



**Wachstum.
Transformation.
Kulturwandel.**
Unser Jahr 2022

- Wachstum
- Transformation
- Kulturwandel

Ein Umsatzwachstum von 13 Prozent zum Vorjahr, erfolgreiche Shopping-Apps, ein erreichter Nachhaltigkeits-Meilenstein – dazu ein Neuzugang in der Geschäftsführung und ein gelungen nachbesetzter CIO-Posten. 2022 hat die Witt-Gruppe wieder gezeigt, was in ihr steckt.





Wer ist die Witt-Gruppe?

**Die Witt-Gruppe mit Sitz in Weiden in der Oberpfalz
steht für die beste Zeit des Lebens - ihrer Kund*innen,
aber auch ihrer Mitarbeitenden.**

Als textiler Omnichannel-Händler für die Zielgruppe 50plus bestärken wir Frauen ab 50 in ihrem Gefühl der Lebensbejahung, ihrem Selbstbewusstsein und ihrer Selbstbestimmung und begeistern sie mit unseren Produkten und Services. Unter dem Dach der Witt-Gruppe vereinen wir zahlreiche attraktive Marken im In- und Ausland, unter anderem unsere älteste Marke WITT WEIDEN. In unseren Online-Shops, Katalogen sowie in unseren Filialen stellen wir unsere Kundin in den Mittelpunkt unseres Handelns. Dabei verfolgen wir eine konsequente Wachstums- und Internationalisierungsstrategie.

Die Witt-Gruppe ist Top-Arbeitgeber und bietet ihren Mitarbeitenden die beste Zeit ihres Lebens: Ein modernes Arbeitsumfeld und eine offene Unternehmenskultur erlauben es grundsätzlich jedem, sein Potenzial zu entfalten und durch sein Engagement aktiv zum Unternehmenserfolg beizutragen. Mit rund 3.700 Mitarbeitenden ist die Witt-Gruppe einer der größten Arbeitgeber der Oberpfalz und wird seit Jahren vom FOCUS als Top-Arbeitgeber ausgezeichnet. Zudem sind wir Fokusunternehmen der Otto Group, die ihrerseits rund 50.000 Menschen beschäftigt. Mit einem klaren Leitbild und dem Rückhalt aus dem Konzern gehen wir unseren Weg in Richtung Zukunft.





Patrick Boos:

Geschäftsführung mit neuer Spitze

Seit Anfang 2022 ist Patrick Boos CEO der Witt-Gruppe. Mit mehr als fünfundzwanzig Jahren internationaler Führungserfahrung erwies er sich als perfekte Nachbesetzung für Wolfgang Jess, der mit seinen Kolleg*innen in der Geschäftsführung die Geschicke der Witt-Gruppe mehr als drei Jahrzehnte lang geleitet hatte.





Steuerten die Witt-Gruppe erfolgreich durchs Jahr 2022 (v. l.): Jürgen Angstmann, Patrick Boos (Vorsitzender der Geschäftsführung), Stefanie Zühlke-Schmidt und Johann Kiener.

Geschäftsjahresabschluss 2021/22: **Umsatzwachstum von 13 Prozent**

Nach der Umsatzmilliarde im Jahr 2021 konnte die Witt-Gruppe auch 2022 wieder einen Erfolg vermelden. Das vergangene Geschäftsjahr 2021/22 (Ende: 28.02.2022) schloss das Oberpfälzer Omnichannel-Unternehmen mit einem Umsatz von 1,231 Milliarden Euro (IFRS) ab – eine Steigerung von 13 Prozent zum Vorjahr. Damit setzte sich das langjährige, stabile Wachstum fort. Gestiegen ist erneut auch der Onlineanteil am Gesamtumsatz: von rund 35 Prozent auf rund 37 Prozent. „Die Witt-Gruppe hat wieder einmal gezeigt, was sie kann“, so Patrick Boos, der das Unternehmen seit Anfang des Jahres leitet. Erfreulich sei



auch gewesen, dass alle Marken und Vertriebsgebiete umsatzseitig über dem Vorjahr lagen.

Ein besonderer Fokus im vergangenen Geschäftsjahr lag auf dem Karlsruher Modeversender heine, der seit Ende 2019 aus der Witt-Gruppe heraus gesteuert wird.

