigung der für die Retourenabwicklung anfallenden Kosten und eines möglichen Verwertungsverlusts ein sonstiger Vermögenswert bilanziert.

Erträge aus *sale and lease back*-Transaktionen werden sofort ergebniswirksam erfasst, sofern der Miet- bzw. Leasingvertrag als *operating lease* klassifiziert wird und der Verkaufspreis dem Zeitwert der Vermögenswerte entspricht.

Zinserträge, die in der Otto Group aus der Kreditierung des Verkaufs von Handelswaren entstehen, werden unter Berücksichtigung der Effektivzinsmethode periodengerecht vereinnahmt. Gebühren aus Bankdienstleistungen und sonstigen Finanzdienstleistungen, wie dem Forderungsmanagement bzw. der Inkassotätigkeit, werden als Erträge aus Finanzdienstleistungen erfasst, sobald die entsprechende Leistung erbracht worden ist.

Betriebliche Aufwendungen werden mit Inanspruchnahme der Leistung bzw. zum Zeitpunkt ihrer Verursachung ergebniswirksam. Aufwendungen im Rahmen von Miet- und Leasingverhältnissen, die als *operating lease* zu klassifizieren sind, werden im Zeitpunkt der Nutzung der Miet- bzw. Leasinggegenstände verursachungsgerecht erfasst. Die Kosten für Werbe- und Verkaufsförderungsmaßnahmen werden zu dem Zeitpunkt aufwandswirksam erfasst, an dem die Otto Group die Verfügungsmacht über die in dem Zusammenhang verwendeten Güter bzw. Dienstleistungen erlangt. Die Werbe- und Verkaufsförderungsmaßnahmen umfassen entsprechend des IAS 38 auch die im Multichannel-Einzelhandel verwendeten Kataloge.

Zinsen werden periodengerecht als Aufwand bzw. Ertrag erfasst. Zinsaufwendungen im Zusammenhang mit der Anschaffung und Herstellung von qualifizierten Vermögenswerten werden gemäß IAS 23 aktiviert. Ein qualifizierter Vermögenswert ist ein Vermögenswert, für den bei der Otto Group in der Regel ein Zeitraum von über einem Jahr für die Anschaffung bzw. Herstellung vorgesehen ist.

Zinsvorteile aus unterverzinslichen Darlehen der öffentlichen Hand werden ergebniswirksam vereinbart und periodengerecht abgegrenzt, wobei der Anteil für zukünftige Geschäftsjahre in einen Abgrenzungsposten eingestellt wird.

Dividenden werden grundsätzlich mit der Entstehung des Rechtsanspruchs als Ertrag realisiert.

(K) AKTIENBASIERTE VERGÜTUNGEN

Die bei einer Konzerngesellschaft in den USA bestehenden aktienbasierten Vergütungssysteme in Form von Aktienoptionen bzw. aktienbasierten Wertsteigerungsrechten für Führungskräfte werden gemäß IFRS 2 bilanziert. Die in Form von Aktienoptionen bzw. Aktien aufgelegten Programme räumen den Mitarbeitern das Recht ein, die nach Ausübung der gewährten Aktienoptionen erworbenen bzw. erhaltenen Aktien zum dann bestehenden Wert der Aktie anzudienen. Insofern werden diese Programme sowie die den Mitarbeitern gewährten Wertsteigerungsrechte in Höhe des Zeitwertes unter Berücksichtigung des Erdienungszeitraumes aufwandswirksam unter den sonstigen Verbindlichkeiten erfasst. Die Ermittlung des Zeitwertes der gewährten Optionsrechte erfolgt dabei auf Grundlage des Black-Scholes-Modells.

(L) KLASSIFIZIERUNG DES GESELLSCHAFTERKAPITALS BEI PERSONENHANDELSGESELLSCHAFTEN

Die Otto (GmbH & Co KG) als Konzernobergesellschaft ist in der Rechtsform einer Personenhandelsgesellschaft organisiert, bei der der Gesellschafter durch Ausübung eines gesetzlichen Kündigungsrechtes, das durch den Gesellschaftsvertrag nicht ausgeschlossen werden kann, die Gesellschaft zur Auszahlung der Kapitaleinlagen und der auf sie entfallenden Gewinnanteile (Buchwertklausel) verpflichten kann.

Gemäß IAS 32 sind kündbare Finanzinstrumente bei Erfüllung bestimmter Bedingungen als Eigenkapital zu klassifizieren. Zu diesen Bedingungen zählen u.a. die Qualifizierung des Finanzinstruments als nachrangigste Klasse und der Anspruch der Inhaber der Finanzinstrumente auf das anteilige Nettovermögen im Falle der Liquidation sowie die Abhängigkeit der für das Finanzinstrument erwarteten Cashflows vom Ergebnis bzw. von Wertänderungen des Nettovermögens. Diese Bedingungen sind für die Kommanditanteile bei der Otto (GmbH & Co KG) aufgrund der gesetzlichen und gesellschaftsvertraglichen Bestimmungen gegeben, so dass die Kommanditanteile im Konzern-Eigenkapital ausgewiesen werden. Die Gewinnzuweisungen an die Kommanditisten werden dementsprechend in der Entwicklung des Konzern-Eigenkapitals als Gesellschaftertransaktion außerhalb des Konzern-Gesamtergebnisses erfasst.

Die Anteile außenstehender Gesellschafter an konsolidierten Personenhandelsgesellschaften, bei denen derartige Kündigungsrechte bestehen, sind als Fremdkapital zu klassifizieren und werden unter der Position „Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten“ ausgewiesen, da diese Anteile die nach IAS 32 definierten Kriterien hinsichtlich der Eigenkapitalklassifikation nicht erfüllen. Die Wertänderungen und Zinsbestandteile der Verbindlichkeit werden in der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung als Aufwand oder Ertrag erfasst.

(M) GENUSSSCHEINE

Von der Otto Group ausgegebene Genussscheine sind Teil des Konzern-Eigenkapitals, sofern sich aufgrund der Ausgestaltung der Genussscheinbedingungen keine Verpflichtung der Otto Group zur Rückzahlung ergibt, deren Entstehung außerhalb des Ermessens der Otto Group steht. Die Vergütung auf diese Genussscheine wird dementsprechend im Rahmen der Ergebnisverwendung erfasst.

(N) GENUSSRECHTE

Genussrechte, die die Otto Group an Mitarbeiter ausgibt, werden gemäß IAS 32 als Fremdkapital klassifiziert, da nach Ablauf einer sechsjährigen Sperrfrist auf Verlangen des Genussrechtinhabers eine Rücknahmeverpflichtung für die Otto Group entstehen kann und diese zur Klasse der *puttable instruments* zählenden Finanzinstrumente im Liquidationsfall vorrangig vor den Ansprüchen der Gesellschafter bedient werden. Die auf die ausgegebenen Genussrechte gewährten Firmenzuschüsse werden im Personalaufwand und die erfolgsabhängigen Gewinn- und Verlustbeteiligungen unter den Zinsen und ähnlichen Aufwendungen bzw. Erträgen ausgewiesen.

(O) TRANSAKTIONEN IN FREMDWÄHRUNG

Einkäufe und Verkäufe in Fremdwährungen werden mit dem zum Zeitpunkt der Lieferung geltenden Tageskurs umgerechnet. Vermögenswerte und Schulden in Fremdwährung werden mit dem geltenden Währungskurs am Bilanzstichtag in die funktionale Währung umgerechnet. Die aus diesen Umrechnungen entstandenen Fremdwährungsgewinne und -verluste werden ergebniswirksam erfasst.

(P) ZUR VERÄUSSERUNG GEHALTENE VERMÖGENSWERTE UND VERÄUSSERUNGSGRUPPEN

Vermögenswerte oder Veräußerungsgruppen werden unter den zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerten ausgewiesen, sofern eine Veräußerung der Vermögenswerte oder Veräußerungsgruppen innerhalb der nächsten zwölf Monate als sehr wahrscheinlich angesehen wird, sich die Vermögenswerte in einem veräußerungsbereiten Zustand befinden, und nicht durch fortgesetzte Nutzung realisiert werden. Diese Vermögenswerte oder Veräußerungsgruppen werden zum niedrigeren Wert aus Buchwert und beizulegendem Zeitwert abzüglich Veräußerungskosten angesetzt. Ein Wertminderungsaufwand einer Veräußerungsgruppe würde zunächst dem Geschäfts- oder Firmenwert und dann unter Berücksichtigung der Vorgaben des IFRS 5 den verbleibenden Vermögenswerten und Schulden anteilig zugeordnet werden, mit der Ausnahme, dass den Vorräten, finanziellen Vermögenswerten, latenten Steueransprüchen, Vermögenswerten im Zusammenhang mit Leistungen an Arbeitnehmern, die weiterhin gemäß den sonstigen Rechnungslegungsmethoden des Konzerns bewertet werden, kein Verlust zugeordnet wird.

Immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen werden nicht mehr planmäßig abgeschrieben. Wertminderungsaufwendungen, die bei der erstmaligen Einstufung als zur Veräußerung gehalten entstehen, und spätere Gewinne und Verluste der Neubewertung, werden ergebniswirksam erfasst. Sofern Anteile an assoziierten und Gemeinschaftsunternehmen, die bisher nach der Equity-Methode in den Konzernabschluss einbezogen wurden, aufgrund des Vorliegens der Kriterien des IFRS 5 in die zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerte umgliedert werden, wird die Bilanzierung nach der Equity-Methode nicht mehr fortgesetzt.

Eine zur Veräußerung gehaltene Gruppe von Vermögenswerten wird als aufgebener Geschäftsbereich im Sinne des IFRS 5 klassifiziert, wenn diese Gruppe hinsichtlich der Geschäftsaktivitäten und Zahlungsströme eindeutig von den restlichen Einheiten des Konzern abgegrenzt werden kann und eine wesentliche Geschäftsaktivität darstellt. Sofern eine Geschäftsaktivität als aufgebener Geschäftsbereich berichtet wird, erfolgt eine separate Darstellung der Geschäftsaktivitäten in der Gewinn- und Verlustrechnung. Die Vergleichsinformationen in der Gewinn- und Verlustrechnung werden rückwirkend angepasst, als ob der Geschäftsbereich bereits zu Beginn der Vergleichsperiode als aufgebener Geschäftsbereich klassifiziert worden wäre.

Unter den aufgegebenen Geschäftsaktivitäten werden auch Gruppen von Vermögenswerten dargestellt, deren Veräußerung im Zusammenhang mit einem Plan zur Aufgabe einer Geschäftsaktivität steht, die innerhalb eines Jahres ab dem Zeitpunkt der Designation veräußert werden.

(Q) VERWENDUNG VON SCHÄTZUNGEN UND ANNAHMEN

Die Aufstellung des IFRS-Konzernabschlusses erfordert Schätzungen und Annahmen, die Einfluss auf den Ausweis von Vermögenswerten und Schulden, die Angabe von Eventualverbindlichkeiten zum Bilanzstichtag sowie den Ausweis von Erträgen und Aufwendungen haben. Die sich tatsächlich ergebenden Beträge können von den Beträgen, die sich aus Schätzungen und Annahmen ergeben, abweichen.

Wesentliche Schätzungen und Annahmen wurden insbesondere hinsichtlich der Festlegung der konzerneinheitlichen Abschreibungsdauern auf Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte (siehe Ziffern (16) und (17)), der Wertberichtigungen auf Handelswaren und Forderungen (siehe Ziffern (19) und (20)), der Festlegung der Retourenquoten für die Bemessung der Herausgabeansprüche aus erwarteten Retouren (siehe Ziffern (6) und (22)), der Parameter für die Bewertung der Pensionsrückstellungen (siehe Ziffer (26)), der Bestimmung des Zeitwertes der Verpflichtungen aus Put-/Call-Optionen und aktienbasierten Vergütungen (siehe Ziffer (32)) sowie der Realisierbarkeit aktiver latenter Steuern (siehe Ziffer (15)) vorgenommen. Den Bewertungen der immateriellen Vermögenswerte und Sachanlagen im Rahmen von Werthaltigkeitstests nach IAS 36 wurden Plandaten für die Ermittlung von Cashflows sowie standardisierte Branchenangaben für die Bestimmung der Kapitalisierungszinssätze zu Grunde gelegt.

Für Sensitivitätsanalysen im Rahmen der Angaben nach IFRS 7 in Ziffer (38)(c) wurden fiktive Währungs- und Zinskurven verwendet, die von den tatsächlichen Marktdaten am Bilanzstichtag abweichen können.

(R) NEU HERAUSGEGEBENE RECHNUNGSLEGUNGSVORSCHRIFTEN DES IASB

Die im Geschäftsjahr 2015/16 erstmalig verpflichtend anzuwendenden Standards hatten keine wesentlichen Auswirkungen auf die Darstellung der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns.

Die folgenden vom IASB veröffentlichten Standards mit voraussichtlich signifikantem Einfluss auf den IFRS-Konzernabschluss der Otto Group sind aufgrund der noch nicht erfolgten Anerkennung durch die EU bzw. des noch nicht eingetretenen Erstanwendungszeitpunkts noch nicht verpflichtend anzuwenden. Sofern eine Anerkennung durch die EU bereits vorliegt, hat die Otto Group eine vorzeitige Anwendung nicht durchgeführt. Die Standards bzw. Änderungen von bestehenden Standards sind für Geschäftsjahre anzuwenden, die am oder nach dem angegebenen Anwendungszeitpunkt beginnen.

	Anwendungszeitpunkt
IFRS 9* <i>Financial Instruments</i>	1. Januar 2018
IFRS 15* <i>Revenue from Contracts with Customers</i>	1. Januar 2018
IFRS 16* <i>Leases</i>	1. Januar 2019
IAS 1 <i>Disclosure Initiative (Amendments to IAS 1)</i>	1. Januar 2016
IAS 16, IAS 38 <i>Clarification of Acceptable Methods of Depreciation and Amortisation (Amendments to IAS 16 and IAS 38)</i>	1. Januar 2016
IFRS 10, IAS 28* <i>Sale or Contribution of Assets between an Investor and its Associate or Joint Venture (Amendments to IFRS 10 and IAS 28)</i>	verschoben
IFRS 10, IFRS 12, IAS 28* <i>Investment Entities: Applying the Consolidation Exception (Amendments to IFRS 10, IFRS 12 and IAS 28)</i>	1. Januar 2016
IFRS 11 <i>Accounting for Acquisitions of Interests in Joint Operations (Amendments to IFRS 11)</i>	1. Januar 2016
IAS 12* <i>Recognition of Deferred Tax Assets for Unrealised Losses (Amendments to IAS 12)</i>	1. Januar 2017
IAS 7* <i>Disclosure Initiative (Amendments to IAS 7)</i>	1. Januar 2017
Diverse <i>Improvements to IFRSs (2012–2014)</i>	1. Januar 2016

* Der Standard oder die Standardänderungen wurden von der EU bisher nicht übernommen.

Der IFRS 9, der die Bilanzierung und Bewertung von finanziellen Vermögenswerten und finanziellen Verbindlichkeiten regelt, löst zukünftig den IAS 39 ab. Der IFRS 9 führt neue Anforderungen für die Einstufung und Bewertung von finanziellen Vermögenswerten ein und ersetzt die bisherigen Kategorien finanzieller Vermögenswerte durch drei Kategorien, bei denen entweder eine Bewertung zum Zeitwert oder zu den fortgeführten Anschaffungskosten erfolgt. Hinsichtlich der Klassifikation und Bewertung finanzieller Verbindlichkeiten wurden die Regelungen des IAS 39 im Wesentlichen in den IFRS 9 übernommen. Darüber hinaus wurden Regelungen für die Bilanzierung von Sicherungsbeziehungen und die Wertminderung finanzieller Vermögenswerte erarbeitet. Durch die erstmalige Anwendung des IFRS 9 werden sich voraussichtlich Änderungen in der Einstufung und Bewertung von Finanzinstrumenten sowie zur Berechnung der Wertminderungen von finanziellen Vermögenswerten im Konzernabschluss der Otto Group ergeben.

Der IFRS 15, der die überarbeiteten Regelungen zur Erlöserfassung beinhaltet, wird u. a. die bisher geltenden IAS 18 und IAS 11 ersetzen sowie eine Reihe von erlösbezogenen Interpretationen. Wann und in welcher Höhe Erlöse zu erfassen sind, wird zukünftig durch ein 5-Stufen-Modell bestimmt. Umsatz wird dann realisiert, wenn die Leistungsverpflichtung durch Übergang der Kontrolle über das Gut bzw. die Leistung an den Kunden erfüllt ist. IFRS 15 enthält zudem erweiterte Leitlinien zu Mehrkomponentengeschäften sowie neue Regelungen zur Behandlung von Dienstleistungsverträgen und Vertragsanpassungen. Die Otto Group befindet sich zurzeit in der Prüfung der geschäftsmodell-spezifischen Auswirkungen der erstmaligen Anwendung des IFRS 15. Im Segment Multichannel-Einzelhandel wird die Umsatzrealisierung zeitpunktbezogen erfolgen. Derzeit geht die Otto Group davon aus, dass die Kriterien des IFRS 15 zum Kontrollübergang der Ware zu keinen wesentlichen Anpassungen des Zeitpunkts der Umsatzrealisierung führen werden. Hinsichtlich des Ausweises werden sich voraussichtlich Änderungen in der bilanziellen Abbildung der retourenbehafteten Lieferungen sowie bei den Zinserträgen aus Konsumentenfinanzierungen ergeben. Für das Segment Service, in dem die Umsatzerlöserfassung nach IFRS 15 zeitraumbezogen erfolgen wird, erwartet die Otto Group durch die erstmalige Anwendung dieses Standards keine wesentlichen Auswirkungen auf den Konzernabschluss. Im Segment Finanzdienstleistungen ergeben sich aus der Umsetzung des IFRS 15 keine wesentlichen bilanziellen Veränderungen. Die Otto Group befindet sich derzeit noch in der Prüfung der Auswirkungen des IFRS 15 auf bestimmte Regelungen wie Garantien, Optionen oder Vertragsveränderungen. Des Weiteren werden mit der Umsetzung des IFRS 15 deutlich erweiterte Anhangangaben zur Erlöserfassung erforderlich.

Der IFRS 16, der die Bilanzierung von Leasingverhältnissen künftig beinhaltet, wird den IAS 17 sowie die dazugehörigen Interpretationen IFRIC 4, SIC 15 und SIC 27 ersetzen. Für den Leasingnehmer entfällt zukünftig die Unterscheidung zwischen Finanzierungs- und Operating Leasingverträgen. Mit Einführung des IFRS 16 sind beim Leasingnehmer generell alle Leasingverhältnisse und die damit verbundenen vertraglichen Rechte und Verpflichtungen in der Bilanz zu erfassen. Somit wird sich u. a. die Bilanzsumme der Otto Group um die Verpflichtungen aus den nach IAS 17 als Operating Leasingverhältnisse klassifizierten Verträgen (siehe Ziffer (42)) erhöhen. Für Leasinggeber bleiben die Regelungen aus IAS 17 weitgehend bestehen. Leasingverhältnisse, bei denen im Wesentlichen alle Risiken und Chancen aus dem Eigentum übertragen werden, werden beim Leasinggeber weiterhin als Finanzierungs-Leasingverhältnisse klassifiziert, alle anderen Leasingverträge als Operating Leasingverhältnisse. Darüber hinaus enthält der IFRS 16 weitere Regelungen zum Ausweis und zu den Anhangangaben sowie zu Sale-and-Leaseback-Transaktionen. Die Otto Group befindet sich im Prozess der Beurteilung der Auswirkungen aus der erstmaligen Anwendung des IFRS 16 auf den Konzernabschluss.

Konsolidierungskreis

(4) Konsolidierungskreis

Eine Übersicht über die Zusammensetzung des Konsolidierungskreises der Otto Group gibt die folgende Aufstellung:

	29.02.2016	28.02.2015
Vollkonsolidierte Unternehmen		
Inland	169	179
Ausland	186	195
Gesamt	355	374
Nach der Equity-Methode einbezogene assoziierte und Gemeinschaftsunternehmen		
Inland	10	10
Ausland	11	14
Gesamt	21	24

Im Geschäftsjahr 2015/16 wurden in der Otto Group 8 (2014/15: 7) Gesellschaften verschmolzen.

In den Konzernabschluss wurden 108 (28. Februar 2015: 123) Gesellschaften mit abweichendem Stichtag, der in der Regel dem 31. Dezember entspricht, einbezogen. Aus der Einbeziehung der Gesellschaften mit einem abweichenden Stichtag ergeben sich keine signifikanten Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Otto Group, da wesentliche Ereignisse nach dem abweichenden Stichtag berücksichtigt wurden.

Die Otto Group hält 49% der Anteile an der Gesellschaft Baur Versand (GmbH & Co KG) und kann aufgrund gesellschaftsvertraglicher Regelungen die Beherrschung ausüben.

Die Otto Group hält keine Anteile an der FORUM Grundstücksgesellschaft m.b.H., Hamburg, kann jedoch aufgrund vertraglicher Gestaltungen die Beherrschung über die Gesellschaft und deren Tochtergesellschaften ausüben. Risiken aus Bürgschaften oder Garantien bestehen für die Otto Group nicht. Die Forum-Gruppe ist in das Konzern-Cashpooling eingebunden und verfügt darüber hinaus über konzerninterne Darlehen.

Die Otto Group hält 100% der Anteile an dem Inkassodienstleister EOS CARI RECOVERIES S.L. Aufgrund der bestehenden Verträge mit der Verkäuferin und der finanzierenden Bank kann die Otto Group keine Beherrschung ausüben. Bei der Otto Group besteht zudem eine Darlehensforderung gegenüber der Gesellschaft mit einer voraussichtlichen Laufzeit von acht Jahren. Als Sicherheit hierfür dient ein an der ursprünglichen Darlehenshöhe ausgerichtetes Bankguthaben. Zum Stichtag ergeben sich für das Engagement der Otto Group bei der EOS CARI RECOVERIES S.L. folgende Salden:

	2015/16	2014/15
	in TEUR	in TEUR
Buchwert der Darlehensforderung und Anteile – enthalten in den Forderungen gegen nahe stehende Personen und Unternehmen und den sonstigen Finanzanlagen	56.072	48.116
Buchwert Forderungen aus der Leistungsverrechnung – enthalten in den sonstigen finanziellen Vermögenswerten	18	17
Buchwert der Darlehensverbindlichkeiten – enthalten in den Verbindlichkeiten gegenüber nahe stehenden Personen und Unternehmen	-14.376	-7.492
Maximales Verlustrisiko (Buchwert der Darlehensforderung und der Anteile zuzüglich Buchwert der Forderungen aus der Leistungsverrechnung abzüglich Buchwert der Darlehensverbindlichkeit)	41.714	40.641

Die Otto Group hat im Geschäftsjahr 2015/16 Zinserträge aus dem gewährten Darlehen in Höhe von 8.240 TEUR (2014/15: 6.326 TEUR) erhalten sowie der Gesellschaft weiteres Eigenkapital in Höhe von 5.000 TEUR (28. Februar 2015: 6.000 TEUR) zur Verfügung gestellt, um Verluste auszugleichen. Dieser Zuschuss erfolgte freiwillig. Der Betrag wurde als nachträgliche Anschaffungskosten für die Anteile aktiviert.

