

Otto groeit in Nederland en kijkt naar België

15-08-2018 14:28



Otto heeft zijn omzet in Nederland het afgelopen boekjaar met 12,3 procent zien oplopen ten opzichte van een jaar eerder. De omzet kwam uit op ruim 58 miljoen euro, zo blijkt uit de jaarcijfers van de webwinkel in ons land.

Het voormalige postorderbedrijf heeft in de twaalf maanden tot eind februari 2018 voor 31,5 miljoen euro aan textiel verkocht. De rest van de omzet is afkomstig van hardware.

Met een 'substantiële groei in omzet' is naar eigen zeggen één van de twee doelstellingen voor het afgelopen boekjaar behaald. Doordat ook de winstgevendheid op peil bleef, is ook de tweede doelstelling behaald. Onder de streep bleef een bedrag van 56 duizend euro over, tegenover 162 duizend euro een jaar eerder.

Otto heeft zijn focus voor dit jaar wat verschoven om uit te kunnen groeien tot een platform. Daarvoor wordt eerst het assortiment vergroot, waarna er meer marketingbudget voor de branding van Otto wordt gereserveerd. Verder is afgelopen boekjaar de webshop van het eigen lingeiemark Lascaan gelanceerd, om de mogelijkheden van het segmenteren van het aanbod te testen en specifieke doelgroepen te bereiken. Otto laat ook weten dat een toetreding tot de Belgische markt wordt onderzocht.

Lees op [RetailTrends](#) meer over de voorzichtige opmars van Otto in ons land.