Die Integration von heine ist eine Erfolgsgeschichte: Schon im Geschäftsjahr 2020/21 stieg der heine-Umsatz inklusive des französischen Ablegers helline von 220 Millionen Euro (Geschäftsjahr 2019/20) auf 224 Millionen Euro und im Geschäftsjahr 2021/22 auf 247 Millionen Euro – 8 Prozent mehr als im Vorjahr. Boos freut das: „heine ist endlich wieder in der Erfolgsspur!“

Geschafft hat die Witt-Gruppe all das mit einer starken Mannschaft aus mittlerweile rund 3.700 Kolleg*innen an den Standorten Weiden und Karlsruhe (Vorjahr: rund 3.500). Insbesondere die Logistik der Witt-Gruppe hat zahlreiche neue Mitarbeitende hinzugewonnen, die im stetig wachsenden Warenverteilzentrum (WVZ) eingesetzt werden. Über das kürzlich erweiterte, hochmoderne WVZ IV in Weiden-Brandweiher verschickt das Unternehmen seit Anfang 2022 eine steigende Anzahl von Sendungen an seine Kund*innen. Zu Spitzenzeiten können insgesamt bis zu 140.000 Pakete pro Tag versendet werden.

App-Wachstum: Marke heine besonders erfolgreich

Kundenbedürfnissen gerecht werden: Das schafft die Witt-Gruppe zunehmend auch online. Die Zielgruppe 50plus legt immer mehr Wert auf ein komfortables Einkaufserlebnis per Smartphone oder Tablet – deshalb hat die Witt-Gruppe 2018 ihre erste Shopping-App für die Marken WITT WEIDEN und WITT International gelauncht. Mittlerweile ist für alle elf Marken und zehn Länder eine solche App vorhanden und wurde bisher rund eineinhalb Millionen Mal heruntergeladen. Im ersten Geschäftshalbjahr 2022/23 zeigte ein Umsatzwachstum von 29 Prozent zum Vorjahreszeitraum, dass auch die Zielgruppe 50plus in Zukunft wohl verstärkt diesen Kanal nutzen wird.

Über heine

heine ist eine durch und durch feminine Modemarke und wurde 1951 von Karl Heinrich Heine in Karlsruhe gegründet. Neben Deutschland ist heine auch in Österreich, der Schweiz, Frankreich und den Niederlanden vertreten. Rund 350 Mitarbeiter*innen sind derzeit am Firmensitz Karlsruhe beschäftigt. Der stark frequentierte Onlineshop bietet über 18.000 Produkte aus den Bereichen Fashion und Living. Seit Dezember 2019 ist heine eine Marke der Witt-Gruppe, einem Unternehmen der Otto Group.









Erfreulich ist: Die App der Ende 2019 zur Witt-Gruppe hinzugekommenen Marke heine entwickelt sich besonders gut.

75 Prozent der Online-Visits und 50 Prozent des Online-Bruttobestellwertes bei heine werden inzwischen über mobile Endgeräte wie etwa Handy und Tablet getätigt. Die Shopping-App macht dabei bereits 12 Prozent des online generierten Umsatzes aus. Bereits 2017 hatte heine die App für Deutschland entwickelt; seit dem Geschäftsjahr 2021/22 ist heine mit ihr im gesamten DACH-Markt und den Niederlanden aktiv. „Mobile Commerce ist für uns ein strategisch wichtiges Geschäftsfeld, in das wir auch weiterhin investieren werden“, so Alexander Voges, Geschäftsführer Vertrieb und Marketing der Heinrich Heine GmbH.

Unter anderem über die Weiterentwicklung der Shopping-Apps transformiert das Unternehmen sein Kerngeschäft, den Versandhandel, und macht ihn fit für die digitale Zukunft.

Die aktuelle wirtschaftliche Krise ändert indes nichts am eingeschlagenen Weg: „Die derzeitige Situation bekräftigt uns eher noch darin, unsere Geschäftsmodelle stärker online auszurichten – denn das ist der Markt von Morgen“, sagt Patrick Boos, Vorsitzender der Geschäftsführung. Die Witt-Gruppe transformiere dabei stets in einem angemessenen Tempo, ohne zu hohe Risiken einzugehen, so der Geschäftsführer. Über Märkte wie Schweden, wo die Witt-Gruppe ein rein onlinebasiertes Geschäftsmodell verfolgt, erlangt das Unternehmen Erkenntnisse, die später auf andere Märkte übertragen werden können. „Solche Forschungs- und Entwicklungsfelder geben uns wertvolle Einblicke und lassen einen Ausblick darauf zu, wie das Verhalten unserer Kundinnen hierzulande in einigen Jahren oder Jahrzehnten aussehen könnte“, so Boos.