Die Otto Group hält 30 % der Anteile an der Verbriefungsgesellschaft FCT Foncred II-Compartment Foncred II-A. Aufgrund der bestehenden Verträge kann die Otto Group keinen maßgeblichen Einfluss ausüben. Darüber hinaus hält die Otto Group Schuldverschreibungen der Gesellschaft ohne feste Laufzeit. Zum Stichtag ergeben sich für das Engagement der Otto Group bei der FCT Foncred II-Compartment Foncred II-A folgende Salden:

	2015/16	2014/15
	in TEUR	in TEUR
Buchwert der Schuldverschreibungen und Anteile – enthalten in den Forderungen gegen nahe stehende Personen und Unternehmen	14.439	17.343
Maximales Verlustrisiko (Buchwert der Schuldverschreibungen zuzüglich Buchwert der Anteile)	14.439	17.343

Die Otto Group hat im Geschäftsjahr 2015/16 Zinserträge aus den Schuldverschreibungen in Höhe von 4.685 TEUR (2014/15: 6.820 TEUR) erhalten.

(5) Veränderungen des Konsolidierungskreises

(A) ERWERBSVORGÄNGE

Im April 2015 erwarb die EOS Gruppe 100 % der Geschäftsanteile an dem Inkassodienstleister Alphapay AG, Zürich, Schweiz. Mit der Übernahme der Gesellschaft stärkt die Otto Group ihr Segment Finanzdienstleistungen im Bereich integriertes Forderungsmanagement.

Der vorgenannte Erwerbsvorgang lässt sich wie folgt überleiten:

	Zeitwerte in TEUR
Immaterielle Vermögenswerte	25.726
Sachanlagen	206
Forderungen und sonstige Vermögenswerte	6.821
Flüssige Mittel	2.147
Aktive latente Steuern	1.340
Rückstellungen für Pensionen	6.381
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	4.723
Sonstige Rückstellungen und Verbindlichkeiten	3.317
Passive latente Steuern	5.336
Nettoreinvermögen ohne Unterschiedsbeträge	16.483
Derivativer Geschäfts- oder Firmenwert	9.266
Übertragene Gegenleistung	25.749

Die vorgenannte Gesellschaft trug bei Umsatzerlösen von 12.562 TEUR mit 3.019 TEUR zum EBT des Geschäftsjahres der Otto Group bei. Zudem weist die Gesellschaft erfolgsneutral erfasste Erträge und Aufwendungen in Höhe von 173 TEUR aus. Die Gesellschaft erwirtschaftete in ihrem gesamten Geschäftsjahr bei Umsatzerlösen von 18.435 TEUR ein EBT von 2.113 TEUR. Im Rahmen der Kaufpreisallokation wurden Kundenlisten in Höhe von 24.483 TEUR mit einer Restnutzungsdauer von 9 Jahren und 8 Monaten angesetzt.

Im Geschäftsjahr 2015/16 wurden zudem zwei Gesellschaften erstkonsolidiert, die in ihrer Gesamtheit für die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Otto Group von untergeordneter Bedeutung sind.

(B) ENTKONSOLIDIERUNGEN

Sämtliche Anteile an der JM BRUNEAU, Villebon-sur-Yvette, Frankreich, und der JM BRUNEAU Belgium, Orcq, Belgien, sowie deren Tochtergesellschaften in Frankreich, Belgien und Spanien wurden Anfang des Geschäftsjahres 2015/16 veräußert. Über den Verkauf wurde bereits am 26. Februar 2015 eine Vereinbarung mit dem Käufer getroffen, so dass die Gesellschaften als Veräußerungsgruppe gemäß IFRS 5 im Geschäftsjahr 2014/15 dargestellt wurden (siehe Ziffer (5)(c)).

Mit Wirkung zum 30. Juni 2015 wurden sämtliche Anteile an der OTTO Office GmbH & Co KG, Hamburg, Deutschland, sowie deren Tochtergesellschaften veräußert.

Des Weiteren wurde die Gesellschaft TAYLORMAIL, Croix, Frankreich, und deren belgische Tochtergesellschaft im Geschäftsjahr 2015/16 vollständig veräußert.

Mit Wirkung zum 30. November 2015 wurden 50 % der Anteile an der Zitra GmbH, Hamburg, Deutschland, veräußert. Aufgrund des verbleibenden maßgeblichen Einflusses der Otto Group wird die Gesellschaft nach der Equity-Methode in den Konzernabschluss einbezogen.

Die im Rahmen der Entkonsolidierung aus der Konzern-Bilanz abgegangenen Vermögenswerte und Schulden der vorgenannten Gesellschaften ergaben sich wie folgt:

	2015/16 in TEUR
Vermögenswerte	
Anlagevermögen	43.201
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	55.878
Forderungen gegen nahe stehende Personen und Unternehmen	71.308
Sonstige Forderungen und Vermögenswerte	18.265
Vorräte	43.463
Flüssige Mittel	27.877
Latente Steuern	3.871
Rückstellungen und Verbindlichkeiten	
Rückstellungen für Pensionen	7.235
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	44.754
Verbindlichkeiten gegenüber nahestehenden Personen und Unternehmen	60.435
Sonstige Verbindlichkeiten und Vermögenswerte	53.813
Latente Steuern	789

Die entkonsolidierten Gesellschaften erzielten im abgelaufenen Geschäftsjahr bis zur Entkonsolidierung Umsatzerlöse in Höhe von 189.948 TEUR, das Ergebnis vor Steuern betrug –7.342 TEUR.

Aus der Entkonsolidierung vorgenannter Gesellschaften entstand ein Gewinn von 70.203 TEUR, der im sonstigen Finanzergebnis ausgewiesen wird.

Im Geschäftsjahr 2015/16 wurden zudem weitere Gesellschaften entkonsolidiert, die in ihrer Gesamtheit für die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Otto Group von untergeordneter Bedeutung sind.

(C) AUFGEBENER GESCHÄFTSBEREICH UND VERÄUSSERUNGSGRUPPEN

(i) Aufgebener Geschäftsbereich

Im Geschäftsjahr 2015/16 wurde entschieden, sich von den Multichannel-Einzelhandelsaktivitäten in Frankreich zu trennen. Der Geschäftsbereich 3SI Commerce stellt eine wesentliche und separierbare Geschäftsaktivität dar und wird nach IFRS 5 als zur Veräußerung gehalten klassifiziert und als aufgebener Geschäftsbereich dargestellt.

Die zum 29. Februar 2016 zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerte und Schulden des aufgegebenen Geschäftsbereichs setzen sich wie folgt zusammen:

	29.02.2016
	in TEUR
Immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen	7.492
Langfristige Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	4.894
Sonstige langfristige Vermögenswerte	3.268
Vorräte	17.626
Kurzfristige Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	32.111
Kurzfristige sonstige Vermögenswerte	42.689
Flüssige Mittel	15.780
Aktive latente Steuern	1.003
Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte	124.863
Rückstellungen für Pensionen und sonstige langfristige Rückstellungen	15.503
Langfristige sonstige Verbindlichkeiten	2.891
Kurzfristige sonstige Rückstellungen	79.034
Kurzfristige Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	75.284
Kurzfristige sonstige Verbindlichkeiten	51.921
Zur Veräußerung gehaltene Schulden	224.633

Das Ergebnis aus aufgegebenen Geschäftsbereichen beinhaltet folgende Bestandteile:

	2015/16	2014/15
	in TEUR	in TEUR
Erträge	650.156	813.162
Aufwendungen	-928.502	-981.406
Ergebnis aus aufgegebenen Geschäftsbereichen, vor Steuern	-278.346	-168.244
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-1.300	4.026
Ergebnis aus aufgegebenen Geschäftsbereichen	-279.646	-164.218

Im Ergebnis aus aufgegebenen Geschäftsbereichen ist eine Wertminderung in Höhe von 80.130 TEUR erfasst, die aus der im Zuge der Umklassifizierung als aufgebener Geschäftsbereich durchgeführten Bewertung resultiert. Das Ergebnis aus aufgegebenen Geschäftsbereichen entfällt vollständig auf die Gesellschafter der Otto (GmbH & Co KG).

Im Ergebnis aus aufgegebenen Geschäftsbereichen sind gezahlte Leasingraten aus Operating Leasingverhältnissen in Höhe von 1.206 TEUR (2014/15: 783 TEUR) enthalten. Eventualmietzahlung bestehen nicht. Zukünftige Zahlungen für *operating lease* ergeben sich für die Restlaufzeit bis zu einem Jahr in Höhe von 86 TEUR und für die Restlaufzeit von mehr als einem bis zu fünf Jahren in Höhe von 31 TEUR. Aus Untermietverträgen werden keine Zahlungen erwartet. Zukünftige Leasingzahlungen für *operating lease* für die Anmietung von Immobilien bestehen nicht. Für den aufgegebenen Geschäftsbereich beträgt der Barwert der zukünftigen Zahlungen für *operating lease* 4.602 TEUR.

Die erfolgsneutral erfassten Erträge und Aufwendungen des Geschäftsjahres 2015/16, die auf aufgebene Geschäftsbereiche entfallen, betragen insgesamt 2.920 TEUR und resultieren in Höhe von 1.319 TEUR aus der Neubewertung der Nettoschuld aus leistungsorientierten Versorgungsplänen, in Höhe von 1.177 TEUR aus Zeitwerten von Derivaten in *cash flow hedges* sowie in Höhe von 424 TEUR aus dem Ausgleichsposten aus der Umrechnung von Fremdwährungsabschlüssen.

Zum 28. Februar 2015 bestanden flüssige Mittel in Höhe von 10.580 TEUR.

Die Gesellschaften, die als zur Veräußerung gehalten klassifiziert wurden, weisen insgesamt keine Netto-Finanzverschuldung, sondern eine geringfügige Überliquidität auf.

Im Geschäftsjahr 2015/16 waren bei den Gesellschaften auf Vollzeitkräfte umgerechnet durchschnittlich 1.907 Mitarbeiter (2014/15: 2.314 Mitarbeiter) beschäftigt.

(ii) Veräußerungsgruppen

Am 29. Februar 2016 wurde eine Vereinbarung über den Verkauf sämtlicher Anteile an der Alba Moda GmbH, Bad Salzuflen, Deutschland, getroffen, die einen Übergang der Kontrolle im Geschäftsjahr 2016/17 vorsieht. Dementsprechend ist die Gesellschaft zum Bilanzstichtag als Veräußerungsgruppe gemäß IFRS 5 dargestellt. Die Alba Moda GmbH ist als Versandhändler für Mode tätig und wird dem Segment Multichannel-Einzelhandel zugeordnet.

Die zum 29. Februar 2016 zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerte und Schulden setzen sich wie folgt zusammen:

	29.02.2016
	in TEUR
Kurzfristige Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	8.656
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	1.216
Flüssige Mittel	11.800
Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte	21.672
Rückstellungen für Pensionen und sonstige langfristige Rückstellungen	2.200
Kurzfristige sonstige Rückstellungen	215
Kurzfristige Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	5.359
Kurzfristige sonstige Verbindlichkeiten	2.725
Zur Veräußerung gehaltene Schulden	10.499

Wegen der Umklassifizierung als Veräußerungsgruppe entstand ein Wertminderungsaufwand in Höhe von 13.333 TEUR, der im sonstigen Finanzergebnis ausgewiesen wird.

Am 26. Februar 2015 wurde eine Vereinbarung über den Verkauf sämtlicher Anteile an der JM BRUNEAU, Villebon-sur-Yvette, Frankreich, und der JM BRUNEAU Belgium, Orcq, Belgien, sowie deren Tochtergesellschaften in Frankreich, Belgien und Spanien getroffen, die einen Übergang der Kontrolle an diesen Gesellschaften im Geschäftsjahr 2015/16 vorsah. Dementsprechend wurden die Gesellschaften zum 28. Februar 2015 als Veräußerungsgruppe gemäß IFRS 5 dargestellt. Die Gesellschaften sind als Versandhändler für Büroartikel tätig und wurden dem Segment Multichannel-Einzelhandel zugeordnet.

Die zum 28. Februar 2015 zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerte und Schulden setzten sich wie folgt zusammen:

	28.02.2015
	in TEUR
Immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen	86.901
Sonstige langfristige Vermögenswerte	563
Vorräte	21.066
Kurzfristige Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	32.995
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	9.036
Flüssige Mittel	1.070
Aktive latente Steuern	280
Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte	151.911
Rückstellungen für Pensionen und sonstige langfristige Rückstellungen	5.583
Kurzfristige sonstige Rückstellungen	802
Kurzfristige Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	27.733
Kurzfristige Verbindlichkeiten aus Steuern vom Einkommen und vom Ertrag sowie sonstige Verbindlichkeiten	26.626
Zur Veräußerung gehaltene Schulden	60.744

Erläuterungen zur Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

(6) Umsatzerlöse

Die Umsatzerlöse setzen sich wie folgt zusammen:

	2015/16	2014/15
	in TEUR	in TEUR
Erlöse aus dem Verkauf von Handelswaren	9.574.365	9.239.373
Erlöse aus Finanzdienstleistungen	677.022	646.230
Erlöse aus übrigen Dienstleistungen	1.853.058	1.598.914
Umsatzerlöse	12.104.445	11.484.517

(7) Sonstige betriebliche Erträge

Die sonstigen betrieblichen Erträge gliedern sich wie folgt:

	2015/16	2014/15
	in TEUR	in TEUR
Erträge aus Nebengeschäften	191.591	179.612
Erträge aus Forderungsinkasso	117.187	113.665
Werbe- und Katalogkostenzuschüsse	84.331	89.320
Erträge aus Leistungsverrechnungen mit nahe stehenden Personen und Unternehmen sowie Dritten	63.045	64.550
Erträge aus abgeschriebenem Forderungen	28.809	24.857
Erträge aus Vermietung und Verpachtung	27.250	32.200
Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen und Verbindlichkeiten	26.946	33.633
Erträge aus Lieferantenbelastungen	15.577	15.174
Erträge aus der Auflösung von Wertberichtigungen auf Forderungen	15.117	19.393
Übrige betriebliche Erträge	171.260	179.530
Sonstige betriebliche Erträge	741.113	751.934

Die übrigen betrieblichen Erträge enthalten u. a. Erträge aus Factoring-Abrechnungen mit der Hanseatic Bank GmbH & Co KG, Hamburg (siehe Ziffer (40)).

(8) Materialaufwand

Der Materialaufwand unterteilt sich wie folgt:

	2015/16 in TEUR	2014/15 in TEUR
Aufwendungen für Handelswaren	4.797.801	4.610.067
Aufwendungen für bezogene Leistungen	1.449.484	1.285.220
Verpackungs- und Versandmaterial	19.498	18.104
Materialaufwand	6.266.783	5.913.391

(9) Personalaufwand

Der Personalaufwand setzt sich wie folgt zusammen:

	2015/16 in TEUR	2014/15 in TEUR
Löhne und Gehälter	1.813.180	1.712.055
Soziale Abgaben	328.132	333.960
Aufwendungen für Altersversorgung	44.373	45.276
Personalaufwand	2.185.685	2.091.291

Die Aufwendungen für Löhne und Gehälter beinhalten Aufwendungen in Höhe von 54.738 TEUR (2014/15: 30.078 TEUR), die aus Aufhebungs- und Ausgleichsvereinbarungen im Rahmen von konzern-internen Reorganisationen, insbesondere im Segment Service, resultieren.

Die Aufwendungen für Altersversorgung beinhalten die Leistungen der Otto Group aus beitrags- und leistungsorientierten Pensionszusagen sowie für pensionsähnliche Verpflichtungen. Der Zinsanteil in den Zuführungen zu den Pensionsrückstellungen wird im Finanzergebnis ausgewiesen. Beiträge des Arbeitgebers an die gesetzliche Rentenversicherung sind in den sozialen Abgaben enthalten.

Im Geschäftsjahr 2015/16 waren in der Otto Group auf Vollzeitkräfte umgerechnet durchschnittlich 49.597 Mitarbeiter (2014/15: 51.723 Mitarbeiter) beschäftigt. Für die Aufteilung der Mitarbeiter auf Segmente wird auf die Segmentberichterstattung verwiesen.

(10) Sonstige betriebliche Aufwendungen

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen setzen sich wie folgt zusammen:

	2015/16	2014/15
	in TEUR	in TEUR
Katalog- und Werbekosten	1.481.933	1.517.919
Miet- und Leasingaufwendungen	357.218	337.101
Versandkosten	336.657	341.673
Kosten Fremdpersonal	234.081	186.240
Instandhaltung, Wartung und Reparatur	176.371	152.738
Auftrags-, Lager- und Kommissionierkosten	133.752	124.478
Ausbuchungen und Veränderungen der Wertberichtigungen auf Forderungen	133.589	123.638
Büro- und Kommunikationskosten	110.798	110.200
Gebäudenebenkosten	110.679	114.265
Provisionen und Vergütungen	107.867	99.550
IT-Beratung	103.072	95.321
Recht und Prüfung	69.754	70.883
KFZ-Kosten	52.614	43.948
Kosten für allgemeine Beratung	51.348	47.397
Übrige Aufwendungen	426.127	425.357
Sonstige betriebliche Aufwendungen	3.885.860	3.790.708

Die Miet- und Leasingaufwendungen betreffen Verträge zur Anmietung von Immobilien, Betriebsvorrichtungen, Gegenständen der Büro- und Geschäftsausstattung und Kraftfahrzeugen. Der Anstieg der Kosten für das Fremdpersonal ist im Wesentlichen auf einen Logistikdienstleister in Großbritannien zurückzuführen.

(11) Beteiligungsergebnis

Das Beteiligungsergebnis beinhaltet die anteiligen Ergebnisse der nach der Equity-Methode einbezogenen assoziierten und Gemeinschaftsunternehmen. Des Weiteren werden unter dieser Position die Erträge und Aufwendungen in Zusammenhang mit Dividenden- und Gewinnansprüchen und Verlustübernahmen von nicht konsolidierten Tochterunternehmen ausgewiesen.

(12) Planmäßige Abschreibungen

Die planmäßigen Abschreibungen entfallen auf:

	2015/16	2014/15
	in TEUR	in TEUR
Planmäßige Abschreibungen auf selbsterstellte immaterielle Vermögenswerte	35.422	32.021
Planmäßige Abschreibungen auf sonstige immaterielle Vermögenswerte	68.776	60.920
Planmäßige Abschreibungen auf Sachanlagen	186.349	182.761
Planmäßige Abschreibungen	290.547	275.702

Das Vorjahr betreffende planmäßige Abschreibungen in Höhe von 16.399 TEUR sind zudem in dem Ergebnis aus aufgegebenen Geschäftsbereichen enthalten.

(13) Außerplanmäßige Abschreibungen

	2015/16	2014/15
	in TEUR	in TEUR
Außerplanmäßige Abschreibungen auf derivative Geschäfts- oder Firmenwerte	17.932	14.127
Außerplanmäßige Abschreibungen auf sonstige immaterielle Vermögenswerte	24.217	9.779
Außerplanmäßige Abschreibungen auf Sachanlagen	47.577	13.835
Außerplanmäßige Abschreibungen	89.726	37.741

Abschreibungen auf derivative Geschäfts- oder Firmenwerte werden auf Basis der jährlich durchgeführten Werthaltigkeitstests vorgenommen. Für die Bestimmung des erzielbaren Betrags bei der Bemessung der außerplanmäßigen Abschreibungen wurden in der Regel die diskontierten Netto-Cash-flows aus der weiteren Nutzung (*value in use*) verwendet. Die im Geschäftsjahr 2015/16 vorgenommenen außerplanmäßigen Abschreibungen auf derivative Geschäfts- oder Firmenwerte betreffen im Wesentlichen einen russischen Versandhändler im Segment Multichannel-Einzelhandel, bei dem die aktuellen Ertragsprognosen unter den im Kaufpreis abgebildeten ursprünglichen Erwartungen liegen.

Die außerplanmäßigen Abschreibungen auf sonstige immaterielle Vermögenswerte sowie Sachanlagen des Geschäftsjahres 2015/16 entfallen im Wesentlichen auf technische Anlagen und Maschinen sowie auf Einbauten in Shops und selbst erstellte Software. Sie betreffen einen deutschen Händler, einen französischen Logistikdienstleister und einen luxemburgischen Finanzdienstleister im Bereich handelsnahe Dienstleistungen. Bei den Abschreibungen aufgrund einer ungenügenden Ertragsentwicklung wurde der zukünftige Nutzungswert (*value in use*) zugrunde gelegt.

Das Vorjahr betreffende außerplanmäßige Abschreibungen in Höhe von 1.556 TEUR sind zudem in dem Ergebnis aus aufgegebenen Geschäftsbereichen enthalten.

(14) Finanzergebnis

Das Finanzergebnis setzt sich wie folgt zusammen:

	2015/16	2014/15
	in TEUR	in TEUR
Zinserträge aus Ausleihungen und Wertpapieren	25.678	23.545
Erträge aus Zinsderivaten	5.872	10.583
Zinserträge aus Bankguthaben	2.240	2.062
Sonstige Zinserträge	2.095	348
Zinsen und ähnliche Erträge	35.885	36.538
Zinsaufwendungen für Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten und Anleihen	-65.136	-76.824
Nettozinsaufwand aus leistungsorientierten Plänen	-30.814	-36.016
Aufwendungen aus Zinsderivaten	-11.678	-13.747
Zinsen für <i>finance lease</i>	-2.227	-2.770
Sonstige Zinsaufwendungen	-31.859	-44.029
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-141.714	-173.386
Zinsergebnis	-105.829	-136.848
Erträge aus Finanzanlagen und Wertpapieren sowie aus der Veräußerung von Anteilen an konsolidierten, assoziierten und Gemeinschaftsunternehmen	153.281	13.581
Bankspesen	-51.181	-43.455
Aufwendungen aus Finanzanlagen und Wertpapieren sowie aus der Veräußerung von Anteilen an konsolidierten, assoziierten und Gemeinschaftsunternehmen	-36.900	-14.785
Währungsgewinne/-verluste	-15.187	-30.975
Übriges Finanzergebnis	-15.947	7.923
Sonstiges Finanzergebnis	34.066	-67.711
Finanzergebnis	-71.763	-204.559

Im Zinsergebnis sind saldiert Aufwendungen von 73.721 TEUR (2014/15: 90.505 TEUR) aus nach IAS 39 bewerteten Finanzinstrumenten enthalten.

(15) Steuern vom Einkommen und vom Ertrag

Als Steuern vom Einkommen und vom Ertrag sind die in den einzelnen Ländern gezahlten oder geschuldeten laufenden Steuern vom Einkommen und vom Ertrag sowie die latenten Steuern erfasst. Die Steuern vom Einkommen und vom Ertrag setzen sich dabei aus Gewerbesteuer, Körperschaftsteuer, Solidaritätszuschlag und den entsprechenden ausländischen Einkommen- und Ertragsteuern zusammen.

Der Aufwand für Steuern vom Einkommen und vom Ertrag gliedert sich nach der Herkunft wie folgt auf:

	2015/16	2014/15
	in TEUR	in TEUR
Laufende Steuern im Inland	22.200	22.913
Laufende Steuern im Ausland	66.494	52.221
Laufende Steuern	88.694	75.134
Latente Steuern im Inland	-8.485	5.215
Latente Steuern im Ausland	16.634	-4.866
Latente Steuern	8.149	349
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	96.843	75.483

Die Steuern vom Einkommen und vom Ertrag enthalten Ertragsteuern für Vorjahre in Höhe von -3.361 TEUR (2014/15: 2.920 TEUR), die mit -2.277 TEUR (2014/15: -1.097 TEUR) aus laufenden Steuern für das Vorjahr resultieren, sowie latente Steuern für Vorjahre in Höhe von -1.084 TEUR (2014/15: 4.017 TEUR).

Bei inländischen Gesellschaften wurden Körperschaftsteuerguthaben im Sinne des § 37 KStG in Höhe von insgesamt 2.283 TEUR (28. Februar 2015: 3.418 TEUR) aktiviert und nicht abgezinst.

In den Geschäftsjahren 2015/16 bzw. 2014/15 wurden bestehende steuerliche Verlustvorträge in Höhe von 181.410 TEUR bzw. 109.768 TEUR in Anspruch genommen.

