Otto wil in Nederland aanhaken bij grote spelers

10-02-2017 14:41



De Nederlandse organisatie van Otto heeft vanuit het Duitse moederbedrijf de opdracht gekregen te groeien. Het voormalig postorderbedrijf denkt in ons land aan te kunnen haken bij de groei van de grote internetwinkels, vertelt directeur Eric Haverkort van Otto in Het Financieele Dagblad.

Otto heeft van 2007 tot 2010 ‘naar zijn eigen navel gekeken’, stelt Haverkort. Inmiddels is de omslag naar onlineverkoper volgens hem gemaakt. Vanaf 2011 groeit Otto weer, al was er een dip in 2014 en 2015. “Pas halverwege 2015 kwam er snelheid in”, aldus de directeur. In het boekjaar 2015-2016 was de Nederlandse organisatie goed voor bijna veertig miljoen euro omzet.

Otto groeit nu met dertig procent harder dan de markt, stelt hij verder. De rode cijfers, die vanwege de focus op groei geen probleem waren, maken volgens Haverkort binnenkort plaats voor vier ton winst. Vorig jaar draaide Otto in Nederland negen ton verlies.

Moederbedrijf Otto Group was in het vorige boekjaar goed voor ruim 12 miljard euro omzet. Vijf jaar geleden was het Duitse bedrijf goed voor tien procent van de Europese online modemarkt, maar dat aandeel is volgens Euromonitor International inmiddels teruggelopen tot zes procent. Amazon en Zalando dreigen Otto voorbij te streven.