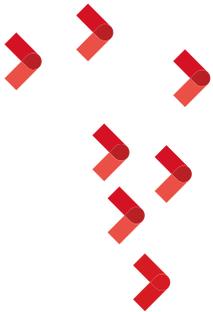




Gaming-Station beim DevCamp 2022.

Starke Truppe: **Networking und Wissensaustausch für IT-Begeisterte**

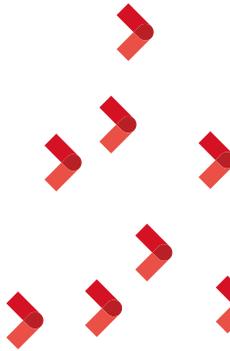
Zu der so wichtigen Transformation der Witt-Gruppe leisten alle Mitarbeitenden ihren Beitrag - vor allem aber braucht es eine starke IT. Und weil die bestehende Mannschaft immer eine schlagkräftige Ergänzung um neue Talente gebrauchen kann, veranstaltet die Witt-Gruppe jedes Jahr eine IT- und Tech-Fachkonferenz der besonderen Art: das „DevCamp“. 2022 bot das Event im



Open-Space-Format unter dem Motto „Networking for IT, Tech & beyond“ internen und externen Teilnehmenden bereits zum sechsten Mal die Möglichkeit, sich fachlich auszutauschen und Kontakte zu knüpfen. Per Abstimmung bestimmten die rund 150 Gäste selbst, worüber sie in den 30-minütigen Sessions diskutieren wollten, und gestalteten das Event dadurch mit.

Highlight des diesjährigen DevCamps: die Keynote „Chaos Engineering - Resilienz bewerten und schaffen“

von Robert Seso von Microsoft. In dieser ging Seso der Frage nach, wie man durch Chaos Experimente in jeder Phase der Qualitätsprüfung die Resilienz von Apps und Clouddiensten steigern kann. Doch auch die restlichen Sessions waren thematisch spannend breit aufgestellt - von „Wie ich meine Toilette gehackt habe“ über „Hotwire: Ein neuer alter Ansatz für Webanwendungen“ bis hin zu „Building a Legacy: Wir bauen heute die Altlasten von morgen“. Bei allem Wissensaustausch blieb aber auch das Networking unter den Teilnehmer*innen nicht zu kurz. Nahtlos ging es daher anschließend unter dem Slogan „Networking & Chill“ in ein lockeres Get-together über bei Beats, Dinner, Drinks und einigen Gaming-Ecken.





Für die beste Zeit im Job: **Auszeichnung für Mitarbeiterzufriedenheit**

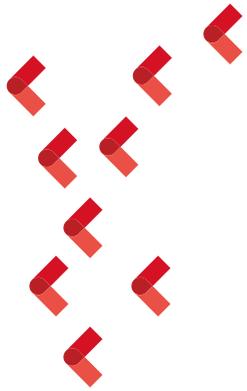
Über Formate wie das DevCamp präsentiert sich die Witt-Gruppe als Top-Arbeitgeber - ein Titel, den sich das Unternehmen nun bereits zum zehnten Mal in Folge verdient hat. Im Ranking des Magazins FOCUS konnte sich die Witt-Gruppe im Bereich „Handel und Konsum“ auf Platz 9 positionieren. Und nicht nur in der eigenen Branche schneidet die Witt-Gruppe als Arbeitgeber hervorragend ab. Im Gesamt-Ranking der von FOCUS ausgezeichneten rund 1.000 Unternehmen belegt das Weidener Omnichannel-Unternehmen Platz 94 und liegt damit noch vor anderen Otto Group Konzernunternehmen wie Otto, ABOUT YOU und BAUR.



”

„Teaming up for success
– so nehme ich den
Arbeitsspirit bei uns in
der Witt-Gruppe war.
Unsere großartigen
Teams sind die Basis
für unseren Erfolg. Das
motiviert mich und
das motiviert uns als
Unternehmen – und so
spürt man schnell, dass
unser Slogan *Für die
beste Zeit im Job* kein
leeres Versprechen ist!“

– **Gesa Sewtz**,
Bereichsleiterin HR



Neuer CIO und Tech-Treiber der Witt-Gruppe

Die Witt-Gruppe zieht an - nicht nur ihre Kund*innen, sondern auch Fach- und Führungskräfte. Auf einen Neuzugang in der IT setzt die Witt-Gruppe seit Juni 2022 besonders: Ralf Bosch, Chief Information Officer (CIO) des Weidener Unternehmens und damit verantwortlich für mehr als 250 Beschäftigte. Der IT-Experte war in den letzten 25 Jahren unter anderem in leitenden Positionen bei der Lufthansa, GLS und DB Schenker tätig und treibt jetzt in seiner Funktion als CIO den Ausbau der Witt-Gruppe als datengetriebenes Omnichannel-Unternehmen mit Tech-Fokus weiter voran - und damit die Digitalisierung und Transformation des Unternehmens.