Der fiktive Aufwand für Steuern vom Einkommen und vom Ertrag, der sich bei Anwendung des Steuersatzes der Konzernobergesellschaft Otto (GmbH & Co KG) in Höhe von 15 % auf das IFRS-Konzernergebnis vor Steuern ergeben hätte, lässt sich wie folgt auf die Steuern vom Einkommen und vom Ertrag überleiten:

	2015/16	2014/15
	in TEUR	in TEUR
Ergebnis vor Steuern (EBT)	186.876	43.666
Steuersatz der Otto (GmbH & Co KG)	15%	15%
Fiktiver Aufwand für Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	28.031	6.550
Auswirkungen von nicht angesetzten bzw. Korrekturen von latenten Steuern	74.907	67.364
Nicht abziehbare Betriebsausgaben	18.170	9.823
Ertragsteuern für Vorjahre	-3.361	2.920
Ausländische Quellensteuer	868	2.036
Auswirkungen ergebniswirksamer Konsolidierungsbuchungen	-12.144	-455
Veränderung des anzuwendenden Steuersatzes	-4.072	-510
Gewerbsteuerliche Hinzurechnungen und Kürzungen	356	1.683
Steuerfreie Erträge	-19.500	-11.028
Permanente Differenzen	32.872	7.612
Abweichende Steuersätze	-20.167	-13.967
Sonstige	883	3.455
Abweichungen	68.812	68.933
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	96.843	75.483

Die Konzernobergesellschaft Otto (GmbH & Co KG) unterliegt als Personenhandelsgesellschaft in Deutschland nur der Gewerbesteuerpflicht. Der Steuersatz beträgt 15 %.

Bei in Deutschland ansässigen Tochterunternehmen in der Rechtsform einer Kapitalgesellschaft fallen darüber hinaus noch Körperschaftsteuer in Höhe von 15 % sowie ein Solidaritätszuschlag in Höhe von 5,5 % der geschuldeten Körperschaftsteuer an.

Körperschaft- und gewerbsteuerliche Verlustvorträge sind bei den inländischen Gesellschaften bei einer positiven steuerlichen Bemessungsgrundlage bis zu einer Höhe von 1 Mio. EUR unbeschränkt nutzbar. Darüber hinausgehende positive steuerliche Bemessungsgrundlagen sind nur bis zu maximal 60 % um einen vorhandenen Verlustvortrag kürzbar. Der Abzug von Zinsaufwendungen für steuerliche Zwecke ist in Deutschland ausgeschlossen, wenn der Zinsaufwand mehr als 3 Mio. EUR beträgt, die Netto-Zinsaufwendungen 30 % des steuerlichen Ergebnisses vor Zinsen und Abschreibungen übersteigen und bestimmte Ausnahmeregelungen nicht zur Anwendung kommen. Der steuerlich nichtabziehbare Zinsaufwand ist als Zinsvortrag unbegrenzt vortragsfähig und kann in zukünftigen Perioden mit positiven steuerlichen Zinsergebnissen verrechnet werden.

Die Körperschaftsteuer und der Solidaritätszuschlag sowie die Auswirkungen abweichender Steuersätze für ausländische Steuern vom Einkommen und vom Ertrag vom Steuersatz der Konzernobergesellschaft Otto (GmbH & Co KG) sind in der Überleitungsrechnung unter den steuersatzbedingten Abweichungen im In- und Ausland ausgewiesen.

Die Auswirkungen von nicht angesetzten bzw. Korrekturen von latenten Steuern betreffen im Wesentlichen latente Steuern auf Verlustvorträge bei inländischen und ausländischen Konzerngesellschaften.

Die aktiven und passiven latenten Steuern ergeben sich aus den temporären Differenzen und steuerlichen Verlustvorträgen wie folgt:

	29.02.2016		28.02.2015	
	Aktive latente Steuern	Passive latente Steuern	Aktive latente Steuern	Passive latente Steuern
	in TEUR	in TEUR	in TEUR	in TEUR
Immaterielle Vermögenswerte	10.558	91.348	19.693	83.364
Sachanlagen	30.727	88.497	33.669	119.759
Vorräte	4.074	3.858	4.091	4.655
Forderungen und sonstige Vermögenswerte	27.154	28.790	32.728	48.690
Wertpapiere und Finanzanlagen	4.431	3.108	948	2.744
Rückstellungen	105.456	55.307	126.927	60.253
Verbindlichkeiten	63.980	16.689	69.205	18.568
Temporäre Differenzen	246.380	287.597	287.261	338.033
Verlustvorträge	62.632	0	88.707	0
Saldierung	-195.330	-195.330	-251.417	-251.417
Gesamt	113.682	92.267	124.551	86.616

Die kumulierten erfolgsneutral erfassten Erträge und Aufwendungen enthalten Steueraufwendungen aus der Veränderung der temporären Differenzen bei Finanzinstrumenten der Kategorie *available-for-sale* in Höhe von 247 TEUR (2014/15: 183 TEUR), Steueraufwendungen aus der Veränderung der temporären Differenzen der Derivate in *cash flow hedges* in Höhe von -5.491 TEUR (2014/15: 11.271 TEUR) und Steueraufwendungen aus der Veränderung der temporären Differenzen bei den Rückstellungen für Pensionen in Höhe von 6.269 TEUR (2014/15: -34.507 TEUR).

Aktive latente Steuern werden auf steuerliche Verlustvorträge angesetzt, sofern deren Realisierung in der näheren Zukunft hinreichend gesichert erscheint. In den Geschäftsjahren 2015/16 und 2014/15 wurden für steuerliche Verlustvorträge in Höhe von 2.659.019 TEUR bzw. 2.146.600 TEUR keine aktiven latenten Steuern bilanziert. Diese steuerlichen Verlustvorträge sind in Höhe von 2.586.591 TEUR bzw. 2.103.065 TEUR unbegrenzt vortragsfähig.

Der latente Steueraufwand aus dem Entstehen bzw. der Auflösung von temporären Differenzen beträgt -11.494 TEUR (2014/15: 3.019 TEUR).

Im Berichtsjahr besteht in Deutschland ein unbegrenzt vortragsfähiger Zinsvortrag im Sinne des § 4h EStG in Höhe von 48.243 TEUR (2014/15: 33.817 TEUR), auf den keine aktiven latenten Steuern gebildet wurden.

Erläuterungen zur Konzern-Bilanz

(16) Immaterielle Vermögenswerte

In den geleisteten Anzahlungen auf immaterielle Vermögenswerte sind in Höhe von 26.400 TEUR (28. Februar 2015: 63.559 TEUR) selbsterstellte immaterielle Vermögenswerte enthalten, die sich noch in der Entwicklung befinden.

Im Geschäftsjahr 2015/16 wurden gemäß IAS 23 auf qualifizierte Vermögenswerte Fremdkapitalkosten in Höhe von 1.296 TEUR (28. Februar 2015: 988 TEUR) aktiviert. Der zugrunde liegende Finanzierungskostensatz lag bei 3,20 % (28. Februar 2015: zwischen 3,29 % und 3,90 %).

Die in den immateriellen Vermögenswerten bilanzierten Geschäfts- oder Firmenwerte betreffen mit 210.666 TEUR (28. Februar 2015: 233.200 TEUR) Gesellschaften im Segment Multichannel-Einzelhandel, mit 119.606 TEUR (28. Februar 2015: 112.706 TEUR) Gesellschaften im Segment Finanzdienstleistungen und mit 6.067 TEUR (28. Februar 2015: 1.458 TEUR) Gesellschaften im Segment Service.

Vertragliche Verpflichtungen für den Erwerb immaterieller Vermögenswerte bestehen in Höhe von 7.273 TEUR (28. Februar 2015: 1.895 TEUR).

(17) Sachanlagen

Von den Zugängen zu den Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten des Sachanlagevermögens wurden vereinnahmte Zuschüsse in Höhe von 258 TEUR (28. Februar 2015: 598 TEUR) abgesetzt.

Im Geschäftsjahr 2015/16 wurden gemäß IAS 23 auf qualifizierte Vermögenswerte Fremdkapitalkosten in Höhe von 13 TEUR (2014/15: 546 TEUR) aktiviert. Die zugrunde liegenden Finanzierungskostensätze lagen zwischen 1,70 % und 3,80 %.

Die Buchwerte der Sachanlagen *finance lease* unterteilen sich wie folgt:

	29.02.2016	28.02.2015
	in TEUR	in TEUR
Immobilien	190	3.633
Technische Anlagen	50.034	35.982
Computer und sonstige Informationstechnologie	5.147	6.296
Sonstige Büro- und Geschäftsausstattung	152	715
Sachanlagen <i>finance lease</i>	55.523	46.626

Vertragliche Verpflichtungen für den Erwerb von Sachanlagen (Bestellobligo) bestehen in Höhe von 49.692 TEUR (28. Februar 2015: 6.982 TEUR). Der deutliche Anstieg dieser Verpflichtungen ist auf den Ausbau des Logistiknetzwerks eines in Großbritannien ansässigen Konzernunternehmens zurückzuführen.

(18) Anteile an assoziierten Unternehmen, Gemeinschaftsunternehmen und sonstige Finanzanlagen

Das wesentliche assoziierte Unternehmen COFIDIS PARTICIPATIONS, Villeneuve-d'Ascq, Frankreich, und deren Tochterunternehmen weisen die folgenden wesentlichen Kenngrößen (auf 100 % basierend) auf:

	2015/16	2014/15
	in TEUR	in TEUR
Langfristige Vermögenswerte	7.291.161	6.952.716
Kurzfristige Vermögenswerte	3.673.305	3.165.558
Langfristige Schulden	5.369.347	6.136.359
Kurzfristige Schulden	4.304.172	2.772.794
Nettoreinvermögen	1.290.947	1.209.121
Buchwert des Anteils im Konzern	585.538	548.481
Umsatzerlöse	1.261.539	1.271.116
Jahresüberschuss	147.341	132.958
Erfolgsneutral erfasste Erträge und Aufwendungen	- 5.833	- 4.617
Gesamtergebnis	141.508	128.341
davon Anteil des Konzerns	64.188	58.218
Erhaltene Dividenden/Ausschüttungen des Konzerns	27.133	47.017

COFIDIS PARTICIPATIONS, Villeneuve-d'Ascq, Frankreich, und deren Tochterunternehmen werden mit einer Anteilsquote von 45,36 % in den Konzernabschluss nach der At Equity-Methode einbezogen. Sie weisen einen abweichenden Stichtag zum 31. Dezember auf, der dem Stichtag des beherrschenden Unternehmens dieser assoziierten Unternehmen entspricht. Die Gesellschaften sind im Finanzdienstleistungssektor, insbesondere im Konsumentenkreditgeschäft, tätig.

Die nach der Equity-Methode bilanzierten assoziierten und Gemeinschaftsunternehmen, welche jeweils für sich genommen unwesentlich für den Konzern sind, weisen die folgenden wesentlichen Kenngrößen (auf 100 % basierend) auf:

	2015/16		2014/15	
	Gemeinschafts- unternehmen	Assoziierte Unternehmen	Gemeinschafts- unternehmen	Assoziierte Unternehmen
	in TEUR	in TEUR	in TEUR	in TEUR
Buchwert der Anteile	11.073	117.105	9.410	94.600
Jahresfehlbetrag/-überschuss	-8.860	24.821	-14.627	21.937
Erfolgsneutral erfasste Erträge und Aufwendungen	216	4.413	-53	6.180
Gesamtergebnis	-8.644	29.234	-14.680	28.117

Für die Anteile an Gesellschaften, die nicht konsolidiert bzw. nach der Equity-Methode einbezogen werden, und für die in den sonstigen Finanzanlagen enthaltenen Finanzinstrumente der Kategorie *available-for-sale* erfolgt der Wertansatz zum Bilanzstichtag zum Zeitwert bzw., sofern dieser nicht verlässlich ermittelt werden kann, zu Anschaffungskosten wie folgt:

	29.02.2016	28.02.2015
	in TEUR	in TEUR
Zeitwerte	296.880	242.588
Anschaffungskosten	35.961	26.751
Sonstige Finanzanlagen	332.841	269.339

Bei den zu Anschaffungskosten bewerteten sonstigen Finanzanlagen handelt es sich um Finanzinvestitionen in nicht börsennotierte Eigenkapitalinstrumente, für die kein aktiver Markt besteht. Durch die Ermittlung des beizulegenden Zeitwerts für diese Finanzinvestitionen würden sich keine wesentlichen Zusatzinformationen ergeben. Wesentliche Veräußerungen sind zurzeit nicht vorgesehen.

(19) Vorräte

Die Vorräte setzen sich wie folgt zusammen:

	29.02.2016	28.02.2015
	in TEUR	in TEUR
Handelswaren	1.232.853	1.380.225
Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe	19.013	23.849
Fertige und unfertige Erzeugnisse und Leistungen	11.266	3.103
Vorräte	1.263.132	1.407.177

Im Vorratsvermögen sind Wertberichtigungen aufgrund von Gängigkeitsabschlägen in Höhe von 183.894 TEUR (28. Februar 2015: 229.113 TEUR) enthalten.

(20) Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie aus Finanzdienstleistungen

Die Forderungen setzen sich wie folgt zusammen:

	29.02.2016	28.02.2015
	in TEUR	in TEUR
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, brutto	1.419.654	1.425.570
Wertberichtigungen auf Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	-121.173	-134.150
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	1.298.481	1.291.420
Forderungen aus Finanzdienstleistungen, brutto	846.774	860.928
Wertberichtigungen auf Forderungen aus Finanzdienstleistungen	-14.259	-12.919
Forderungen aus Finanzdienstleistungen	832.515	848.009

Unter den Forderungen aus Finanzdienstleistungen werden auch von Dritten angekaufte Forderungen in Höhe von 739.759 TEUR (28. Februar 2015: 706.682 TEUR) ausgewiesen.

Die Fristigkeit der Forderungen zum 29. Februar 2016 ergibt sich wie folgt:

	Restlaufzeit bis zu einem Jahr	Restlaufzeit von mehr als einem bis zu fünf Jahren	Restlaufzeit von mehr als fünf Jahren	Summe
	in TEUR	in TEUR	in TEUR	in TEUR
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	1.145.518	152.963	0	1.298.481
Forderungen aus Finanzdienstleistungen	349.320	351.836	131.359	832.515

Zum Vergleichsstichtag bestand folgende Fristigkeit der Forderungen:

	Restlaufzeit bis zu einem Jahr	Restlaufzeit von mehr als einem bis zu fünf Jahren	Restlaufzeit von mehr als fünf Jahren	Summe
	in TEUR	in TEUR	in TEUR	in TEUR
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	1.137.256	154.164	0	1.291.420
Forderungen aus Finanzdienstleistungen	391.593	319.403	137.013	848.009

Die für die bestehenden Forderungen aus Lieferungen und Leistungen gebildeten Wertberichtigungen haben sich im Einzelnen wie folgt entwickelt:

	2015/16	2014/15
	in TEUR	in TEUR
Stand Wertberichtigungen am 1. März	134.150	143.700
Wechselkursänderungen	-1.714	1.463
Änderungen Konsolidierungskreis	-1.210	-16
Umgliederung zu den zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerten	-15.174	0
Verbrauch	-103.343	-113.658
Auflösung	-11.272	-31.489
Zuführung	119.736	134.150
Stand Wertberichtigungen am 29./28. Februar	121.173	134.150

Die für die bestehenden Forderungen aus Finanzdienstleistungen gebildeten Wertberichtigungen haben sich im Einzelnen wie folgt entwickelt:

	2015/16	2014/15
	in TEUR	in TEUR
Stand Wertberichtigungen am 1. März	12.919	13.143
Wechselkursänderungen	5	986
Verbrauch	-8.673	-8.030
Auflösung	-3.845	-5.501
Zuführung	13.853	12.321
Stand Wertberichtigungen am 29./28. Februar	14.259	12.919

Die Altersstruktur der nicht wertgeminderten, jedoch überfälligen Forderungen aus Lieferungen und Leistungen stellt sich wie folgt dar:

	Weniger als 30 Tage	30 bis 90 Tage	Mehr als 90 Tage	Summe
	in TEUR	in TEUR	in TEUR	in TEUR
Stand zum 29. Februar 2016	46.712	7.469	2.087	56.268
Stand zum 28. Februar 2015	32.302	5.725	3.603	41.630

Aus der Überfälligkeit der Forderungen ergeben sich keine Auswirkungen auf die Werthaltigkeit. Die Forderungen sind nach Einschätzung des Ausfallrisikos trotz Überfälligkeit in voller Höhe einbringlich.

(21) Forderungen gegen nahe stehende Personen und Unternehmen

Die Forderungen gegen nahe stehende Personen und Unternehmen setzen sich wie folgt zusammen:

	29.02.2016	28.02.2015
	in TEUR	in TEUR
Forderungen gegen nicht konsolidierte Tochterunternehmen	19.592	6.490
Forderungen gegen assoziierte Unternehmen und Gemeinschaftsunternehmen	18.731	18.144
Forderungen gegen sonstige nahe stehende Personen und Unternehmen	61.767	62.169
Forderungen gegen nahe stehende Personen und Unternehmen	100.090	86.803

Die für die bestehenden Forderungen gegen nahe stehende Personen und Unternehmen gebildeten Wertberichtigungen haben sich im Einzelnen wie folgt entwickelt:

	2015/16	2014/15
	in TEUR	in TEUR
Stand Wertberichtigungen am 1. März	2.918	2.230
Abgang	- 350	- 95
Zuführung	557	783
Stand Wertberichtigungen am 29./28. Februar	3.125	2.918

Die Fälligkeitsstruktur ergibt sich zum Bilanzstichtag wie folgt:

	29.02.2016	28.02.2015
	in TEUR	in TEUR
Restlaufzeit bis zu einem Jahr	38.124	28.983
Restlaufzeit von mehr als einem bis zu fünf Jahren	37.927	41.362
Restlaufzeit von mehr als fünf Jahren	24.039	16.458
Forderungen gegen nahe stehende Personen und Unternehmen	100.090	86.803

(22) Sonstige Vermögenswerte

Die sonstigen Vermögenswerte gliedern sich wie folgt:

	29.02.2016	28.02.2015
	in TEUR	in TEUR
Positive Zeitwerte von Derivaten	66.068	121.159
Kauttionen	31.983	33.752
Debitorische Kreditoren	21.390	40.465
Forderungen an Mitarbeiter	2.210	3.451
Übrige finanzielle Vermögenswerte	85.592	109.891
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	207.243	308.718
Herausgabeanspruch aus erwarteten Retouren	79.083	78.360
Forderungen aus sonstigen Steuern	70.563	65.083
Abgrenzungsposten	64.912	62.807
Übrige Vermögenswerte	50.420	35.543
Sonstige übrige Vermögenswerte	264.978	241.793
Sonstige Vermögenswerte	472.221	550.511

Der Herausgabeanspruch aus erwarteten Retouren in Höhe von 79.083 TEUR (28. Februar 2015: 78.360 TEUR) entspricht der Höhe der Anschaffungskosten der gelieferten Waren, bei denen eine Rücklieferung erwartet wird, abzüglich der für die Retourenabwicklung anfallenden Kosten und die bei der Verwertung entstehenden Verluste.

Die sonstigen finanziellen Vermögenswerte haben die folgenden Fälligkeiten:

	Restlaufzeit bis zu einem Jahr	Restlaufzeit von mehr als einem bis zu fünf Jahren	Restlaufzeit von mehr als fünf Jahren	Summe
	in TEUR	in TEUR	in TEUR	in TEUR
Stand 29. Februar 2016	138.227	50.188	18.828	207.243
Stand 28. Februar 2015	219.239	67.775	21.704	308.718

Für die sonstigen Vermögenswerte wurden Wertberichtigungen in Höhe von 3.304 TEUR gebildet (28. Februar 2015: 3.645 TEUR). In dem Vorjahreswert sind Wertberichtigungen auf sonstige Vermögenswerte in Höhe von 3.170 TEUR enthalten, die auf aufgegebene Geschäftsbereiche entfallen.

(23) Wertpapiere

Die Wertpapiere der Kategorie *Available-for-sale financial assets (AFS)* betragen 129 TEUR (28. Februar 2015: 129 TEUR) und sind vollständig zu Zeitwerten bilanziert.

(24) Eigenkapital

Die nachhaltige Sicherung der langfristig zur Verfügung stehenden Kapitalbasis ist wesentliches Ziel des Eigenkapitalmanagements der Otto Group. Als Steuerungsgröße wird dabei im Wesentlichen der Verschuldungskoeffizient (Netto-Finanzverschuldung im Verhältnis zum Konzern-Eigenkapital) genutzt. Der Koeffizient wird vor dem Hintergrund des unterschiedlichen Kapitalbedarfs von Finanzdienstleistungs- und Handelsaktivitäten für diese Aktivitäten differenziert ermittelt. Hierbei stützt sich das Management u. a. auf einen konsolidierten Abschluss, in den die Finanzdienstleistungsunternehmen nach der Equity-Methode einbezogen werden (siehe Ziffer (39)). Hinsichtlich der Ausprägung der Größen wird auf den Konzernlagebericht verwiesen.

Die Veränderung des Konzern-Eigenkapitals der Otto Group ist in der Eigenkapitalveränderungsrechnung dargestellt.

(A) KOMMANDITKAPITAL

Die Kommanditanteile an der Otto (GmbH & Co KG) sind gemäß IAS 32 als kündbare Finanzinstrumente zu klassifizieren. Auf diese Kommanditanteile entfallen aufgrund der gesellschaftsvertraglichen Regelungen derzeit die folgenden Beträge, die sich nach den deutschen handelsrechtlichen Vorschriften bestimmen:

	29.02.2016	28.02.2015
	in TEUR	in TEUR
Kommanditkapital Otto (GmbH & Co KG)	820.000	770.000
Gewinnrücklagen und Jahresüberschuss	33.901	16.155
Kündbare Finanzinstrumente	853.901	786.155

Aufgrund der herrschenden Gesellschafterverhältnisse, die durch eine mittelbare Zurechnung aller Anteile zu Mitgliedern der Familie Otto und der Michael Otto Stiftung, in die die Anteile an der Otto (GmbH & Co KG) mehrheitlich im Geschäftsjahr 2014/15 eingebracht wurden, gekennzeichnet sind, kann von einer annähernd unendlichen Haltedauer der kündbaren Finanzinstrumente ausgegangen werden. Eine Bestimmung des Zeitwerts der Anteile ist aufgrund fehlender Markttransaktionen und aufgrund des Stiftungszwecks, der den dauerhaften Verbleib der Anteile im Stiftungsvermögen vorsieht, zum Stichtag nicht verlässlich möglich.

(B) ERWIRTSCHAFTETES KONZERN-EIGENKAPITAL

Das erwirtschaftete Konzern-Eigenkapital umfasst die in den abgelaufenen Perioden erzielten Ergebnisse des Konzerns, soweit sie nicht ausgeschüttet wurden. Mindernd wirken die im HGB-Konzernabschluss vorgenommenen Verrechnungen der derivativen Geschäfts- oder Firmenwerte bis zum 28. Februar 2002, die entsprechend IFRS 1 beibehalten wurden.

Aufgrund gesetzlicher bzw. satzungsrechtlicher Bestimmungen sind zum 29. Februar 2016 41.696 TEUR (28. Februar 2015: 68.817 TEUR) des erwirtschafteten Konzern-Eigenkapitals nicht zur Ausschüttung verfügbar.

(C) AUSGLEICHSPOSTEN AUS SUKZESSIONEN ERWERBEN

Der Ausgleichsposten enthält Unterschiedsbeträge, die aus dem sukzessiven Erwerb von Anteilen an Unternehmen, an denen die Otto Group bereits die Beherrschungsmöglichkeit hat, entstanden sind. Derartige Erwerbe sind als Transaktionen auf Gesellschafterebene zu behandeln.

Die Auswirkungen aus Beteiligungsveränderungen an Tochterunternehmen ohne Verlust der Beherrschung sind im Folgenden aufgeführt:

	2015/16	2014/15
	in TEUR	in TEUR
Gezahlte (-) oder erhaltene (+) Gegenleistungen	-22.274	-2.902
Erhöhung (-)/Verringerung (+) in den auf andere Gesellschafter entfallenden Anteilen	-25.462	7.469
Veränderung des Ausgleichspostens aus sukzessiven Erwerben	-47.736	4.567

(D) KUMULIERTES SONSTIGES EIGENKAPITAL

Das kumulierte sonstige Eigenkapital setzt sich wie folgt zusammen:

	29.02.2016	28.02.2015
	in TEUR	in TEUR
Neubewertungsrücklage aus aufgedeckten stillen Reserven und Lasten im Rahmen von sukzessiven Erwerben mit Übergang der Beherrschungsmöglichkeit	13.603	13.603
Sonstige erfolgsneutral erfasste Steuern	1.638	1.833
Kumuliertes sonstiges Eigenkapital	15.241	15.436

(E) ANTEILE ANDERER GESELLSCHAFTER

Die Anteile anderer Gesellschafter am Eigenkapital entfallen im Wesentlichen auf die außenstehenden Gesellschafter der ARGOSYN, Croix, Frankreich, und deren Tochtergesellschaften mit einem Anteil anderer Gesellschafter von 46,32 % (unter Berücksichtigung eigener Anteile) sowie auf die FORUM Grundstücksgesellschaft m.b.H., Hamburg, Deutschland, mit einem Anteil anderer Gesellschafter von 100 % und deren Tochtergesellschaften.

Die für die Argosyn-Gruppe und Forum-Gruppe zusammengefassten Finanzinformationen (auf 100 % basierend; vor konzerninternen Aufrechnungen) sind im Folgenden aufgeführt:

	Forum-Gruppe ¹		Argosyn-Gruppe	
	2015/16 in TEUR	2014/15 in TEUR	2015/16 in TEUR	2014/15 in TEUR
Langfristige Vermögenswerte	479.955	504.304	793.029	704.222
Kurzfristige Vermögenswerte	2.353	30.099	266.752	388.653
Langfristige Verbindlichkeiten	112.600	126.819	7.107	3.400
Kurzfristige Verbindlichkeiten	96.684	136.584	168.427	170.079
Nettoreinvermögen	273.024	271.000	884.247	919.396
davon auf andere Gesellschafter entfallend	272.644	270.595	409.552	425.826
Umsatzerlöse	59.157	58.874	167.938	387.861
Jahresüberschuss/-fehlbetrag	17.084	18.720	-4.531	97.355
davon auf andere Gesellschafter entfallend	17.065	18.702	-2.098	45.091
Erfolgsneutral erfasste Erträge und Aufwendungen	-1.099	-3.778	-2.619	-1.129
Gesamtergebnis	15.985	14.942	-7.150	96.227
davon auf andere Gesellschafter entfallend	15.966	14.925	-3.311	44.568
Nettozunahme/-abnahme des Finanzmittelfonds	0	0	-1.352	-3.699
An andere Gesellschafter gezahlte Dividenden/Ausschüttungen	13.936	12.748	0	0

¹ An einer Tochtergesellschaft der FORUM Grundstücksgesellschaft m.b.H. hält eine 100%-ige Tochtergesellschaft der Otto (GmbH & Co KG) ein Prozent der Anteile. Im Vorjahr hielt diese Gesellschaft ein Prozent der Anteile an zwei Tochtergesellschaften der FORUM Grundstücksgesellschaft m.b.H.

(F) GENUSSSCHEINE

Die EOS Holding GmbH, Hamburg, hat im Juni 2006 sowie im August 2009 Genussscheine in Höhe von insgesamt 55.000 TEUR ausgegeben. Nach Rückkauf von Anteilen verbleiben 45.000 TEUR im Bestand. Diese sind aufgrund ihrer Ausgestaltung nach IAS 32 als Eigenkapital zu klassifizieren.

Zum 29. Februar 2016 werden in dieser Position ebenfalls die noch nicht gezahlten Vergütungen auf die genannten Eigenkapitalbestandteile in Höhe von 533 TEUR (28. Februar 2015: 739 TEUR) ausgewiesen.

Die bonprix Handelsgesellschaft mbH, Hamburg, hat im Februar 2016 Genussscheine in Höhe von insgesamt 70.000 TEUR ausgegeben. Diese sind aufgrund der Ausgestaltung nach IAS 32 als Eigenkapital zu klassifizieren.

(25) Genussrechte

Für Mitarbeiter ausgewählter inländischer Unternehmen bietet die Otto Group ein Kapitalbeteiligungsmodell in Form von Genussrechten an. Jeder Mitarbeiter dieser Unternehmen hat dabei die Möglichkeit, jährlich ein Paket, das bis zu zwanzig Genussrechte im Nennwert von jeweils 250,00 EUR enthalten kann, zu erwerben. Die Genussrechte partizipieren auf Grundlage der gültigen Genussrechtsbedingungen vom 10. April 2007 am Konzerngewinn und -verlust der Otto Group auf Basis des IFRS-Konzernabschlusses der Otto (GmbH & Co KG). Bei bestimmten Genussrechten erfolgt jedoch eine Begrenzung der Verlustzuweisung auf 30 % des Nennwertes der Genussrechte. Grundsätzlich gilt eine Mindesthaltedauer der Pakete von sechs Jahren, so dass die als langfristig ausgewiesenen Genussrechte dem auf diesen Zeitraum entfallenden Anteil entsprechen.

Zum 29. Februar 2016 waren 35.513 Pakete mit einem Wert von 31.231 TEUR (28. Februar 2015: 38.819 Pakete mit einem Wert von 37.438 TEUR) gezeichnet.

(26) Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen

Die betriebliche Altersvorsorge erfolgt im Konzern sowohl beitrags- als auch leistungsorientiert. Aufwendungen für die beitrags- und leistungsorientierten Versorgungszusagen sind, mit Ausnahme des Zinsergebnisses, im Personalaufwand enthalten. Die Aufzinsung der in den Vorjahren erworbenen Nettopensionsverpflichtung wird im Finanzergebnis ausgewiesen. Die Ausgestaltung der Altersvorsorge richtet sich nach den rechtlichen, steuerlichen und wirtschaftlichen Gegebenheiten der jeweiligen Länder.

Bei den beitragsorientierten Versorgungssystemen leisten die Unternehmen der Otto Group Zahlungen an externe Versorgungseinrichtungen und haben keine weiteren Leistungsverpflichtungen gegenüber den Pensionsberechtigten. Der Aufwand für beitragsorientierte Versorgungssysteme ohne Berücksichtigung der Leistungen an gesetzliche Versorgungssysteme beträgt im Geschäftsjahr 2015/16 12.808 TEUR (2014/15: 12.511 TEUR).

Rückstellungen für leistungsorientierte Versorgungspläne werden für Verpflichtungen aus Anwartschaften und laufenden Leistungen gegenüber ehemaligen und aktiven Mitarbeitern der Otto Group sowie deren Hinterbliebenen gebildet. Die Plangestaltung basiert in der Regel auf Beschäftigungsdauer, Entgelt, Status sowie Eigenleistung der Mitarbeiter.

Die wesentlichen leistungsorientierten Versorgungspläne entfallen auf die in Deutschland und Großbritannien ansässigen Gesellschaften der Otto Group. In Deutschland liegen in der Regel nicht kapitalgedeckte Versorgungspläne vor. Diese bestehen aus arbeitgeberfinanzierten Leistungszusagen und sowohl arbeitgeber- als auch arbeitnehmerfinanzierten beitragsorientierten Leistungszusagen. Ein Großteil der arbeitgeberfinanzierten Leistungszusagen wurde zum 1. Januar 2014 für Neueintritte geschlossen. Bei den in Großbritannien ansässigen Gesellschaften bestehen zumeist kapitalgedeckte Versorgungspläne. Diese Pläne basieren vorwiegend auf eingefrorenen Durchschnittsgehältern der Mitarbeiter. Die Pläne in Großbritannien wurden mit Wirkung zum 28. Februar 2009 für Neuzugänge geschlossen. Die Leistungen aus den Plänen in Deutschland und Großbritannien erfolgen überwiegend in der Form von Rentenzahlungen.

Im Zusammenhang mit den leistungsorientierten Plänen ist die Otto Group verschiedenen Risiken ausgesetzt. Neben allgemeinen versicherungsmathematischen Risiken, wie dem Langlebigkeitsrisiko und dem Zinsänderungsrisiko, ist die Otto Group dem Währungsrisiko sowie dem Kapitalmarkt- bzw. Anlagerisiko ausgesetzt. Die Versorgungsleistungen in Deutschland sind gegen die Folgen einer Insolvenz nach Maßgabe des Betriebsrentengesetzes abgesichert. Hierfür werden jährliche Beiträge an den Pensions-Sicherungs-Verein VVaG geleistet.

Der wesentliche Teil des in der Otto Group vorhandenen Planvermögens entfällt auf die in Großbritannien ansässigen Unternehmen. Das Planvermögen dient ausschließlich der Erfüllung der Leistungsverpflichtungen. Die Unterlegung dieser Leistungsverpflichtungen mit Finanzmitteln stellt eine Vorsorge für künftige Mittelabflüsse dar. Das Planvermögen wird von einem unabhängigen Treuhänder investiert und verwaltet. Das *Investment & Finance Sub-Committee*, bestehend sowohl aus unabhängigen Treuhändern als auch aus Vertretern des Unternehmens, legt die Anlagestrategie fest. In regelmäßigen Abständen wird die Portfolioperformance sowie die aktuelle Lage analysiert und wenn notwendig, die Anlagestrategie an die veränderten Bedingungen angepasst. Die übergeordnete Anlagepolitik und Anlagestrategie basieren auf dem Ziel, mittelfristig eine Rendite auf das Planvermögen zu erwirtschaften, welche zusammen mit den Beiträgen ausreicht, den Versorgungsverpflichtungen nachzukommen. Aufgrund der derzeit bestehenden Unterdeckung hat sich das Unternehmen dazu verpflichtet, durch regelmäßige Dotierungen die Unterdeckung langfristig aufzulösen. Die Höhe der Dotierungen wird alle vier Jahre im Rahmen der *Funding Discussions* neu verhandelt. Zusätzlich besteht eine staatliche Aufsicht der für diese Angelegenheiten zuständigen Stelle (*Pensions Regulator*). Die Versorgungsleistungen sind zu großen Teilen gegen die Folgen einer Insolvenz gesetzlich abgesichert. Hierfür werden jährliche Beiträge an den *Pension Protection Fund* geleistet.

Die Berechnung der Pensionsrückstellungen für die leistungsorientierten Versorgungssysteme erfolgt nach IAS 19 auf der Grundlage versicherungsmathematischer Annahmen. Der Bewertung liegen folgende gewichtete Annahmen zu Grunde:

	2015/16	2014/15
	in %	in %
Rechnungszins	3,0	2,9
Gehaltstrend	1,3	1,3
Rententrend	1,9	1,8
Inflation	1,9	1,8
Fluktuation	8,0	8,0

Der Wert der Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen im Konzern beträgt zum Bilanzstichtag:

	29.02.2016	28.02.2015
	in TEUR	in TEUR
Barwert der nicht fondsfinanzierten Pensionsverpflichtungen	1.152.533	1.146.342
Barwert der fondsfinanzierten Pensionsverpflichtungen	627.753	717.114
Umbuchungen aufgrund von IFRS 5	-22.675	-5.362
Barwert der Pensionsverpflichtungen	1.757.611	1.858.094
Zeitwert des Planvermögens	-598.507	-623.610
Umbuchungen aufgrund von IFRS 5	8.189	913
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	1.167.293	1.235.397

Die Nettoschuld aus leistungsorientierten Versorgungsplänen hat sich wie folgt entwickelt:

	Barwert der Pensionsverpflichtung		Planvermögen		Rückstellungen für Pensionen	
	2015/16 in TEUR	2014/15 in TEUR	2015/16 in TEUR	2014/15 in TEUR	2015/16 in TEUR	2014/15 in TEUR
Stand zum 1. März	1.858.094	1.459.728	622.697	482.649	1.235.397	977.079
Laufender Dienstzeitaufwand	23.131	19.178	0	0	23.131	19.178
Nachzuverrechnender Dienstzeitaufwand	14.988	15.062	0	0	14.988	15.062
Effekte aus Plankürzungen und Abgeltungen	-7.091	-2.426	3.228	0	-10.319	-2.426
Zinsaufwendungen/-erträge	52.069	57.751	21.255	21.334	30.814	36.417
Erfolgswirksam erfasste Veränderungen	83.097	89.565	24.483	21.334	58.614	68.231
Versicherungsmathematische Gewinne und Verluste						
aus demographischen Annahmen	20.314	-12	0	0	20.314	-12
aus finanziellen Annahmen	-82.955	289.732	0	0	-82.955	289.732
aus erfahrungsbedingten Anpassungen	-7.929	-4.685	0	0	-7.929	-4.685
Ertrag aus Planvermögen ohne Zinserträge	0	0	-8.902	51.527	8.902	-51.527
Wechselkursänderungen	-48.721	80.209	-45.860	69.867	-2.861	10.342
Erfolgsneutral erfasste Veränderungen	-119.291	365.244	-54.762	121.394	-64.529	243.850
Gezahlte Leistungen	-62.385	-51.081	-31.551	-22.277	-30.834	-28.804
Übertragungen	-46	0	0	0	-46	0
Beiträge des Arbeitgebers	0	0	19.882	20.510	-19.882	-20.510
Änderungen Konsolidierungskreis	20.817	0	17.758	0	3.059	0
Umbuchungen aufgrund von IFRS 5	-22.675	-5.362	-8.189	-913	-14.486	-4.449
Sonstige Veränderungen	-64.289	-56.443	-2.100	-2.680	-62.189	-53.763
Stand zum 29./28. Februar	1.757.611	1.858.094	590.318	622.697	1.167.293	1.235.397

In den Nettozinsaufwendungen des Geschäftsjahres 2014/15 sind Aufwendungen in Höhe von 401 TEUR enthalten, die auf aufgegebene Geschäftsbereiche entfallen.

Die Plankürzungen resultieren im Wesentlichen aus Restrukturierungen bei einzelnen Konzerngesellschaften.

Das zur Finanzierung der Pensionsverpflichtungen zur Verfügung stehende Planvermögen gliedert sich wie folgt auf:

	29.02.2016	28.02.2015
	in TEUR	in TEUR
Wertpapiere	531.173	597.638
Liquide Mittel	41.742	4.592
Immobilien	22.570	20.592
Sonstiges	3.022	788
Umbuchungen aufgrund von IFRS 5	-8.189	-913
Planvermögen	590.318	622.697

Die Kosten für die Verwaltung des Planvermögens mindern den Ertrag aus Planvermögen. Die verbleibenden Verwaltungskosten werden nicht vom Ertrag aus Planvermögen abgezogen.

Der Konzern erwartet, dass im Geschäftsjahr 2016/17 Beiträge in Höhe von 22.122 TEUR in die leistungsorientierten Pläne einzuzahlen sind sowie Auszahlungen in Höhe von 53.760 TEUR aus den leistungsorientierten Plänen erfolgen werden.

Die gewichtete durchschnittliche Laufzeit des Barwerts der leistungsorientierten Verpflichtung beträgt 18,3 Jahre (28. Februar 2015: 19 Jahre).

Die relative Auswirkung von singulären Parameteränderungen auf den Barwert der leistungsorientierten Verpflichtung wird im Folgenden aufgezeigt:

		2015/16	2014/15
		in %	in %
Rechnungszins	+0,5%	-8,3	-8,6
	-0,5%	9,5	9,9
Rententrend	+0,25%	2,3	2,4
	-0,25%	-2,2	-2,3
Lebenserwartung	Zunahme um ein Jahr	1,4	1,7
	Abnahme um ein Jahr	-1,6	-1,7

Eine wesentliche Gehaltsabhängigkeit der Pläne liegt nicht vor. Zur Ermittlung der Sensitivitäten wurden ca. 97% des Verpflichtungsumfanges berücksichtigt. Jede Änderung einer wesentlichen versicherungsmathematischen Annahme wurde separat analysiert. Interdependenzen wurden nicht berücksichtigt.

(27) Sonstige Rückstellungen

Die sonstigen Rückstellungen setzen sich wie folgt zusammen:

	01.03.2015	Währungs- kurseffekte/ Umbuchungen/ Veränderung des Konso- lidierungs- kreises	Inan- spruch- nahme	Auflösung	Zuführung	Aufzinsung	Umglie- derung IFRS 5	29.02.2016
	in TEUR	in TEUR	in TEUR	in TEUR	in TEUR	in TEUR	in TEUR	in TEUR
Restrukturierungs- verpflichtungen	95.359	-5.983	-18.700	-3.175	51.151	406	-53.469	65.589
Rückbau- und Wiederherstellungs- verpflichtungen	23.100	422	-315	-773	731	187	0	23.352
Versicherungstech- nische Rückstellungen	15.534	0	0	0	1.136	0	0	16.670
Personalkosten	16.671	1.149	-4.354	-490	4.284	113	-928	16.445
Prozesskosten und Prozessrisiken	15.306	180	-1.366	-3.262	4.232	6	-4.857	10.239
Garantien und Kulanz	7.597	0	-40	-256	1.353	0	0	8.654
Belastende Verträge	3.821	227	-1.751	-525	3.679	16	0	5.467
Übrige Rückstellungen	120.357	-2.090	-15.655	-4.485	17.909	3	-3.930	112.109
Sonstige Rückstellungen	297.745	-6.095	-42.181	-12.966	84.475	731	-63.184	258.525

Erwartete Abfindungen sowie sonstige Personalkosten, die auf der Grundlage von Sozialplänen bzw. Betriebsvereinbarungen im Rahmen von eingeleiteten Restrukturierungen u. a. in Deutschland und Frankreich in dem Segment Service entstehen, werden in den Rückstellungen für Restrukturierungsverpflichtungen ausgewiesen. Zusätzlich sind in dieser Rückstellung die erwarteten Aufwendungen im Zusammenhang mit der vorzeitigen Beendigung von Miet- bzw. Leasingverträgen aufgrund von Restrukturierungsmaßnahmen enthalten.

Für Rückbau- und Wiederherstellungsverpflichtungen, die insbesondere bei Mietereinbauten bestehen, wurden Rückstellungen in Höhe des Barwertes der erwarteten Kosten angesetzt. Korrespondierend wurden diese Kosten zum Zeitpunkt der Entstehung der Verpflichtung als Bestandteil der Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten der Vermögenswerte aktiviert.

In den Rückstellungen für Personalkosten sind im Wesentlichen die Aufstockungsbeträge für Altersteilzeitvereinbarungen sowie Jubiläumsansprüche enthalten.

Die Rückstellungen für Garantien und Kulanz wurden für gesetzliche, freiwillige und vertraglich vereinbarte Garantien und Gewährleistungsansprüche von Kunden aus Warenlieferungen in Höhe der wahrscheinlichen Inanspruchnahme gebildet.

Die übrigen Rückstellungen enthalten mit 31.515 TEUR (28. Februar 2015: 32.139 TEUR) Rückstellungen für die Verwaltung der betrieblichen Altersvorsorge.

Es ergibt sich folgende Fälligkeitsstruktur der sonstigen Rückstellungen zum 29. Februar 2016:

	Restlaufzeit bis zu einem Jahr	Restlaufzeit von mehr als einem bis zu fünf Jahren	Restlaufzeit von mehr als fünf Jahren	Summe
	in TEUR	in TEUR	in TEUR	in TEUR
Restrukturierungsverpflichtungen	43.251	17.327	5.011	65.589
Rückbau- und Wiederherstellungsverpflichtungen	1.777	11.446	10.129	23.352
Versicherungstechnische Rückstellungen	16.670	0	0	16.670
Personalkosten	569	15.380	496	16.445
Prozesskosten und Prozessrisiken	8.202	2.037	0	10.239
Garantien und Kulanz	7.794	860	0	8.654
Belastende Verträge	4.518	949	0	5.467
Übrige Rückstellungen	56.309	55.800	0	112.109
Sonstige Rückstellungen	139.090	103.799	15.636	258.525

(28) Verbindlichkeiten aus Anleihen und sonstigen Schuldverschreibungen sowie Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten

Die Fälligkeitsstruktur der Anleihen und sonstigen Schuldverschreibungen sowie Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten ergibt sich zum 29. Februar 2016 wie folgt:

	Restlaufzeit bis zu einem Jahr	Restlaufzeit von mehr als einem bis zu fünf Jahren	Restlaufzeit von mehr als fünf Jahren	Summe
	in TEUR	in TEUR	in TEUR	in TEUR
Verbindlichkeiten aus Anleihen und sonstigen Schuldverschreibungen	13.268	770.540	45.000	828.808
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	564.276	401.021	172.147	1.137.444

Zum Stichtag der Vergleichsperiode hat sich die Fälligkeitsstruktur der Anleihen und sonstigen Schuldverschreibungen sowie Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten wie folgt dargestellt:

	Restlaufzeit bis zu einem Jahr	Restlaufzeit von mehr als einem bis zu fünf Jahren	Restlaufzeit von mehr als fünf Jahren	Summe
	in TEUR	in TEUR	in TEUR	in TEUR
Verbindlichkeiten aus Anleihen und sonstigen Schuldverschreibungen	65.885	515.363	316.954	898.202
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	685.776	373.864	247.912	1.307.552

Die zum 29. Februar 2016 bestehenden wesentlichen Anleihen sind durch die folgenden Nominalbeträge, Zinssätze und Fälligkeiten gekennzeichnet:

Gesellschaft	Finanzierungszusage	Inanspruchnahme zum 29.02.2016	Nominal- zinssatz	Effektiv- zinssatz	Fälligkeit
		in TEUR			
Otto (GmbH & Co KG)	Inhaberschuldverschreibung (DE000A1C93H4)	50.000	5,700 %	5,700 %	10.03.2017
Otto (GmbH & Co KG)	Inhaberschuldverschreibung (AT0000A0UJL6)	150.000	4,625 %	4,651 %	29.09.2017
Otto (GmbH & Co KG)	Inhaberschuldverschreibung (XS0847087714)	280.000	3,875 %	4,000 %	01.11.2019
Otto (GmbH & Co KG)	Inhaberschuldverschreibung (XS0978146271)	20.000	3,376 %	3,376 %	13.12.2019
Otto (GmbH & Co KG)	Inhaberschuldverschreibung (XS0972058175)	225.000	3,750 %	3,875 %	17.09.2020
Otto (GmbH & Co KG)	Inhaberschuldverschreibung (XS1031554360)	50.000	Euribor + Aufschlag	Euribor + Aufschlag	18.02.2021
Otto (GmbH & Co KG)	Inhaberschuldverschreibung (XS1123401579)	45.000	Euribor + Aufschlag	Euribor + Aufschlag	05.11.2021

Im Februar 2016 wurde von der Inhaberschuldverschreibung (XS0847087714) mit einem ursprünglichen Gesamtvolumen von 300.000 TEUR ein Nominalbetrag in Höhe von 20.000 TEUR zur Marktpflege vor Endfälligkeit zurückgekauft.

Die Otto Group verfügt seit dem Geschäftsjahr 2013/14 über ein EMTN-Programm mit einem Gesamtvolumen von 2.000.000 TEUR an der Luxemburger Börse. Bisher wurden im Rahmen des EMTN-Programms Anleihen mit einem Gesamtvolumen von 340.000 TEUR begeben.

Zum 29. Februar 2016 bestehen die folgenden, nach Fälligkeit sortierten, wesentlichen Verbindlichkeiten gegenüber diversen in- und ausländischen Kreditinstituten:

Segmente	Währung	Inanspruchnahme zum 29.02.2016 in TEUR	Zinssatz	Endfälligkeit
Multichannel- Einzelhandel	EUR	254.427	1,2–6,7 %	2016–2020
	EUR	193.504	Euribor + variabler Aufschlag	2016–2024
	EUR	88.366	3,1–6,9 %	2021–2028
Finanz- dienstleistungen	EUR	60.000	Euribor + variabler Aufschlag	2016–2019
	EUR	49.400	1,6–3,5 %	2017–2021
Service	EUR	8.155	3,7–5,0 %	2017–2023

Für die Finanzverbindlichkeiten entspricht der ausgewiesene Zinssatz dem Effektivzinssatz.

(29) Sonstige Finanzverbindlichkeiten

Die sonstigen Finanzverbindlichkeiten setzen sich wie folgt zusammen:

	29.02.2016 in TEUR	28.02.2015 in TEUR
Verbindlichkeiten aus <i>finance lease</i>	55.456	52.457
Verbindlichkeiten aus ABS-Finanzierungen	156.258	153.615
Verbindlichkeiten aus Darlehen	1.081	7.201
Wechselverbindlichkeiten	3.585	3.574
Sonstige Finanzverbindlichkeiten	216.380	216.847

Die Fälligkeitsstruktur ergibt sich zum 29. Februar 2016 wie folgt:

	Restlaufzeit bis zu einem Jahr in TEUR	Restlaufzeit von mehr als einem bis zu fünf Jahren in TEUR	Restlaufzeit von mehr als fünf Jahren in TEUR	Summe in TEUR
Verbindlichkeiten aus <i>finance lease</i>	10.281	40.778	4.397	55.456
Verbindlichkeiten aus ABS-Finanzierungen	156.258	0	0	156.258
Verbindlichkeiten aus Darlehen	1.081	0	0	1.081
Wechselverbindlichkeiten	3.585	0	0	3.585
Sonstige Finanzverbindlichkeiten	171.205	40.778	4.397	216.380

Zum Stichtag der Vergleichsperiode hat sich die Fälligkeitsstruktur der sonstigen Finanzverbindlichkeiten wie folgt dargestellt:

	Restlaufzeit bis zu einem Jahr	Restlaufzeit von mehr als einem bis zu fünf Jahren	Restlaufzeit von mehr als fünf Jahren	Summe
	in TEUR	in TEUR	in TEUR	in TEUR
Verbindlichkeiten aus <i>finance lease</i>	11.421	32.136	8.900	52.457
Verbindlichkeiten aus ABS-Finanzierungen	153.615	0	0	153.615
Verbindlichkeiten aus Darlehen	7.201	0	0	7.201
Wechselverbindlichkeiten	3.574	0	0	3.574
Sonstige Finanzverbindlichkeiten	175.811	32.136	8.900	216.847

Die Verbindlichkeiten aus *finance lease* zum 29. Februar 2016 lassen sich wie folgt überleiten:

	Restlaufzeit bis zu einem Jahr	Restlaufzeit von mehr als einem bis zu fünf Jahren	Restlaufzeit von mehr als fünf Jahren	Summe
	in TEUR	in TEUR	in TEUR	in TEUR
Ausstehende Miet- und Leasing-Raten	12.005	44.284	4.665	60.954
Zinsanteil	1.724	3.506	268	5.498
Tilgungsanteil	10.281	40.778	4.397	55.456

Zum Stichtag der Vergleichsperiode ergab sich die Überleitung der Verbindlichkeiten aus *finance lease* wie folgt:

	Restlaufzeit bis zu einem Jahr	Restlaufzeit von mehr als einem bis zu fünf Jahren	Restlaufzeit von mehr als fünf Jahren	Summe
	in TEUR	in TEUR	in TEUR	in TEUR
Ausstehende Miet- und Leasing-Raten	13.543	36.613	9.504	59.660
Zinsanteil	2.122	4.477	604	7.203
Tilgungsanteil	11.421	32.136	8.900	52.457

(30) Verbindlichkeiten gegenüber nahe stehenden Personen und Unternehmen

Die Verbindlichkeiten gegenüber nahe stehenden Personen und Unternehmen setzen sich wie folgt zusammen:

	29.02.2016	28.02.2015
	in TEUR	in TEUR
Verbindlichkeiten gegenüber nicht konsolidierten Tochterunternehmen	8.899	13.022
Verbindlichkeiten gegenüber assoziierten Unternehmen und Gemeinschaftsunternehmen	1.050	2.031
Verbindlichkeiten gegenüber sonstigen nahe stehenden Personen und Unternehmen	17.581	8.677
Verbindlichkeiten gegenüber nahe stehenden Personen und Unternehmen	27.530	23.730

Die Fälligkeitsstruktur ergibt sich wie folgt:

	29.02.2016	28.02.2015
	in TEUR	in TEUR
Restlaufzeit bis zu einem Jahr	13.436	15.918
Restlaufzeit von mehr als einem bis zu fünf Jahren	13.627	7.342
Restlaufzeit von mehr als fünf Jahren	467	470
Verbindlichkeiten gegenüber nahe stehenden Personen und Unternehmen	27.530	23.730

(31) Sonstige Verbindlichkeiten

Die sonstigen Verbindlichkeiten gliedern sich wie folgt:

	29.02.2016	28.02.2015
	in TEUR	in TEUR
Verbindlichkeiten gegenüber Mitarbeitern	245.077	257.345
Kreditorische Debitoren	101.950	103.759
Verbindlichkeiten aus kündbaren Finanzinstrumenten	100.053	95.204
Negative Zeitwerte von Derivaten	43.087	72.020
Verbindlichkeiten aus dem Erwerb von Anteilen	38.729	32.627
Übrige finanzielle Verbindlichkeiten	76.943	91.939
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	605.839	652.894
Verbindlichkeiten aus sonstigen Steuern	208.463	198.463
Erhaltene Anzahlungen auf Bestellungen	172.914	173.374
Abgrenzungsposten	147.275	159.123
Verbindlichkeiten aus Sozialabgaben	20.214	24.676
Verbindlichkeiten aus sonstigen Abgaben	8.799	9.352
Übrige Verbindlichkeiten	2.190	2.246
Sonstige übrige Verbindlichkeiten	559.855	567.234
Sonstige Verbindlichkeiten	1.165.694	1.220.128

Die Verbindlichkeiten gegenüber Mitarbeitern beinhalten im Wesentlichen Verpflichtungen aus Lohn und Gehalt, ausstehendem Urlaub bzw. Urlaubsgeld sowie Altersteilzeitvereinbarungen.

Entsprechend IAS 32 ist die Verpflichtung bei Ausübung der bestimmten Anteilseignern von Tochtergesellschaften eingeräumten Optionen, deren Anteile zum anteiligen Wert des Eigenkapitals erwerben zu müssen, in Höhe des wahrscheinlichen Erfüllungsbetrages als Verbindlichkeit zum Erwerb von Anteilen zu bilanzieren.

Sofern die Verpflichtungen im Rahmen eines Unternehmenserwerbs entstanden sind, in dem die Otto Group die Beherrschungsmöglichkeiten erworben hat, werden Beträge abzüglich der Verzinsung als variabler Kaufpreisbestandteil behandelt und gegebenenfalls im derivativen Geschäfts- oder Firmenwert berücksichtigt.

Hinsichtlich der Fälligkeit ergibt sich folgende Zusammensetzung der sonstigen finanziellen Verbindlichkeiten:

	29.02.2016	28.02.2015
	in TEUR	in TEUR
Restlaufzeit bis zu einem Jahr	405.076	451.973
Restlaufzeit von mehr als einem bis zu fünf Jahren	184.666	183.360
Restlaufzeit von mehr als fünf Jahren	16.097	17.561
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	605.839	652.894

(32) Mitarbeiterbeteiligungsprogramme

(A) AKTIENOPTIONSPROGRAMM FÜR FÜHRUNGSKRÄFTE IN DEN USA

Im Rahmen eines Mitarbeiteroptionsprogramms wurden ausgewählten Führungskräften einer Konzerngesellschaft in den USA bis einschließlich Geschäftsjahr 2005/06 Optionen gewährt, die zum Erwerb von stimmrechtslosen Anteilen an der Gesellschaft zum Ausübungskurs berechtigen. Der Ausübungskurs entspricht dabei dem Marktwert der Anteile im Gewährungszeitpunkt. Für Optionen, die vor dem 30. Juni 2002 ausgegeben worden sind, beträgt die Laufzeit sechs Jahre, für alle danach ausgegebenen Optionen zehn Jahre.

Die Optionen auf den Bezug von Anteilen sind nach Ablauf eines Jahres nach dem Zeitpunkt der Gewährung grundsätzlich ausübbar. Die Anteile, die aus der Ausübung der ursprünglich gewährten Optionen bezogen wurden bzw. noch bezogen werden können, werden gleichmäßig über den Zeitraum von fünf Jahren nach der Gewährung der Optionen unverfallbar.

Unter bestimmten Bedingungen haben sowohl die Führungskräfte bzw. die Gesellschaft das Recht, die Anteile anzudienen bzw. zu erwerben. Aufgrund seiner Ausgestaltung wird das Mitarbeiterbeteiligungsprogramm gemäß IFRS 2 als *cash-settled share-based payment* klassifiziert. Transaktionswährung für die Gewährung und Ausübung der Optionen wie auch für die Rückkäufe ist USD.

Die Aktivitäten im Zusammenhang mit der Durchführung des Mitarbeiterbeteiligungsprogramms lassen sich wie folgt zusammenfassen:

	2015/16		2014/15	
	Anzahl der Optionsrechte und Put-/Call-Optionen	gewichteter durchschnittlicher Ausübungspreis in USD	Anzahl der Optionsrechte und Put-/Call-Optionen	gewichteter durchschnittlicher Ausübungspreis in USD
Bestand am 1. März	13.100	98,86	16.800	91,11
ausgeübte Optionen	0	0,00	0	0,00
verfallene Optionsrechte	-12.500	101,47	-3.700	63,67
ausgegebene Anteile	0	0,00	0	0,00
zurückgeworbene Anteile	-100	10,35	0	0,00
Bestand am 29./28. Februar	500	39,36	13.100	98,86
davon ausübbar am 29./28. Februar	500	39,36	11.810	98,61

Die folgende Übersicht fasst die Ausübungspreise und Restlaufzeiten der zum Stichtag ausübaren Optionen und ausstehenden Anteile mit Put-/Call-Option zusammen:

Bandbreite der Ausübungspreise in USD	2014/15	
	Anzahl der Rechte	gewichteter durchschnittlicher Ausübungspreis in USD
39,36	500	39,36
	500	39,36

Bandbreite der Ausübungspreise in USD	2014/15	
	Anzahl der Rechte	gewichtete durchschnittliche Restlaufzeit in Jahren
39,36	500	0,0
	500	0,0

Zum 29. Februar 2016 sind alle verbleibenden Optionsrechte verfallen. Aufgrund der Ausgestaltung der den Führungskräften gewährten Rechte erfolgte eine Bestimmung des Zeitwertes dieser Rechte zu jedem Bilanzstichtag. Für die Ermittlung des Zeitwertes mittels des Black-Scholes-Modells wurden im Vorjahr folgende Parameter verwendet:

	2014/15
Anteilswert gemäß Bedingungen des Optionsprogramms (in USD)	0,00
Ausübungspreis (in USD)	10,00–107,28
Zinssatz auf risikolose Anlagen	1,19 %
erwartete Volatilität	48 %
Laufzeit in Jahren	max. 1,75
erwartete Dividendenrendite	0 %

Zum Stichtag ergeben sich für die ausstehenden Anteile folgende Zeitwerte:

Jahr der Gewährung	29.02.2016		28.02.2015	
	Anzahl der Rechte	Zeitwert in USD	Anzahl der Rechte	Zeitwert in USD
2002	500	17,91	500	0
2003	0	0	100	0
2004	0	0	0	0
2005	0	0	12.500	0
	500		13.100	

Die aus den Rechten resultierende Verbindlichkeit beträgt zum 29. Februar 2016 9 TEUR (28. Februar 2015: 0 TEUR). Ein im Personalaufwand verrechneter Ertrag in Höhe von 5 TEUR wurde im Geschäftsjahr 2015/16 realisiert.

Der innere Wert der unverfallbaren Rechte beläuft sich zum 29. Februar 2016 auf 18 TEUR (28. Februar 2015: 24 TEUR).

(B) MITARBEITEROPTIONSPROGRAMM IN DEN USA

Im Geschäftsjahr 2006/07 wurde bei einer Konzerngesellschaft in den USA ein virtuelles Anteilsprogramm zur langfristigen Mitarbeiterincentivierung aufgelegt. Das Programm wird gemäß IFRS 2 als *cash-settled share-based payment* klassifiziert. Transaktionswährung für die Gewährung und den Rückkauf der Wertsteigerungsrechte ist USD.

Die im Rahmen dieses Plans jährlich gewährten Wertsteigerungsrechte werden während einer Frist von 60 Monaten ratierlich unverfallbar. Am Ende dieses Erdienungszeitraums erfolgt die Auszahlung auf Basis der unverfallbar gewordenen Rechte. Für die Bestimmung der Wertsteigerung wird ein Unternehmenswert zu Grunde gelegt, der sich aus einem EBIT-Multiplikator unter Berücksichtigung einer vertraglich definierten Nettofinanzposition ergibt.

Im Rahmen des Plans können maximal 590.000 Wertsteigerungsrechte ausgegeben werden.

Die Veränderungen im Zusammenhang mit der Durchführung dieses Anteilsprogramms lassen sich wie folgt zusammenfassen:

Jahr der Gewährung	Anzahl der gewährten Rechte	Anzahl der verfallenen Rechte	Anzahl der ausgezahlten Rechte	Zum Stichtag unverfallbare Rechte	Wert eines Rechts zum Ausgabzeitpunkt in USD	Wertveränderung ggü. Ausgabzeitpunkt in USD
2006	103.650	-7.609	-96.042	0	81,66	-53,75
2007	111.500	-13.170	-98.330	0	105,09	-77,18
2008	77.650	-15.466	-62.184	0	104,06	-76,15
2009	105.130	-21.098	-84.032	0	33,08	-5,17
2010	120.395	-32.551	-87.844	0	32,04	-4,13
2011	131.890	-43.062	-34.775	51.339	67,92	-40,01
2012	121.765	-35.459	-22.543	48.336	53,31	-25,40
2013	124.200	-37.543	-12.999	40.852	38,26	-12,91
2014	122.595	-27.673	-5.626	31.819	0,00	8,68
2015	148.860	-14.950	-1.318	18.378	0,00	14,24
	1.167.635	-248.581	-505.693	190.724		

Unter Berücksichtigung des Aufwandsverteilungszeitraums gemäß IFRS 2 ist zum Bilanzstichtag aufgrund der Wertentwicklung eine Verbindlichkeit in Höhe von 496 TEUR (2014/15: 0 TEUR) bilanziert worden. Aus dem Mitarbeiteroptionsprogramm ergab sich im Berichtsjahr Aufwand in Höhe von 490 TEUR (2014/15: 0 TEUR).

Auszahlungen für bereits unverfallbar gewordene Rechte ausgeschiedener Mitarbeiter ergaben sich weder im abgelaufenen Geschäftsjahr noch im Vorjahr.

Erläuterungen zur Konzern-Kapitalfluss- rechnung

(33) Definitionen

In der Otto Group ist der Brutto-Cashflow eine Kennzahl für den Liquiditätsbeitrag der Gesellschaften und der Segmente. Der Brutto-Cashflow entspricht dem um Gewinne, Verluste und Ausschüttungen von assoziierten und Gemeinschaftsunternehmen sowie um wesentliche zahlungsunwirksame Erträge und Aufwendungen angepassten Ergebnis vor Zinsen und Steuern.

(34) Zusammensetzung des Finanzmittelfonds

Der Finanzmittelfonds setzt sich aus den folgenden Bestandteilen zusammen:

	29.02.2016	28.02.2015
	in TEUR	in TEUR
Flüssige Mittel	234.545	253.996
Wertpapiere mit einer Laufzeit von bis zu drei Monaten	128	129
Finanzmittelfonds	234.673	254.125

Aus dem in der Konzern-Kapitalflussrechnung ausgewiesenen Finanzmittelfonds wurden 9.950 TEUR (28. Februar 2015: 8.291 TEUR) als Sicherheit hinterlegt. Die eingeschränkte Verfügbarkeit resultiert im Wesentlichen aus vertraglichen Vereinbarungen aus ABS-Transaktionen.

(35) Nicht zahlungswirksame Transaktionen

Wesentliche nicht zahlungswirksame Vorgänge im Finanzierungs- und Investitionsbereich betreffen im Geschäftsjahr 2015/16 den Abschluss von *finance leases* mit 21.704 TEUR (2014/15: 2.623 TEUR).

Erläuterungen zur Segmentberichterstattung

(36) Grundlagen

Die Segmentberichterstattung erfolgt entsprechend der Vorschriften des IFRS 8 nach dem *management approach*. Hiernach orientiert sich die Segmentberichterstattung an der internen Berichterstattung an die jeweiligen Hauptentscheidungsträger und beinhaltet die Informationen, die diesen Entscheidungsträgern im Rahmen einer regelmäßigen Berichterstattung vorgelegt und von diesen zur Ressourcenallokation für die einzelnen Bereiche des Konzerns verwendet werden. In Übereinstimmung mit der internen Steuerung des Konzerns ist die Segmentberichterstattung nach den Geschäftsfeldern des Konzerns gegliedert.

In Ergänzung zu den Geschäftsfeldern erfolgen Zusatzinformationen zu den geographischen Regionen.

(A) GESCHÄFTSFELDER

In der Otto Group bestehen die folgenden Geschäftsfelder:

Multichannel-Einzelhandel

Das Segment Multichannel-Einzelhandel umfasst alle Aktivitäten des Konzerns, bei denen Konsumgüter an Endkunden verkauft werden. Die Geschäftsaktivitäten erfolgen dabei im Rahmen einer Multichannel-Strategie im Wege des Online-, Versand- und Stationärhandels, wobei der E-Commerce im Versandhandel den Schwerpunkt in diesem Segment bildet.

Finanzdienstleistungen

Das Segment Finanzdienstleistungen umfasst das Forderungs-, Informations- und Liquiditätsmanagement sowie Payment Services.

Service

Das Segment Service der Otto Group beinhaltet Logistik- und Einkaufsdienstleistungen. Die Logistikdienstleistungen umfassen dabei einen breiten Bereich von der Warenbeschaffung über Transportdienstleistungen bis zur Sendungsverteilung an Endkunden sowie Serviceleistungen im Zusammenhang mit den gelieferten Waren.

(B) GEOGRAPHISCHE REGIONEN

Die Aktivitäten der Otto Group sind neben Deutschland und Russland insbesondere auf das übrige Europa und Nord- und Südamerika sowie Asien ausgerichtet. Die Sonstigen Regionen enthalten die Aktivitäten in den übrigen Regionen.

(37) Segmentinformationen

Die Segmentdaten werden mit Ausnahme der konzerninternen Miet- und Leasingbeziehungen, die als Operating Leasingverhältnisse abgebildet werden, auf der Grundlage der im Konzernabschluss angewendeten Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden ermittelt. Forderungen, Aufwendungen und Erträge, die aus Transaktionen zwischen den einzelnen Segmenten resultieren, werden in der Spalte Holding/Konsolidierung eliminiert. Derartige Transaktionen werden grundsätzlich zu marktüblichen Konditionen abgewickelt. Darüber hinaus enthält die Spalte Holding/Konsolidierung Aufwendungen der Konzernfunktionen, die den einzelnen Segmenten nicht auf einer verlässlichen Basis zugeordnet werden können.

Die Umsatzerlöse mit Dritten repräsentieren den Umsatz aus dem Verkauf von Handelswaren sowie der Erbringung von Dienstleistungen inklusive Finanzdienstleistungen. Die Innenumsatzerlöse resultieren aus den Liefer- und Leistungsbeziehungen zwischen den einzelnen Segmenten.

Die dargestellten Ergebnisgrößen stellen den jeweiligen Ergebnisbeitrag der Segmente dar. Das EBITDA entspricht dabei dem Ergebnis vor Berücksichtigung des Finanzergebnisses, der Steuern vom Einkommen und vom Ertrag sowie vor planmäßigen und außerplanmäßigen Abschreibungen. Unter Einbeziehung der angefallenen Abschreibungen ergibt sich das EBIT als Ergebnis vor dem Finanzergebnis und vor Steuern vom Einkommen und vom Ertrag.

Das Segmentvermögen umfasst die langfristigen Vermögenswerte des jeweiligen Segments, das heißt die immateriellen Vermögenswerte inklusive derivativer Geschäfts- oder Firmenwerte, die Sachanlagen und die Anteile an assoziierten und Gemeinschaftsunternehmen sowie die kurzfristigen Vermögenswerte. Vom Segmentvermögen ausgenommen sind die sonstigen Beteiligungen, die Finanzforderungen, die Ansprüche aus laufenden Steuern vom Einkommen und vom Ertrag, die aktiven latenten Steuern und die flüssigen Mittel. Nur im Segment Finanzdienstleistungen sind die Finanzforderungen im Segmentvermögen enthalten.

Der Brutto-Cashflow der Segmente wird aus dem EBIT unter Eliminierung darin enthaltener nicht zahlungswirksamer Erträge und Aufwendungen abgeleitet.

Das Segmentvermögen kann auf die Aktiva des Konzerns wie folgt übergeleitet werden:

	29.02.2016	28.02.2015
	in TEUR	in TEUR
Segmentvermögen	6.976.746	7.309.161
Sonstige Finanzanlagen	326.481	265.581
Forderungen und sonstige Vermögenswerte	61.798	82.512
Flüssige Mittel	234.545	253.996
Latente Steuern	113.682	124.551
Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte	146.535	151.911
Vermögenswerte des Konzerns	7.859.787	8.187.712

Für die geographischen Informationen werden die Umsätze nach dem Standort der Konzerngesellschaft segmentiert, der in der Regel auch dem Standort der Kunden entspricht. Das Vermögen wird ebenfalls auf der Grundlage des Standortes der Konzerngesellschaft ermittelt und umfasst die langfristigen Vermögenswerte der geographischen Regionen und enthält somit immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen:

Geographische Informationen	Umsatzerlöse mit Dritten		Langfristiges Vermögen	
	2015/16 in TEUR	2014/15 in TEUR	29.02.2016 in TEUR	28.02.2015 in TEUR
Deutschland	7.471.048	7.091.934	1.367.620	1.440.328
Europa (ohne Deutschland und Russland)	2.467.075	2.424.489	448.601	529.560
Nord- und Südamerika	1.701.644	1.365.982	414.044	415.383
Russland	264.461	412.835	21.289	35.028
Asien	195.498	183.460	59.345	62.172
Sonstige Regionen	4.719	5.817	431	10
Konzern	12.104.445	11.484.517	2.311.330	2.482.481

Sonstige Angaben

(38) Finanzinstrumente

(A) ORIGINÄRE FINANZINSTRUMENTE

Die Otto Group verwendet eine Vielzahl von Finanzinstrumenten in ihren unterschiedlichen Geschäftsfeldern.

In den folgenden Tabellen sind finanzielle Vermögenswerte und Verbindlichkeiten entsprechend der Kategorien der Finanzinstrumente nach IAS 39 dargestellt. *Cash flow hedges* werden gesondert ausgewiesen.

Alle Finanzinstrumente, die zum beizulegenden Zeitwert im Abschluss bilanziert werden, werden in die folgenden Hierarchiestufen gemäß IFRS 13 eingeordnet:

- Stufe 1: an aktiven, für das Unternehmen an zugänglichen Märkten notierte (nicht angepasste) Preise für gleiche Vermögenswerte oder Verbindlichkeiten;
- Stufe 2: Inputfaktoren, bei denen es sich nicht um die auf Stufe 1 berücksichtigten notierten Preise handelt, die sich aber für den Vermögenswert oder die Verbindlichkeit entweder direkt (d. h. als Preis) oder indirekt (d. h. in Ableitung von Preisen) beobachten lassen;
- Stufe 3: nicht auf beobachtbaren Marktdaten basierende Faktoren für die Bewertung des Vermögenswerts oder der Verbindlichkeit (nicht beobachtbare Inputfaktoren).

Reklassifizierungen zwischen den verschiedenen Hierarchiestufen werden zum Ende der Berichtsperiode, in der die Änderung eingetreten ist, erfasst.

Im Geschäftsjahr 2015/16 haben keine Reklassifizierungen zwischen den verschiedenen Kategorien von Finanzinstrumenten stattgefunden.

Die nachstehende Tabelle zeigt die Buchwerte und beizulegenden Zeitwerte von finanziellen Vermögenswerten und Verbindlichkeiten zum 29. Februar 2016, einschließlich ihrer Einstufung in die Zeitwert Hierarchie. Sie enthält keine Informationen zum beizulegenden Zeitwert für finanzielle Vermögenswerte und Verbindlichkeiten, die nicht zum beizulegenden Zeitwert bewertet wurden, wenn der Buchwert einen angemessenen Näherungswert für den beizulegenden Zeitwert darstellt oder der Zeitwert dem Barwert des jeweiligen langfristigen Finanzinstruments unter Anwendung aktueller Zinsparameter entspricht. Die Verbindlichkeiten aus *finance lease* werden gemäß IAS 17 bewertet und sind folglich in der Tabelle keiner Bewertungskategorie gemäß IAS 39 zugeordnet. Eine Angabe der Zeitwerte für Verbindlichkeiten aus *finance lease* erfolgt nicht, da sich keine wesentlichen Zusatzinformationen durch die Ermittlung der Zeitwerte ergeben würden.

AKTIVA	Bewertung gemäß IAS 39				Zeitwert Hierarchie			
	Buchwert	Fort- geführte Anschaf- fungs- kosten	Zeitwert, erfolgs- wirksam	Zeitwert, erfolgs- neutral	Zeitwert	Stufe 1	Stufe 2	Stufe 3
	in TEUR	in TEUR	in TEUR	in TEUR	in TEUR	in TEUR	in TEUR	in TEUR
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	1.298.481	1.298.481	–	–	–	–	–	–
Forderungen aus Finanzdienstleistungen	832.515	832.515	–	–	–	–	–	–
Forderungen gegen nahe stehende Personen und Unternehmen	100.090	100.090	–	–	–	–	–	–
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	141.175	141.175	–	–	–	–	–	–
Flüssige Mittel	234.545	234.545	–	–	–	–	–	–
Loans and receivables (LAR)	2.606.806	2.606.806	–	–	–	–	–	–
Sonstige Finanzanlagen	332.841	35.961	0	296.880	296.880	137	296.743	0
Wertpapiere	129	0	0	129	129	129	0	0
Available-for-sale financial assets (AFS)	332.970	35.961	0	297.009	297.009	266	296.743	0
Derivate ohne Sicherungsbeziehungen	23.305	0	23.305	0	23.305	0	23.305	0
Financial assets at fair value through profit or loss (AFV)	23.305	0	23.305	0	23.305	0	23.305	0
Cash Flow Hedges	42.763	0	0	42.763	42.763	0	42.763	0

PASSIVA	Bewertung gemäß IAS 39				Zeitwert Hierarchie			
	Buchwert	Fort- geführte Anschaf- fungs- kosten	Zeitwert, erfolgs- wirksam	Zeitwert, erfolgs- neutral	Zeitwert	Stufe 1	Stufe 2	Stufe 3
	in TEUR	in TEUR	in TEUR	in TEUR	in TEUR	in TEUR	in TEUR	in TEUR
Genussrechte	31.231	31.231	-	-	-	-	-	-
Verbindlichkeiten aus Anleihen und sonstigen Schuldverschreibungen	828.808	828.808	0	0	860.178	740.456	119.722	0
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	1.137.444	1.137.444	0	0	1.149.815	0	1.149.815	0
Sonstige Finanzverbindlichkeiten	160.925	160.925	-	-	-	-	-	-
<i>davon Verbindlichkeiten finance lease</i>	55.456	55.456	-	-	-	-	-	-
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	1.127.140	1.127.140	-	-	-	-	-	-
Verbindlichkeiten gegenüber nahe stehenden Personen und Unternehmen	27.530	27.530	-	-	-	-	-	-
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	524.024	524.024	-	-	-	-	-	-
Financial liabilities measured at amortised cost (OL)	3.837.102	3.837.102	0	0	2.009.993	740.456	1.269.537	0
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	38.729	0	38.729	0	38.729	0	38.729	0
Derivate ohne Sicherungsbeziehungen	13.717	0	13.717	0	13.717	0	13.717	0
Financial liabilities at fair value through profit or loss (LFV)	52.446	0	52.446	0	52.446	0	52.446	0
Cash Flow Hedges	29.369	0	0	29.369	29.369	0	29.369	0

Zum Stichtag der Vergleichsperiode bestehen folgende Buchwerte und beizulegende Zeitwerte von finanziellen Vermögenswerten und Verbindlichkeiten, einschließlich ihrer Einstufung in der Zeitwert Hierarchie:

AKTIVA	Bewertung gemäß IAS 39				Zeitwert Hierarchie			
	Buchwert	Fort- geführte Anschaf- fungs- kosten	Zeitwert, erfolgs- wirksam	Zeitwert, erfolgs- neutral	Zeitwert	Stufe 1	Stufe 2	Stufe 3
	in TEUR	in TEUR	in TEUR	in TEUR	in TEUR	in TEUR	in TEUR	in TEUR
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	1.291.420	1.291.420	-	-	-	-	-	-
Forderungen aus Finanzdienstleistungen	848.009	848.009	-	-	-	-	-	-
Forderungen gegen nahe stehende Personen und Unternehmen	86.803	86.803	-	-	-	-	-	-
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	187.559	187.559	-	-	-	-	-	-
Flüssige Mittel	253.996	253.996	-	-	-	-	-	-
Loans and receivables (LAR)	2.667.787	2.667.787	-	-	-	-	-	-
Sonstige Finanzanlagen	269.339	26.751	0	242.588	242.588	146	242.442	0
Wertpapiere	129	0	0	129	129	129	0	0
Available-for-sale financial assets (AFS)	269.468	26.751	0	242.717	242.717	275	242.442	0
Derivate ohne Sicherungsbeziehungen	8.788	0	8.788	0	8.788	0	8.788	0
Financial assets at fair value through profit or loss (AFV)	8.788	0	8.788	0	8.788	0	8.788	0
Cash Flow Hedges	112.371	0	0	112.371	112.371	0	112.371	0

PASSIVA	Bewertung gemäß IAS 39				Zeitwert Hierarchie			
	Buchwert in TEUR	Fort- geführte Anschaf- fungs- kosten in TEUR	Zeitwert, erfolgs- wirksam in TEUR	Zeitwert, erfolgs- neutral in TEUR	Zeitwert in TEUR	Stufe 1 in TEUR	Stufe 2 in TEUR	Stufe 3 in TEUR
Genussrechte	37.438	37.438	–	–	–	–	–	–
Verbindlichkeiten aus Anleihen und sonstigen Schuldverschreibungen	898.202	898.202	0	0	963.304	786.486	176.818	0
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	1.307.552	1.307.552	0	0	1.344.451	0	1.344.451	0
Sonstige Finanzverbindlichkeiten	164.390	164.390	–	–	–	–	–	–
<i>davon Verbindlichkeiten finance lease</i>	52.457	52.457	–	–	–	–	–	–
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	1.146.209	1.146.209	–	–	–	–	–	–
Verbindlichkeiten gegenüber nahe stehenden Personen und Unternehmen	23.730	23.730	–	–	–	–	–	–
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	548.247	548.247	–	–	–	–	–	–
Financial liabilities measured at amortised cost (OL)	4.125.768	4.125.768	0	0	2.307.755	786.486	1.521.269	0
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	32.627	0	32.627	0	32.627	0	32.627	0
Derivate ohne Sicherungsbeziehungen	13.500	0	13.500	0	13.500	0	13.500	0
Financial liabilities at fair value through profit or loss (LFV)	46.127	0	46.127	0	46.127	0	46.127	0
Cash Flow Hedges	58.520	0	0	58.520	58.520	0	58.520	0

Die Nettoergebnisse aus Finanzinstrumenten teilen sich wie folgt auf die einzelnen Bewertungskategorien des IAS 39 auf:

NETTOGEWINNE/NETTOVERLUSTE	29.02.2016			28.02.2015		
	erfolgs-neutral	erfolgs-wirksam	Summe	erfolgs-neutral	erfolgs-wirksam	Summe
	in TEUR	in TEUR	in TEUR	in TEUR	in TEUR	in TEUR
<i>Loans and receivables (LAR)</i>	0	587.905	587.905	0	630.929	630.929
LAR ohne Finanzdienstleistungen	0	-90.390	-90.390	0	-15.040	-15.040
Forderungen aus Finanzdienstleistungen	0	678.295	678.295	0	645.969	645.969
<i>Available-for-sale-financial assets (AFS)</i>	40.068	24.168	64.236	67.838	-5.574	62.264
<i>Financial assets at fair value through profit or loss (AFV)</i>	0	25.952	25.952	0	-37.303	-37.303
<i>Financial liabilities measured at amortised cost (OL)</i>	0	-10.755	-10.755	0	-18.155	-18.155
<i>Financial liabilities at fair value through profit or loss (LFV)</i>	0	-28.638	-28.638	0	-16.506	-16.506

Die Nettoergebnisse enthalten dabei Effekte aus Wertberichtigungen, der Währungsumrechnung, aus der Bewertung zum Zeitwert und aus der Veräußerung von Finanzinstrumenten. Darüber hinaus werden Umsatzerlöse mit Dritten des Segments Finanzdienstleistungen von 678.295 TEUR (28. Februar 2015: 645.969 TEUR) ausgewiesen, die ebenfalls im Zusammenhang mit der Kategorie LAR stehen.

Die oben genannten Finanzinstrumente wurden hinsichtlich ihrer erfolgswirksamen Effekte in den Umsatzerlösen, sonstigen betrieblichen Aufwendungen und Erträgen, im Beteiligungsergebnis und im sonstigen Finanzergebnis erfasst.

Zum 29. Februar 2016 werden Vermögenswerte aus ABS-Transaktionen von 89.049 TEUR (28. Februar 2015: 76.923 TEUR) bilanziert.

(B) DERIVATIVE FINANZINSTRUMENTE

Die Otto Group ist aufgrund ihrer internationalen Aktivitäten insbesondere Risiken aus Währungskurs- und Zinsänderungen ausgesetzt. Zur Begrenzung dieser Risiken werden durch die Unternehmen der Otto Group derivative Finanzinstrumente eingesetzt.

Der Einsatz derivativer Finanzinstrumente ist durch entsprechende Richtlinien in der Otto Group geregelt und erfolgt allein zur Absicherung bestehender Grundgeschäfte sowie geplanter Transaktionen mit hinreichend hoher Eintrittswahrscheinlichkeit. Durch diese Richtlinien werden die Verantwortlichkeiten, die Handlungsrahmen und die Berichterstattung sowie die strikte Trennung von Handel und Abwicklung verbindlich festgelegt. Der Abschluss von Handelsgeschäften im Zusammenhang mit derivativen Finanzinstrumenten ist gemäß dieser Richtlinien nur mit Banken ausreichender Bonität erlaubt. Die Otto Group nutzt Devisentermingeschäfte, Währungsswaps und Devisenoptionen zur Absicherung abgeschlossener bzw. erwarteter Geschäfte. Im Rahmen der Zinssicherung werden die Risiken durch Zinsderivate in Form von Zinsswaps begrenzt.

Die derivativen Geschäfte, welche die Otto Group nach dieser Maßgabe abschließt, werden gemäß den Vorschriften der European Market Infrastructure Regulation (EMIR) an ein Transaktionsregister gemeldet. Die Compliance mit EMIR wird regelmäßig durch eine Wirtschaftsprüfungsgesellschaft geprüft und bestätigt.

Die Nominalwerte und Zeitwerte der Zins- und Devisenderivate setzen sich wie folgt zusammen:

	29.02.2016		28.02.2015	
	Nominalbetrag	Zeitwert	Nominalbetrag	Zeitwert
	in TEUR	in TEUR	in TEUR	in TEUR
AKTIVA				
Devisenderivate	1.291.708	66.068	932.680	121.159
Gesamt	1.291.708	66.068	932.680	121.159
PASSIVA				
Devisenderivate	1.037.962	22.828	1.066.980	54.005
Zinsderivate	423.713	20.258	548.301	18.015
Gesamt	1.461.675	43.086	1.615.281	72.020

Die Otto Group bilanziert bestimmte Derivate, die die Kriterien des IAS 39 hinsichtlich der Abbildung von Sicherungsbeziehungen erfüllen, als *cash flow hedges* gemäß IAS 39.

Cash flow hedges werden zur Absicherung des Zinsänderungs- und Währungsrisikos im Zusammenhang mit variablen Zahlungsströmen aus zukünftig höchstwahrscheinlichen Transaktionen (Wareneinkauf und Umsatzerlöse) sowie aus bestehenden Kreditverträgen abgeschlossen. Die Effektivität der Sicherungsbeziehungen wird zum Stichtag unter Anwendung der Dollar-Offset-Methode mithilfe der hypothetischen Derivate-Methode geprüft.

Es bestehen die folgenden Sicherungsinstrumente, die die Kriterien des IAS 39 hinsichtlich der Abbildung als *cash flow hedges* erfüllen:

	29.02.2016		28.02.2015	
	Nominalbetrag	Zeitwert	Nominalbetrag	Zeitwert
	in TEUR	in TEUR	in TEUR	in TEUR
AKTIVA				
Devisenderivate	859.588	42.763	813.163	112.371
Gesamt	859.588	42.763	813.163	112.371
PASSIVA				
Devisenderivate	184.107	10.993	399.552	42.159
Zinsderivate	349.504	18.376	444.216	16.362
Gesamt	533.611	29.369	843.768	58.521

Die gesicherten Grundgeschäfte treten in einem Zeitraum von bis zu sechs Jahren bei Devisenderivaten und von bis zu neun Jahren bei Zinsderivaten ein. Teilweise kürzere Zeiträume bestehen bei den Sicherungsinstrumenten, die die Kriterien des IAS 39 hinsichtlich der Abbildung als cash flow hedges erfüllen. Die voraussichtlichen Effekte auf die Zahlungsströme werden sich jeweils im gleichen Zeitraum einstellen. Den Nominalvolumina der Sicherungsgeschäfte stehen bereits bilanzierte Grundgeschäfte in Höhe von 43.081 TEUR bei den Devisenderivaten und in Höhe von 423.713 TEUR bei den Zinsderivaten sowie geplante Transaktionen gegenüber.

Die Otto Group schließt gemäß den Globalnettingvereinbarungen des Deutschen Rahmenvertrags für Finanztermingeschäfte Derivategeschäfte ab. Bei Eintritt bestimmter Kreditereignisse, wie ein Verzug, werden alle ausstehenden Transaktionen der in Verzug geratenen Globalnettingvereinbarung beendet und der Wert zur Beendigung wird ermittelt. Hierfür ist ein einziger Nettobetrag zum Ausgleich aller Transaktionen zu verwenden. Da ein bestimmtes Kreditereignis wie ein Verzug eines Bankdarlehens zurzeit nicht gegeben ist und somit kein Rechtsanspruch auf Saldierung der erfassten Beträge besteht, erfüllen die abgeschlossenen Vereinbarungen nicht die Kriterien für eine Saldierung in der Bilanz.

Es bestehen die folgenden Finanzinstrumente, die den Globalnettingvereinbarungen unterliegen:

	29.02.2016			28.02.2015		
	Brutto- und Nettobetrag ausgewiesen in der Bilanz	nicht in der Bilanz saldierter Betrag	Nettobetrag	Brutto- und Nettobetrag ausgewiesen in der Bilanz	nicht in der Bilanz saldierter Betrag	Nettobetrag
	in TEUR	in TEUR	in TEUR	in TEUR	in TEUR	in TEUR
Finanzielle Vermögenswerte						
Zins- und Devisenderivate	66.068	19.607	46.461	121.159	48.786	72.373
Finanzielle Verbindlichkeiten						
Zins- und Devisenderivate	43.087	19.607	23.480	72.020	48.786	23.234

(C) FINANZRISIKEN

Aufgrund der internationalen Aktivitäten besteht für die Otto Group eine Reihe von finanziellen Risiken. Hierzu zählen insbesondere die Auswirkungen aus Änderungen von Wechselkursen und Zinssätzen. Im Rahmen der bestehenden Treasury- und Risikomanagementprozesse werden diese Risiken reduziert.

Grundsätzlich werden alle wesentlichen Zinsänderungs- und Währungsrisiken durch währungs- und fristenkongruente Refinanzierungen begrenzt. Verbleibende wesentliche Inkongruenzen werden durch den Einsatz derivativer Finanzinstrumente, wie beispielsweise Zinsswaps und Devisentermingeschäfte, weiter reduziert. Die Rahmenbedingungen für den Einsatz dieser Instrumente werden durch eine vom Vorstand erlassene Richtlinie festgelegt, deren Einhaltung durch ein unabhängiges Risikomanagement überwacht wird.

Im Rahmen des zentralen Liquiditätsmanagements wird darüber hinaus sichergestellt, dass der Otto Group für das operative Geschäft und für Investitionen ausreichend Mittel zur Verfügung stehen.

Die Otto Group ist durch ihre Geschäftstätigkeit im Wesentlichen Währungsrisiken aus der Schwankung des USD, des HKD und des CHF ausgesetzt. Eine Übersicht zur Entwicklung der wesentlich auf den Konzernabschluss wirkenden Währungen findet sich in Ziffer (2)(b).

Zur Ermittlung der nachfolgend dargestellten Sensitivitäten wird eine hypothetische Auf- bzw. Abwertung des Euro gegenüber allen Währungen zum 29. Februar 2016 um 10 % angenommen. Alle anderen Variablen bleiben unverändert. Unter diesen Bedingungen hätten sich folgende wesentliche Auswirkungen auf das Ergebnis vor Steuern (EBT) und das Eigenkapital der Otto Group ergeben:

		EBT		Eigenkapital	
		2015/16 in TEUR	2014/15 in TEUR	2015/16 in TEUR	2014/15 in TEUR
Kurschwankung des USD	+ 10 %	9.617	-1.945	-37.979	-68.614
	-10 %	-16.052	1.154	46.682	85.671
Kurschwankung des HKD	+ 10 %	1.722	-3	351	-5.744
	-10 %	-1.583	123	-351	7.021
Kurschwankung des CHF	+ 10 %	-3.377	-2.488	23.255	27.546
	-10 %	3.460	2.489	-23.096	-33.667
Gesamtauswirkung	+10 %	7.962	-4.436	-14.373	-46.812
	-10 %	-14.175	3.766	23.235	59.025

Währungskurssicherungen werden in der Otto Group zum Teil als *cash flow hedges* nach IAS 39 bilanziert. Die Marktwertschwankungen des effektiven Teils werden in der oben stehenden Übersicht im Eigenkapital gezeigt.

Die ausgewiesenen Effekte auf das Ergebnis resultieren im Wesentlichen aus Bewertungsschwankungen von Derivaten, die zur Sicherung operativer Cashflows abgeschlossen wurden, jedoch nicht nach Hedge Accounting bilanziert werden. Diesen Derivaten stehen hauptsächlich geplante, noch nicht kontrahierte Kontrakte gegenüber, deren Währungskursrisiko sich gegenläufig entwickelt. In die Berechnungen der Ergebniseffekte wurden diese Cashflows der operativen Grundgeschäfte nicht einbezogen. Das tatsächliche Risiko der Nettosition ist somit deutlich geringer.

Für die Otto Group ergeben sich weiterhin Zinsrisiken aus variabel verzinslichen Forderungen und Verbindlichkeiten.

Bei einer hypothetischen Erhöhung bzw. Senkung des Marktzinsniveaus für alle Währungen um jeweils 50 Basispunkte (Parallelverschiebung der Zinskurven) und gleichzeitig unveränderten sonstigen Variablen hätten sich folgende Auswirkungen auf das Ergebnis vor Steuern (EBT) und das Eigenkapital der Otto Group ergeben, die im Wesentlichen das Finanzergebnis beeinflussen:

		EBT		Eigenkapital	
		2015/16	2014/15	2015/16	2014/15
		in TEUR	in TEUR	in TEUR	in TEUR
Verschiebung des Zinsniveaus	+ 50 bp	301	280	5.842	2.899
	- 50 bp	-305	-280	-6.042	-2.899

Eine Risikokonzentration in Bezug auf die dargestellten Finanzrisiken besteht nicht.

(D) AUSFALLRISIKO

Für die Otto Group besteht das Risiko, dass Geschäftspartner ihren Verpflichtungen nicht nachkommen können. Zur Verminderung des Ausfallrisikos, dessen Maximalbetrag den bei den jeweiligen finanziellen Vermögenswerten bilanzierten Buchwerten entspricht, werden Bonitätsprüfungen vorgenommen. Für erkennbare Ausfallrisiken, insbesondere bei den Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie aus Finanzdienstleistungen, werden angemessene Wertberichtigungen gebildet. Für die in der Bilanz angesetzten Vermögenswerte entspricht der Buchwert dem maximalen Ausfallrisiko.

Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und Finanzdienstleistungen bestehen im Wesentlichen gegenüber privaten Endkunden und sind in der Regel mit Ausnahme branchenüblicher Eigentumsvorbehalte im Einzelhandel nicht durch spezielle Instrumente gesichert. Durch die sehr hohe Streuung der Forderungen entfallen auf den einzelnen Kunden nur geringe Beträge. Das Risiko eines maximalen Ausfalls ist unwahrscheinlich.

Einlagen bei Banken und Finanzanlagen werden nur bei Partnern unterhalten, die eine einwandfreie Bonität nach dem Ranking einer anerkannten internationalen Ratingagentur aufweisen.

Nicht im Wert geminderte oder überfällige Kredite und Forderungen werden in den verschiedenen Geschäftsfeldern intensiv überwacht. Im Multichannel-Einzelhandel und bei den Finanzdienstleistungsgesellschaften ist das Debitorenmanagement ein wichtiger Baustein in den betrieblichen Prozessen.

Forderungen, die nur durch Nachverhandlung nicht wertgemindert oder überfällig sind, und überfällige Finanzinstrumente, die nicht wertgemindert sind, bestehen nur in sehr geringem Umfang mit einer Laufzeit bis zu einem Jahr. Es liegen keine objektiven Hinweise vor, dass die Schuldner ihren Verpflichtungen nicht nachkommen können. Forderungen werden in einem standardisierten Verfahren automatisch wertberichtigt, sobald es zu einem Zahlungsverzug kommt.

(E) LIQUIDITÄTSRISIKO

Das Finanzierungsmanagement sichert die jederzeitige Aufrechterhaltung der Liquidität der Otto Group. Darüber hinaus wird sichergestellt, dass für das operative Geschäft und für Investitionen immer ausreichend liquide Mittel zur Verfügung stehen. Die Minimierung der Finanzierungskosten ist dabei eine wesentliche Nebenbedingung für ein effizientes Finanzierungsmanagement. Grundsätzlich gilt, offene Positionen fristenkongruent zu refinanzieren. Als Refinanzierungsinstrumente können Geld- und Kapitalmarktprodukte wie zum Beispiel Kredite, Anleihen oder ABS (*asset-backed securities*), aber auch Avale, Leasing, *sale and lease back* und *Factoring* verwendet werden. Die erforderlichen Basisdaten werden rollierend über eine monatliche Liquiditätsplanung mit einem Planungshorizont von zwölf Monaten sowie eine tägliche Planung mit einem Horizont von mindestens vier Wochen ermittelt. Beide Planungen werden regelmäßigen Abweichungsanalysen unterzogen. Eine Risikokonzentration in Bezug auf die dargestellten Liquiditätsrisiken besteht nicht.

Folgende Tabelle zeigt den zum 29. Februar 2016 bereits vertraglich fixierten Mittelabfluss aus finanziellen Verbindlichkeiten in Form von Tilgungs- und Zinszahlungen:

	Restlaufzeit bis zu einem Jahr	Restlaufzeit von mehr als einem bis zu fünf Jahren	Restlaufzeit von mehr als fünf Jahren	Summe
	in TEUR	in TEUR	in TEUR	in TEUR
Verbindlichkeiten aus Anleihen und sonstigen Schuldverschreibungen	31.412	861.084	45.684	938.180
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	584.688	458.120	200.072	1.242.880
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	1.086.014	41.756	0	1.127.770
Übrige finanzielle Verbindlichkeiten	578.391	167.396	17.715	763.502
<i>davon derivative Finanzinstrumente</i>	25.101	19.976	1.797	46.874

Zum 28. Februar 2015 bestand der nachfolgend dargestellte vertraglich fixierte Mittelabfluss aus finanziellen Verbindlichkeiten:

	Restlaufzeit bis zu einem Jahr	Restlaufzeit von mehr als einem bis zu fünf Jahren	Restlaufzeit von mehr als fünf Jahren	Summe
	in TEUR	in TEUR	in TEUR	in TEUR
Verbindlichkeiten aus Anleihen und sonstigen Schuldverschreibungen	84.773	629.521	330.190	1.044.484
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	708.235	447.354	293.773	1.449.362
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	1.100.983	45.226	0	1.146.209
Übrige finanzielle Verbindlichkeiten	630.231	195.621	18.031	843.883
<i>davon derivative Finanzinstrumente</i>	37.611	19.112	15.297	72.020

(39) Konzernabschluss unter Einbeziehung des Segments Finanzdienstleistungen nach der Equity-Methode („FDL at Equity“)

(A) ALLGEMEINE ERLÄUTERUNGEN

Die Geschäftstätigkeit der Konzernunternehmen aus dem Segment Finanzdienstleistungen unterscheidet sich grundlegend von den Handels- und Dienstleistungsaktivitäten der Otto Group. Um einen noch differenzierteren Einblick in die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Handels- und Dienstleistungsaktivitäten der Otto Group mittels einer Eliminierung der Strukturen im Segment Finanzdienstleistungen zu vermitteln, wurde der IFRS-Konzernabschluss zum 29. Februar 2016 um eine zusätzliche Betrachtungsweise erweitert.

Hierbei werden Vermögenswerte, Schulden, Aufwendungen und Erträge der Konzernunternehmen des Segments Finanzdienstleistungen aus dem IFRS-Konzernabschluss eliminiert und stattdessen die Anteile an den Gesellschaften des Segments Finanzdienstleistungen nach der Equity-Methode bilanziert. Die Bilanzierung der Anteile an den Konzerngesellschaften des Segments Finanzdienstleistungen nach der Equity-Methode erfolgt dabei auf der Grundlage der durchgerechneten Kapitalanteile auf Ebene der jeweiligen Muttergesellschaften, die nicht dem Segment Finanzdienstleistungen zugeordnet sind. Insofern werden Anteile anderer Gesellschafter am anteiligen Ergebnis bzw. dem anteiligen Nettoeinkommen der Konzerngesellschaften des Segments Finanzdienstleistungen nur dann ausgewiesen, wenn diese Anteile durch außenstehende Gesellschafter an Muttergesellschaften in anderen Segmenten gehalten werden. Darüber hinaus werden für Zwecke der Bilanzdarstellung Finanzverbindlichkeiten mit Forderungen gegen Gesellschaften des Segments Finanzdienstleistungen saldiert, die aus der zentralisierten Finanzierung des Segments Finanzdienstleistungen resultieren.

Bei der hier beschriebenen Vorgehensweise wird insofern von den IFRS abgewichen, da auf die Vollkonsolidierung der Gesellschaften des Segments Finanzdienstleistungen, wie sie aufgrund der Beherrschungsmöglichkeit der Otto Group nach IFRS 10 erfolgen müsste und im IFRS-Konzernabschluss abgebildet ist, verzichtet wird. Darüber hinaus werden Finanzverbindlichkeiten mit Forderungen gegen Gesellschaften des Segments Finanzdienstleistungen saldiert, die aus der zentralisierten Finanzierung des Segments Finanzdienstleistungen resultieren.

Die Darstellung aller übrigen Sachverhalte erfolgte in Übereinstimmung mit den vom International Accounting Standards Board (IASB) verabschiedeten und veröffentlichten, am Abschlussstichtag verpflichtend anzuwendenden International Financial Reporting Standards (IFRS) und deren Auslegung durch das International Financial Reporting Interpretations Committee (IFRIC).

**GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG KONZERN FDL AT EQUITY
VOM 1. MÄRZ 2015 BIS ZUM 29. FEBRUAR 2016**

	2015/16	2014/15*
	in TEUR	in TEUR
Umsatzerlöse	11.427.340	10.840.050
Sonstige betriebliche Erträge	722.697	728.074
Summe der betrieblichen Erträge	12.150.037	11.568.124
Bestandsveränderung und aktivierte Eigenleistungen	54.638	51.708
Materialaufwand	-6.266.881	-5.913.572
Personalaufwand	-1.916.433	-1.826.771
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-3.614.765	-3.522.003
Beteiligungsergebnis	190.690	134.624
<i>Ergebnis von assoziierten und Gemeinschaftsunternehmen</i>	<i>187.952</i>	<i>132.097</i>
<i>Sonstiges Beteiligungsergebnis</i>	<i>2.738</i>	<i>2.527</i>
Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)	597.287	492.109
Planmäßige Abschreibungen	-270.650	-257.877
Außerplanmäßige Abschreibungen	-79.078	-34.236
Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)	247.559	199.997
Zinsen und ähnliche Erträge	34.463	41.777
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-135.438	-165.595
Sonstiges Finanzergebnis	5.877	-62.464
Ergebnis vor Steuern (EBT)	152.462	13.716
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-71.741	-51.872
Ergebnis aus fortgeführten Geschäftsbereichen	80.721	-38.156
Ergebnis aus aufgegebenen Geschäftsbereichen	-279.646	-164.218
Jahresfehlbetrag	-198.925	-202.374
Auf die Gesellschafter der Otto (GmbH & Co KG) entfallender Anteil am Jahresfehlbetrag	-218.617	-260.740
Auf andere Gesellschafter entfallender Anteil am Jahresfehlbetrag	19.692	58.366

* Vorjahr angepasst

BILANZ KONZERN FDL AT EQUITY ZUM 29. FEBRUAR 2016

	29.02.2016	28.02.2015
	in TEUR	in TEUR
AKTIVA		
Langfristige Vermögenswerte		
Anlagevermögen	3.513.866	3.564.992
<i>Immaterielle Vermögenswerte</i>	623.272	677.962
<i>Sachanlagen</i>	1.493.507	1.625.812
<i>Anteile an assoziierten und Gemeinschaftsunternehmen</i>	1.077.174	1.000.241
<i>Sonstige Finanzanlagen</i>	319.912	260.977
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	152.966	154.164
Forderungen gegen nahe stehende Personen und Unternehmen	12.531	15.188
Sonstige Vermögenswerte	80.974	77.377
<i>Sonstige finanzielle Vermögenswerte</i>	48.030	70.069
<i>Sonstige übrige Vermögenswerte</i>	32.945	7.308
	3.760.337	3.811.721
Latente Steuern	124.590	132.820
Kurzfristige Vermögenswerte		
Vorräte	1.226.175	1.387.859
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	1.019.364	1.020.595
Forderungen gegen nahe stehende Personen und Unternehmen	24.838	69.978
Forderungen aus Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	33.678	66.332
Sonstige Vermögenswerte	338.536	424.249
<i>Sonstige finanzielle Vermögenswerte</i>	125.447	207.595
<i>Sonstige übrige Vermögenswerte</i>	213.089	216.655
Wertpapiere	39	39
Flüssige Mittel	157.984	178.322
Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte	146.535	151.911
	2.947.149	3.299.286
Bilanzsumme	6.832.076	7.243.827

	29.02.2016	28.02.2015
	in TEUR	in TEUR
PASSIVA		
Eigenkapital		
Auf die Gesellschafter der Otto (GmbH & Co KG) entfallender Anteil am Eigenkapital	692.860	863.236
<i>Kommanditkapital der Otto (GmbH & Co KG)</i>	820.000	770.000
<i>Erwirtschaftetes Konzern-Eigenkapital</i>	441.498	675.276
<i>Ausgleichsposten aus sukzessiven Erwerben</i>	-222.948	-173.565
<i>Kumulierte erfolgsneutral erfasste Erträge und Aufwendungen</i>	-360.931	-423.911
<i>Kumuliertes sonstiges Eigenkapital</i>	15.241	15.436
Anteile anderer Gesellschafter	708.630	698.871
Genussscheine	70.000	0
	1.471.490	1.562.107
Langfristige Rückstellungen und Verbindlichkeiten		
Genussrechte	26.287	35.754
Rückstellungen für Pensionen	1.114.833	1.188.771
Sonstige Rückstellungen	113.953	101.017
Verbindlichkeiten aus Anleihen und sonstigen Schuldverschreibungen	602.045	656.433
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	359.045	419.777
Sonstige Finanzverbindlichkeiten	45.175	41.036
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	41.126	45.226
Verbindlichkeiten gegenüber nahe stehenden Personen und Unternehmen	467	2.206
Sonstige Verbindlichkeiten	322.509	332.232
<i>Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten</i>	198.470	198.285
<i>Sonstige übrige Verbindlichkeiten</i>	124.039	133.947
	2.625.440	2.822.452
Latente Steuern	73.322	74.013
Kurzfristige Rückstellungen und Verbindlichkeiten		
Genussrechte	4.944	1.684
Sonstige Rückstellungen	117.273	174.500
Verbindlichkeiten aus Anleihen und sonstigen Schuldverschreibungen	9.794	51.962
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	354.775	432.979
Sonstige Finanzverbindlichkeiten	103.979	99.119
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	1.026.837	1.048.948
Verbindlichkeiten gegenüber nahe stehenden Personen und Unternehmen	12.502	77.049
Verbindlichkeiten aus Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	33.202	29.113
Sonstige Verbindlichkeiten	763.385	809.158
<i>Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten</i>	350.008	397.155
<i>Sonstige übrige Verbindlichkeiten</i>	413.377	412.003
Zur Veräußerung gehaltene Verbindlichkeiten	235.132	60.744
	2.661.824	2.785.255
Bilanzsumme	6.832.076	7.243.827

KAPITALFLUSSRECHNUNG KONZERN FDL AT EQUITY
VOM 1. MÄRZ 2015 BIS ZUM 29. FEBRUAR 2016

	2015/16	2014/15*
	in TEUR	in TEUR
Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)	247.559	199.997
Ab-/Zuschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte sowie Sachanlagen	334.762	286.610
Gewinne (-)/Verluste (+) von assoziierten und Gemeinschaftsunternehmen	-187.952	-132.097
Ausschüttungen von assoziierten und Gemeinschaftsunternehmen	157.875	151.462
Zunahme (+)/Abnahme (-) der Wertberichtigungen auf Ausleihungen, Forderungen und Vorräte	100.799	106.926
Gewinne (-)/Verluste (+) aus dem Abgang von Sachanlagen und immateriellen Vermögenswerten	19.573	-16.237
Pensionszahlungen, die den Aufwand für Pensionen übersteigen (-)/unterschreiten (+)	-26.397	-23.075
Sonstige zahlungsunwirksame Erträge (-) und Aufwendungen (+)	280	219
Brutto-Cashflow	646.499	573.804
Abnahme (+)/Zunahme (-) des Working Capital	-76.736	-38.673
<i>Abnahme (+)/Zunahme (-) der Vorräte (brutto)</i>	<i>20.960</i>	<i>-16.705</i>
<i>Abnahme (+)/Zunahme (-) der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen (brutto)</i>	<i>-200.378</i>	<i>-154.219</i>
<i>Zunahme (+)/Abnahme (-) der Rückstellungen</i>	<i>27.710</i>	<i>33.921</i>
<i>Zunahme (+)/Abnahme (-) der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen</i>	<i>86.511</i>	<i>109.483</i>
<i>Zunahme (+)/Abnahme (-) der Forderungen bzw. Verbindlichkeiten gegen nahe stehende Personen und Unternehmen</i>	<i>-35.278</i>	<i>13.818</i>
<i>Veränderungen der übrigen Aktiva/Passiva</i>	<i>23.739</i>	<i>-24.971</i>
Aus laufendem Geschäft erwirtschaftete Zahlungsmittel	569.763	535.131
Gezahlte Ertragsteuern	-31.476	-73.991
Erhaltene Zinsen	15.203	19.730
Zahlungswirksame Erträge/Aufwendungen aus Finanzanlagen und Wertpapieren	568	10.152
Ein-/Auszahlungen aus fortgeführten Geschäftsbereichen	554.057	491.022
Ein-/Auszahlungen aus aufgegebenen Geschäftsbereichen	-101.818	-96.517
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	452.238	394.505

	2015/16	2014/15*
	in TEUR	in TEUR
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	452.238	394.505
Auszahlungen für Investitionen in immaterielle Vermögenswerte sowie Sachanlagen	-255.362	-286.774
Auszahlungen für den Erwerb von Anteilen an vollkonsolidierten Unternehmen	-3.445	-796
Auszahlungen für Investitionen in das übrige Finanzanlagevermögen	-238.668	-131.705
Einzahlungen aus Abgängen von immateriellen Vermögenswerten sowie Sachanlagen	30.343	115.395
Einzahlungen aus Abgängen von konsolidierten Unternehmen	152.357	2.071
Einzahlungen aus Abgängen des übrigen Finanzanlagevermögens	146.258	139.281
Einzahlungen aus der Tilgung von Investitionen in das übrige Finanzanlagevermögen	0	129.794
Investitionscashflow aus fortgeführten Geschäftsbereichen	-168.516	-32.735
Investitionscashflow aus aufgegebenen Geschäftsbereichen	-9.587	-7.899
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-178.103	-40.634
Free Cashflow	274.135	353.871
Ausschüttungen	-30.839	-189.541
Gezahlte Zinsen und Bankspesen	-144.545	-143.821
Ein-/Auszahlungen aus Eigenkapitalzuführungen/-herabsetzungen	120.000	798
Auszahlungen für sukzessive Erwerbe von Anteilen an vollkonsolidierten Unternehmen	-22.274	0
Ein-/Auszahlungen (netto) aus der Gewährung/dem Rückkauf von Genussrechten	-6.378	-2.518
Auszahlungen für die Tilgung von <i>finance lease</i>	-11.935	-20.886
Einzahlungen aus der Aufnahme von sonstigen Finanzverbindlichkeiten	104.072	269.736
Auszahlungen aus der Tilgung von sonstigen Finanzverbindlichkeiten	-266.544	-279.902
Finanzierungscashflow aus fortgeführten Geschäftsbereichen	-258.442	-366.135
Finanzierungscashflow aus aufgegebenen Geschäftsbereichen	-2.274	-2.113
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	-260.716	-368.248
Finanzmittelfonds am Anfang der Periode	178.362	194.978
Zahlungswirksame Veränderungen des Finanzmittelfonds	13.419	-14.377
Wechselkursbedingte Veränderungen des Finanzmittelfonds	-6.177	-1.169
Umgliederung im Zusammenhang mit Veräußerungsgruppen	-27.581	-1.070
Finanzmittelfonds am Ende der Periode	158.023	178.362

* Vorjahr angepasst

KONZERNLAGEBERICHT

KONZERNABSCHLUSS

KONZERNANHANG

**(B) ERLÄUTERUNGEN ZUR ÜBERLEITUNGSRECHNUNG DER
KONZERN-GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG**

Als Ausgangspunkt der Überleitungsrechnung der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung enthält Spalte 1 die Daten der Otto Group einschließlich der im Wege der Vollkonsolidierung einbezogenen Gesellschaften des Segments Finanzdienstleistungen.

Spalte 2 zeigt die Gewinn- und Verlustrechnung des Segments Finanzdienstleistungen, die an dieser Stelle aus der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung herausgelöst wird. Die hier gezeigte Gewinn- und Verlustrechnung des Segments Finanzdienstleistungen enthält sämtliche Leistungsbeziehungen zu den Handels- und Servicegesellschaften der Otto Group.

Mit der Spalte 3 leben die GuV-wirksamen Beziehungen zwischen den Handels- und Servicegesellschaften der Otto Group und dem Segment Finanzdienstleistungen, die beim Übergang in den Gesamtkonzern eliminiert worden sind, wieder auf.

Mit der Spalte 4 wird das anteilige Periodenergebnis des Segments Finanzdienstleistungen zugefügt.

Spalte 5 zeigt den Abschluss der Otto Group FDL at Equity.

ÜBERLEITUNGSRECHNUNG GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG (FDL AT EQUITY)

	2015/16				
	Otto Konzern (1)	Segment Finanzdienstleistungen (2)	A/E-Konsolidierung (3)	Sonstiges (4)	Otto Konzern FDL at Equity (5)
	in TEUR	in TEUR	in TEUR	in TEUR	in TEUR
Umsatzerlöse	12.104.445	-709.190	32.085	0	11.427.340
Sonstige betriebliche Erträge	741.113	-25.065	6.650	0	722.697
Summe der betrieblichen Erträge	12.845.558	-734.255	38.735	0	12.150.037
Bestandsveränderung und aktivierte Eigenleistungen	58.521	-3.882	0	0	54.638
Materialaufwand	-6.266.783	0	-98	0	-6.266.881
Personalaufwand	-2.185.685	269.252	0	0	-1.916.433
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-3.885.860	309.729	-38.635	0	-3.614.765
Beteiligungsergebnis	73.161	-74.294	0	191.823	190.690
<i>Ergebnis von assoziierten und Gemeinschaftsunternehmen</i>	<i>70.423</i>	<i>-74.294</i>	<i>0</i>	<i>191.823</i>	<i>187.952</i>
<i>Sonstiges Beteiligungsergebnis</i>	<i>2.738</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>2.738</i>
Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)	638.912	-233.450	2	191.823	597.287
Planmäßige Abschreibungen	-290.547	19.897	0	0	-270.650
Außerplanmäßige Abschreibungen	-89.726	10.649	0	0	-79.078
Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)	258.639	-202.904	2	191.823	247.559
Zinsen und ähnliche Erträge	35.885	-14.323	12.901	0	34.463
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-141.714	19.176	-12.899	0	-135.438
Sonstiges Finanzergebnis	34.066	-28.186	-4	0	5.877
Ergebnis vor Steuern (EBT)	186.876	-226.237	0	191.823	152.462
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-96.843	25.102	0	0	-71.741
Ergebnis aus fortgeführten Geschäftsbereichen	90.033	-201.135	0	191.823	80.721
Ergebnis aus aufgegebenen Geschäftsbereichen	-279.646	0	0	0	-279.646
Jahresfehlbetrag	-189.613	-201.135	0	191.823	-198.925
Auf die Gesellschafter der Otto (GmbH & Co KG) entfallender Anteil am Jahresfehlbetrag	-218.617	-155.939	0	155.939	-218.617
Auf andere Gesellschafter entfallender Anteil am Jahresfehlbetrag	26.245	-42.437	0	35.884	19.692
Auf Genussscheine entfallender Anteil am Jahresfehlbetrag	2.759	-2.759	0	0	0

(C) ERLÄUTERUNGEN ZUR ÜBERLEITUNGSRECHNUNG KONZERN-BILANZ

ÜBERLEITUNGSRECHNUNG BILANZ (FDL AT EQUITY)

29.02.2016

	Otto Konzern (1)	Segment Finanzdienstleistungen (2)	Schuldenkonsolidierung (3)	Sonstiges (4)	Otto Konzern FDL at Equity (5)
	in TEUR	in TEUR	in TEUR	in TEUR	in TEUR
AKTIVA					
Langfristige Vermögenswerte					
Anlagevermögen	3.357.887	-883.240	0	1.039.219	3.513.866
<i>Immaterielle Vermögenswerte</i>	794.907	-171.728	0	94	623.272
<i>Sachanlagen</i>	1.516.423	-22.916	0	0	1.493.507
<i>Anteile an assoziierten und Gemeinschaftsunternehmen</i>	713.716	-675.652	0	1.039.110	1.077.174
<i>Sonstige Finanzanlagen</i>	332.841	-12.944	0	15	319.912
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	152.963	3	0	0	152.966
Forderungen aus Finanzdienstleistungen	483.195	-483.195	0	0	0
Forderungen gegen nahe stehende Personen und Unternehmen	61.966	-51.179	157.654	-155.910	12.531
Sonstige Vermögenswerte	102.891	-21.916	0	0	80.974
<i>Sonstige finanzielle Vermögenswerte</i>	69.016	-20.986	0	0	48.030
<i>Sonstige übrige Vermögenswerte</i>	33.875	-929	0	0	32.945
	4.158.902	-1.439.528	157.654	883.309	3.760.337
Latente Steuern	113.682	-7.162	18.070	0	124.590
Kurzfristige Vermögenswerte					
Vorräte	1.263.132	-36.957	0	0	1.226.175
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	1.145.518	-126.165	10	0	1.019.364
Forderungen aus Finanzdienstleistungen	349.320	-349.320	0	0	0
Forderungen gegen nahe stehende Personen und Unternehmen	38.124	-131.185	507.581	-389.681	24.838
Forderungen aus Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	40.570	-6.892	0	0	33.678
Sonstige Vermögenswerte	369.330	-30.811	18	0	338.536
<i>Sonstige finanzielle Vermögenswerte</i>	138.227	-12.781	0	0	125.447
<i>Sonstige übrige Vermögenswerte</i>	231.103	-18.031	18	0	213.089
Wertpapiere	129	-90	0	0	39
Flüssige Mittel	234.545	-76.562	0	0	157.984
Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte	146.535	0	0	0	146.535
	3.587.203	-757.982	507.609	-389.681	2.947.149
Bilanzsumme	7.859.787	-2.204.672	683.333	493.628	6.832.076

29.02.2016

	Otto Konzern (1)	Segment Finanzdienstleistungen (2)	Schuldenkonsolidierung (3)	Sonstiges (4)	Otto Konzern FDL at Equity (5)
	in TEUR	in TEUR	in TEUR	in TEUR	in TEUR
PASSIVA					
Eigenkapital					
Auf die Gesellschafter der Otto (GmbH & Co KG) entfallender Anteil am Eigenkapital	692.860	-124.934	0	124.934	692.860
<i>Kommanditkapital der Otto (GmbH & Co KG)</i>	820.000	0	0	0	820.000
<i>Erwirtschaftetes Konzern-Eigenkapital</i>	441.498	16.861	0	-16.861	441.498
<i>Ausgleichsposten aus sukzessiven Erwerben</i>	-222.948	-152.737	0	152.737	-222.948
<i>Kumulierte erfolgsneutral erfasste Erträge und Aufwendungen</i>	-360.931	11.906	0	-11.906	-360.931
<i>Kumuliertes sonstiges Eigenkapital</i>	15.241	-964	0	964	15.241
Anteile anderer Gesellschafter	721.260	-533.793	0	521.163	708.630
Kapitalmarktnotiertes Eigenkapital und Genussscheine	115.533	-45.533	0	0	70.000
	1.529.653	-704.259	0	646.096	1.471.490
Finanzierung segmentfremder Beteiligungsbuchwerte	0	-393.122	0	393.122	0
Langfristige Rückstellungen und Verbindlichkeiten					
Genussrechte	26.287	0	0	0	26.287
Rückstellungen für Pensionen	1.167.293	-52.461	0	0	1.114.833
Sonstige Rückstellungen	119.435	-5.482	0	0	113.953
Verbindlichkeiten aus Anleihen und sonstigen Schuldverschreibungen	815.540	0	0	-213.495	602.045
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	573.168	-86.800	0	-127.323	359.045
Sonstige Finanzverbindlichkeiten	45.175	0	0	0	45.175
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	41.126	0	0	0	41.126
Verbindlichkeiten gegenüber nahe stehenden Personen und Unternehmen	14.094	-161.704	157.654	-9.577	467
Sonstige Verbindlichkeiten	324.823	-2.313	0	0	322.509
<i>Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten</i>	200.763	-2.293	0	0	198.470
<i>Sonstige übrige Verbindlichkeiten</i>	124.060	-20	0	0	124.039
	3.126.941	-308.760	157.654	-350.396	2.625.440
Latente Steuern	92.267	-37.016	18.070	0	73.322
Kurzfristige Rückstellungen und Verbindlichkeiten					
Genussrechte	4.944	0	0	0	4.944
Sonstige Rückstellungen	139.090	-21.817	0	0	117.273
Verbindlichkeiten aus Anleihen und sonstigen Schuldverschreibungen	13.268	0	0	-3.473	9.794
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	564.276	-83.691	0	-125.809	354.775
Sonstige Finanzverbindlichkeiten	171.205	-67.226	0	0	103.979
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	1.086.014	-59.228	51	0	1.026.837
Verbindlichkeiten gegenüber nahe stehenden Personen und Unternehmen	13.436	-442.659	507.638	-65.912	12.502
Verbindlichkeiten aus Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	42.690	-9.488	0	0	33.202
Sonstige Verbindlichkeiten	840.871	-77.406	-80	0	763.385
<i>Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten</i>	405.076	-54.988	-80	0	350.008
<i>Sonstige übrige Verbindlichkeiten</i>	435.795	-22.418	0	0	413.377
Zur Veräußerung gehaltene Verbindlichkeiten	235.132	0	0	0	235.132
	3.110.926	-761.515	507.609	-195.194	2.661.824
Bilanzsumme	7.859.787	-2.204.672	683.333	493.628	6.832.076

KONZERNLAGEBERICHT

KONZERNABSCHLUSS

KONZERNANHANG

Als Ausgangspunkt der Überleitungsrechnung der Konzern-Bilanz enthält Spalte 1 die Daten der Otto Group einschließlich der im Wege der Vollkonsolidierung einbezogenen Gesellschaften des Segments Finanzdienstleistungen. Darüber hinaus werden Finanzverbindlichkeiten mit Forderungen gegen Gesellschaften des Segments Finanzdienstleistungen saldiert, die aus der zentralisierten Finanzierung des Segments Finanzdienstleistungen resultieren.

Spalte 2 zeigt die Bilanz des Segments Finanzdienstleistungen, die an dieser Stelle aus der Konzern-Bilanz herausgelöst wird. Die hier gezeigte Bilanz des Segments Finanzdienstleistungen enthält sämtliche Leistungsbeziehungen zu den Handels- und Servicegesellschaften der Otto Group.

Mit der Spalte 3 leben die Beziehungen zwischen den Handels- und Servicegesellschaften der Otto Group und dem Segment Finanzdienstleistungen, die beim Übergang in den Gesamtkonzern eliminiert worden sind, wieder auf.

In der Spalte 4 werden die nach der Equity-Methode bewerteten Anteile an den Gesellschaften des Segments Finanzdienstleistungen ausgewiesen. Darüber hinaus werden Finanzverbindlichkeiten mit Forderungen gegen Gesellschaften des Segments Finanzdienstleistungen saldiert, die aus der zentralisierten Finanzierung des Segments Finanzdienstleistungen resultieren.

Spalte 5 zeigt den Abschluss der Otto Group FDL at Equity.

Bezüglich der Erläuterungen zur Nettofinanzverschuldung wird auf den Lagebericht verwiesen.

(40) Beziehungen zu nahe stehenden Personen und Unternehmen

Als nahe stehende Personen und Unternehmen gemäß IAS 24 gelten für die Otto Group die Personen und Unternehmen, die die Otto Group beherrschen bzw. einen maßgeblichen Einfluss auf diese ausüben oder durch die Otto Group beherrscht bzw. maßgeblich beeinflusst werden. Dementsprechend werden die Mitglieder der Familie Otto und die Michael Otto Stiftung, die durch diese Familie und die Stiftung beherrscht bzw. maßgeblich beeinflusst werden, die Mitglieder der Geschäftsführung der Otto (GmbH & Co KG) sowie die Tochter-, assoziierten und Gemeinschaftsunternehmen der Otto Group als nahe stehende Personen und Unternehmen definiert. Neben den Geschäftsbeziehungen zu den in den Konzernabschluss im Wege der Vollkonsolidierung einbezogenen Tochterunternehmen bestanden die folgenden Geschäftsbeziehungen mit nahe stehenden Personen und Unternehmen:

	2015/16 in TEUR	2014/15 in TEUR
Gewinn- und Verlustrechnung		
Umsatzerlöse	30.160	36.690
Sonstige betriebliche Erträge	46.669	53.303
Materialaufwand	2.202	1.829
Personalaufwand	12.314	12.849
Sonstige betriebliche Aufwendungen	18.878	22.349
Finanzergebnis	10.721	4.233
Bilanz		
Forderungen gegen nahe stehende Personen und Unternehmen	100.090	86.803
Flüssige Mittel	8.469	9.197
Pensionsverpflichtungen gegenüber nahe stehenden Personen	50.806	50.974
Verbindlichkeiten gegenüber nahe stehenden Personen und Unternehmen	27.530	23.730

(A) BEZIEHUNGEN ZU ASSOZIIERTEN UND GEMEINSCHAFTSUNTERNEHMEN

Die Umsatzerlöse mit assoziierten und Gemeinschaftsunternehmen betragen im Geschäftsjahr 2015/16 6.313 TEUR (2014/15: 10.573 TEUR) und resultieren im Wesentlichen aus Erträgen aus Forderungsinkasso mit der Cofidis-Gruppe in Höhe von 4.927 TEUR (2014/15: 5.683 TEUR). Im Geschäftsjahr 2014/15 bestanden zudem Umsatzerlöse mit der FCT Foncred II Compartment Foncred II-A, Pantin, Frankreich, in Höhe von 2.413 TEUR.

Die sonstigen betrieblichen Erträge betragen im Geschäftsjahr 2015/16 37.887 TEUR (2014/15: 44.523 TEUR) und resultieren in Höhe von 36.458 TEUR (2014/15: 32.516 TEUR) aus Erträgen aus Factoring-Abrechnungen mit der Hanseatic Bank GmbH & Co KG, Hamburg, sowie in Höhe von 332 TEUR (2014/15 10.228 TEUR) aus Finanzbeziehungen mit der Cofidis-Gruppe, im Wesentlichen bestehend aus Provisionserträgen aus der Vermarktung von Kreditkarten und aus Erträgen aus Vermietung und Verpachtung.

An die Hanseatic Bank GmbH & Co KG, Hamburg, werden von verschiedenen Konzernunternehmen des Segments Multichannel-Einzelhandel Forderungen aus Lieferungen und Leistungen verkauft. Die Forderungen werden zu unter Dritten üblichen Konditionen übertragen und gehen aus der Bilanz der verkaufenden Gesellschaften vollständig ab. Im Geschäftsjahr 2015/16 wurden Forderungen im Gesamtwert von 1.400.224 TEUR (2014/15: 1.254.180 TEUR) verkauft. Zum 29. Februar 2016 betragen die flüssigen Mittel bei der Hanseatic Bank GmbH & Co KG, Hamburg, 8.469 TEUR (28. Februar 2015: 9.197 TEUR).

Hinsichtlich der Höhe der Forderungen und Verbindlichkeiten gegenüber assoziierten und Gemeinschaftsunternehmen wird auf die Ziffern (21) und (30) verwiesen. Die Forderungen bzw. Verbindlichkeiten resultieren im Wesentlichen aus dem Liefer- und Leistungsverkehr zwischen Gesellschaften der Otto Group und assoziierten und Gemeinschaftsunternehmen sowie kurzfristigen Kontokorrentfinanzierungen zwischen den Gesellschaften.

(B) BEZIEHUNGEN ZU DEN GESELLSCHAFTERN

Mit Gesellschaftern der Otto (GmbH & Co KG) bestanden weder zum 29. Februar 2016 noch zum 28. Februar 2015 Darlehensbeziehungen.

(C) BEZIEHUNGEN ZU SONSTIGEN NAHE STEHENDEN UNTERNEHMEN

Gesellschaften der Otto Group haben zu marktüblichen Konditionen diverse Verträge über die Anmietung von Immobilien geschlossen, die sich im Eigentum von Tochtergesellschaften der ECE Projektmanagement G.m.b.H. & Co. KG, Hamburg, befinden bzw. von dieser verwaltet werden.

Es bestanden im Geschäftsjahr keine weiteren wesentlichen Beziehungen zu nahe stehenden Unternehmen.

(D) BEZIEHUNGEN ZU NAHE STEHENDEN PERSONEN

Die Gesamtbezüge der Geschäftsführung der Otto (GmbH & Co KG) betragen im Geschäftsjahr 2015/16 8.807 TEUR (2014/15: 9.267 TEUR) und sind jeweils kurzfristig fällig. Davon entfallen 4.185 TEUR (2014/15: 4.292 TEUR) auf fixe Bestandteile sowie 4.622 TEUR (2014/15: 4.975 TEUR) auf variable Bestandteile. Die Pensionsverpflichtungen gegenüber Mitgliedern der Geschäftsführung belaufen sich auf 15.217 TEUR (28. Februar 2015: 15.226 TEUR). Die Zuführungen zu Pensionsrückstellungen betragen 1.205 TEUR (2014/15: 1.301 TEUR).

Bezüge früherer Mitglieder der Geschäftsführung und ihrer Hinterbliebenen belaufen sich auf 2.302 TEUR (2014/15: 2.281 TEUR). Für die Pensionsverpflichtungen gegenüber früheren Mitgliedern der Geschäftsführung und deren Hinterbliebenen sind 35.589 TEUR (28. Februar 2015: 35.748 TEUR) zurückgestellt.

Die Gesamtvergütung des Aufsichtsrats der Otto (GmbH & Co KG) beträgt im Geschäftsjahr 2015/16 277 TEUR (2014/15: 280 TEUR).

(41) Eventualverbindlichkeiten

Die Eventualverbindlichkeiten der Otto Group setzen sich aus Bürgschaften und sonstigen Verpflichtungen in Höhe von 14.758 TEUR (28. Februar 2015: 20.181 TEUR) zusammen.

(42) Operating Leasingverhältnisse

Die im Berichtsjahr gezahlten Leasingraten aus Operating Leasingverhältnissen in Höhe von 357.218 TEUR (2014/15: 337.101 TEUR) wurden erfolgswirksam erfasst. Davon entfallen 2.918 TEUR (2014/15: 3.190 TEUR) auf Eventualmietzahlungen.

Die Verpflichtungen aus unkündbaren Operating Leasingverhältnissen betreffen im Wesentlichen Verträge zur Anmietung von Immobilien, Betriebsvorrichtungen, Gegenständen der Betriebs- und Geschäftsausstattung und Kraftfahrzeugen.

Die zukünftigen Zahlungen für *operating lease* werden wie folgt fällig:

	Restlaufzeit bis zu einem Jahr	Restlaufzeit von mehr als einem bis zu fünf Jahren	Restlaufzeit von mehr als fünf Jahren	Summe
	in TEUR	in TEUR	in TEUR	in TEUR
Künftige Zahlungen für <i>operating lease</i>	337.225	866.425	559.486	1.763.136

Aus Untermietverträgen werden 623 TEUR (2014/15: 467 TEUR) an Zahlungen erwartet.

Zukünftige Leasingzahlungen für *operating lease* in Höhe von 953.916 TEUR (2014/15: 1.628.421 TEUR) entfallen auf die Anmietung von Immobilien.

Der Barwert der zukünftigen Zahlungen für *operating lease* beträgt 1.492.010 TEUR. Für die Berechnung des Barwerts wurde ein laufzeit- und länderspezifischer Grenzfremdkapitalzinssatz zwischen 1,29 % und 4,31 % zum Abschlussstichtag verwendet.

Operating Leasingverhältnisse, die auf aufgeführte Geschäftsbereiche entfallen, sind in Ziffer 5(c) erläutert.

(43) Abschlussprüferhonorare

Das Gesamthonorar des Abschlussprüfers der Otto Group setzt sich wie folgt zusammen:

	2015/16 in TEUR	2014/15 in TEUR
Honorar für die Abschlussprüfungen	2.165	2.286
Honorar für andere Bestätigungsleistungen	50	88
Honorar für Steuerberatungsleistungen	400	231
Honorar für sonstige Leistungen	1.262	544
Abschlussprüferhonorare	3.877	3.149

Im Berichtsjahr entfallen von den sonstigen Leistungen 440 TEUR (2014/15: 185 TEUR) auf das Vorjahr.

(44) Anteilsbesitzliste

Die Aufstellung des Anteilsbesitzes der Otto Group zum 29. Februar 2016 inklusive der im Rahmen der Bestimmungen des § 264 Abs. 3 HGB bzw. § 264b HGB u. a. von der Offenlegung ihrer Jahresabschlüsse befreiten Konzernunternehmen wird auf der Internetseite der Otto Group unter www.ottogroup.com/konzerngesellschaften veröffentlicht. Die Otto (GmbH & Co KG) nutzt die Erleichterungen des § 264b HGB.

(45) Persönlich haftende Gesellschafterin

Persönlich haftende Gesellschafterin ist die Verwaltungsgesellschaft Otto mbH, Hamburg, mit einem gezeichneten Kapital von 50 TEUR.

Die persönlich haftende Gesellschafterin hat die folgenden Organe:

Aufsichtsrat

Dr. Michael Otto, Hamburg	Vorsitzender, Kaufmann
Karl-Heinz Grussendorf, Hamburg*	stv. Vorsitzender, Betriebsratsvorsitzender, Otto (GmbH & Co KG)
Annette Adam, Kahl/Main*	stv. Betriebsratsvorsitzende, SCHWAB VERSAND GmbH
Thomas Armbrust, Reinbek	Geschäftsführer Kommanditgesellschaft CURA Vermögensverwaltung G.m.b.H. & Co.
Anita Beermann, Ahrensburg	Mitarbeiterin Kommanditgesellschaft CURA Vermögensverwaltung G.m.b.H. & Co., seit 01.06.2015
Horst Bergmann, Michelau*	Betriebsratsvorsitzender Baur Versand (GmbH & Co KG), seit 01.11.2015
Olaf Brendel, Hamburg*	Betriebsratsvorsitzender, Hermes Fulfilment GmbH
Dr. Michael E. Crüsemann, Hamburg	Geschäftsführer i.R.
Dr. Thomas Finne, Hamburg	Geschäftsführer Kommanditgesellschaft CURA Vermögensverwaltung G.m.b.H. & Co.
Petra Finnern, Jesteburg*	Betriebsratsvorsitzende, EOS Region Deutschland, seit 01.11.2015
Verena Frank, Berlin*	Gewerkschaftssekretärin ver.di, bis 31.03.2015
Diethard Gagelmann, Hamburg	Geschäftsführer i.R.
Dr. Richard Gottwald, Hamburg*	Leitender Angestellter/Vertrieb
Hans Jörg Hammer, Hamburg	Geschäftsführer i.R., bis 31.05.2015
Wilhelm Harnoth, Weiden i.d.Opf.*	Betriebsratsvorsitzender, Josef Witt GmbH, bis 31.10.2015
Herta Heuberger, Sauerlach/Arget*	Gesamtbetriebsratsvorsitzende, SportScheck GmbH
Heike Lattekamp, Hamburg*	Landesfachbereichsleiterin ver.di Handel, seit 01.05.2015
Dr. Wolfgang Linder, Hamburg	Geschäftsführer i.R.
Stefan Najda, Glienicke*	Gewerkschaftssekretär ver.di Bundesverwaltung, seit 01.05.2015
Alexander Otto, Hamburg	Vorsitzender der Geschäftsführung ECE Projektmanagement G.m.b.H. & Co. KG
Arno Peukes, Hannover*	Landesfachbereichsleiter ver.di, bis 31.03.2015
Lars-Uwe Rieck, Hamburg*	Landesfachbereichsleiter Postdienste und Logistik ver.di
Dr. Winfried Steeger, Hamburg	Rechtsanwalt
Monika Vietheer-Grube, Barsbüttel*	Betriebsratsvorsitzende, bonprix Handelsgesellschaft mbH, bis 31.10.2015
Prof. Dr. Peer Witten, Hamburg	Persönlich haftender Gesellschafter Kommanditgesellschaft AURUM Beteiligungs- und Verwaltungs-G.m.b.H. & Co.

* Vertreter der Arbeitnehmer

Geschäftsführung

Hans-Otto Schrader, Hamburg	Vorstandsvorsitzender
Dr. Rainer Hillebrand, Hamburg	stv. Vorstandsvorsitzender, Konzern-Vorstand Konzernstrategie, E-Commerce und Business Intelligence
Alexander Birken, Hamburg	Konzern-Vorstand Multichannel Distanzhandel, Sprecher OTTO
Neela Montgomery, St. Albans, Großbritannien	Konzern-Vorstand Multichannel Retail
Petra Scharner-Wolff, Hamburg	Konzern-Vorstand Finanzen, seit 01.06.2015
Hanjo Schneider, Hamburg	Konzern-Vorstand Service
Jürgen Schulte-Laggenbeck, Hamburg	Konzern-Vorstand Finanzen, bis 30.06.2015
Dr. Winfried Zimmermann, Hamburg	Konzern-Vorstand Projekte, Controlling, Transformation und IT

(46) Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Nach dem Bilanzstichtag zum 29. Februar 2016 sind keine Ereignisse eingetreten, die für die Otto Group von wesentlicher Bedeutung sind.

Hamburg, den 29. April 2016

Die Geschäftsführung

Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers

Wir haben den von der Otto (GmbH & Co KG), Hamburg, aufgestellten Konzernabschluss – bestehend aus Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung, Konzern-Gesamtergebnisrechnung, Konzern-Bilanz, Entwicklung des Konzern-Eigenkapitals, Konzern-Kapitalflussrechnung und Konzernanhang – sowie den Konzernlagebericht für das Geschäftsjahr vom 1. März 2015 bis 29. Februar 2016 geprüft. Die Aufstellung von Konzernabschluss und Konzernlagebericht nach den IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, und den ergänzend nach § 315a Abs. 1 HGB anzuwendenden handelsrechtlichen Vorschriften liegt in der Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung eine Beurteilung über den Konzernabschluss und den Konzernlagebericht abzugeben.

Wir haben unsere Konzernabschlussprüfung nach § 317 HGB unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung vorgenommen. Danach ist die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass Unrichtigkeiten und Verstöße, die sich auf die Darstellung des durch den Konzernabschluss unter Beachtung der anzuwendenden Rechnungslegungsvorschriften und durch den Konzernlagebericht vermittelten Bildes der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage wesentlich auswirken, mit hinreichender Sicherheit erkannt werden. Bei der Festlegung der Prüfungshandlungen werden die Kenntnisse über die Geschäftstätigkeit und über das wirtschaftliche und rechtliche Umfeld des Konzerns sowie die Erwartungen über mögliche Fehler berücksichtigt. Im Rahmen der Prüfung werden die Wirksamkeit des rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsystems sowie Nachweise für die Angaben im Konzernabschluss und Konzernlagebericht überwiegend auf der Basis von Stichproben beurteilt. Die Prüfung umfasst die Beurteilung der Jahresabschlüsse der in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen, der Abgrenzung des Konsolidierungskreises, der angewandten Bilanzierungs- und Konsolidierungsgrundsätze und der wesentlichen Einschätzungen der gesetzlichen Vertreter sowie die Würdigung der Gesamtdarstellung des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine hinreichend sichere Grundlage für unsere Beurteilung bildet.

Unsere Prüfung hat zu keinen Einwendungen geführt.

Nach unserer Beurteilung aufgrund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse entspricht der Konzernabschluss den IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, und den ergänzend nach § 315a Abs. 1 HGB anzuwendenden handelsrechtlichen Vorschriften und vermittelt unter Beachtung dieser Vorschriften ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns. Der Konzernlagebericht steht in Einklang mit dem Konzernabschluss, vermittelt insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage des Konzerns und stellt die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend dar.

Hamburg, den 9. Mai 2016

KPMG AG
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft



Becker
Wirtschaftsprüfer



Prof. Dr. Zieger
Wirtschaftsprüfer

Impressum

HERAUSGEBER

Otto (GmbH & Co KG)
Werner-Otto-Straße 1-7
22179 Hamburg
www.ottogroup.com

VERANTWORTLICH

Thomas Voigt
Direktor Wirtschaftspolitik und Kommunikation
Telefon: (040) 6461-4010
Telefax: (040) 6461-4490
E-Mail: thomas.voigt@ottogroup.com

REDAKTION IMAGEBERICHT

Otto (GmbH & Co KG)
Robert Hägelen, Jennifer Buchholz, Denise Klink, Daniel Schenk

REDAKTION FINANZBERICHT

Peter Krohn, Direktor Konzern-Rechnungswesen Otto Group,
Andre Karowski, Andrea Reinecke, Doris Büch, Petra Grote, Tom Klimkeit

KONZEPT UND KREATIVE UMSETZUNG

Strichpunkt GmbH, Stuttgart/Berlin

LEKTORAT IMAGEBERICHT

Katja Strube, Hamburg

BILDNACHWEIS

Andra, Crate and Barrel, Axel Kirchhof, Hylmar Möckel, Otto Group,
Ulrich Perrey, Frank Stolle, Stefan Volk, Willing-Holtz Fotografie

ILLUSTRATIONEN

André Gottschalk, Susann Stefanizen

HAFTUNGSAUSSCHLUSS

Dieser Geschäftsbericht enthält in die Zukunft gerichtete Aussagen, die auf Annahmen und Schätzungen der Unternehmensleitung beruhen. Obwohl die Unternehmensleitung annimmt, dass die Erwartungen dieser vorausschauenden Aussagen realistisch sind, kann sie nicht dafür garantieren, dass die Erwartungen sich auch als richtig erweisen. Die Annahmen können Risiken und Unsicherheiten bergen, die dazu führen können, dass die tatsächlichen Ergebnisse wesentlich von den vorausschauenden Aussagen abweichen. Falls der Geschäftsbericht redaktionelle Fehler enthält oder aus einigen Gesichtspunkten unvollständig ist, übernimmt die Otto (GmbH & Co KG) dafür keine Haftung oder Garantie. Eine Aktualisierung der vorausschauenden Aussagen oder eine Korrektur bzw. Ergänzung des Geschäftsberichts ist weder geplant noch übernimmt die Otto (GmbH & Co KG) die Verpflichtung dafür. Die Otto (GmbH & Co KG) behält sich jedoch vor, den Geschäftsbericht jederzeit ohne besondere Ankündigung zu aktualisieren. Bei Widersprüchen zwischen der deutschen und englischen Version des Geschäftsberichts geht die deutsche Version vor.

Das für das Druckpapier verwendete Holz stammt aus verantwortungsvoller Waldbewirtschaftung, zertifiziert nach den Richtlinien des Forest Stewardship Council®.