Der leidenschaftliche Läufer, Tennisspieler und Bergwanderer verfolgt auch beruflich mit Ausdauer seine Ziele.

So will er durch den Einsatz von Technologie, Digitalisierung und IT das Kundenerlebnis kontinuierlich weiter verbessern, die Marktposition ausbauen und die Effizienz von Geschäftsprozessen durch einen zunehmenden Automatisierungsgrad erhöhen. Dafür wird die aktuelle IT-Landschaft im Laufe der kommenden Jahre schrittweise transformiert. „Der Ausbau bestehender und der Aufbau neuer Online-Fähigkeiten ist dabei ebenso wichtig wie ein hoher Automatisierungsgrad, insbesondere auch im Papiergeschäft. So arbeiten wir konsequent auf unser Zielbild des Digital Commerce hin“, sagt Bosch.

Datengetriebene Ansätze und der Einsatz moderner Technologien wie etwa Künstliche Intelligenz machen beispielsweise eine verbesserte Personalisierung oder die Vorhersage genauerer Lieferzeiten möglich.

Im Customer Service können durch den Einsatz intelligenter Chatbots einfachere Fragen zügig beantwortet werden und Mitarbeitende sich so im persönlichen Kontakt den komplizierteren Kundenanfragen widmen – damit Kund*innen sich weiterhin gut verstanden fühlen. Durch die effiziente Steuerung der Logistik und zwischengelagerter Prozessschritte kann die IT die Effizienz in der Auftragsbearbeitung weiter steigern. Zusätzlich kann eine Reihe traditionell manueller Prozesse durch den Einsatz geeigneter Werkzeuge automatisiert werden.

In den vergangenen Monaten hat das IT-Team der Witt-Gruppe um Ralf Bosch zusammen mit den Fachbereichen intensiv an der Definition ihrer Ziellandschaft und der entsprechenden Roadmap für die Umsetzung gearbeitet. Damit können zukünftig Prioritäten fundiert gesetzt und Investitionen zielgenau und mit hohem Wirkungsgrad eingesetzt werden. Durch die Zusammenarbeit mit anderen Konzerngesellschaften der Otto Group kann die Witt-Gruppe auf ein sehr großes Netzwerk zurückgreifen und Synergien in Bezug auf den Einsatz von Technologien und die Entwicklung von Softwarelösungen nutzen. In Verbindung mit einem Team voller motivierter Kolleg*innen bietet das gute Voraussetzungen, um aktuelle und künftige Herausforderungen anzugehen.

Nachhaltigkeits-Meilenstein erreicht. Witt-Gruppe nach GOTS und OCS zertifiziert

Ein Thema, das bei der Witt-Gruppe seit Langem ernst genommen wird, ist das Thema Nachhaltigkeit. Mitte 2022 hat die Witt-Gruppe die Zertifizierungen nach GOTS (Global Organic Textile Standard) und OCS (Organic Content Standard) erhalten. Insgesamt rund 1.000 Artikel des Unternehmens erfüllen die GOTS- und OCS-Richtlinien, die den Einsatz von Bio-Baumwolle garantieren und den Bio-Baumwollanbau fördern. Langfristig wird die Witt-Gruppe ihr Angebot an nachhaltigen Artikeln weiter ausbauen.





Für Stefanie Zühlke-Schmidt, Geschäftsführerin Einkauf, ist die Zertifizierung ein wichtiger Erfolg im Rahmen der Nachhaltigkeitsstrategie.

„Wir sind stolz, diesen anspruchsvollen Zertifizierungsprozess erfolgreich durchlaufen zu haben. Die Zertifizierung bescheinigt anhand objektiver, unabhängig überprüfter Bewertungskriterien unser hohes Engagement in Sachen Nachhaltigkeit“, so Zühlke-Schmidt. Zusammen mit dem GOTS-Zertifikat hat die Witt-Gruppe auch die Zertifizierung des OCS erhalten. Damit ist es möglich, dass auch Artikel ab einem Anteil von 50 Prozent Bio-Baumwolle ein ökologisches Nachhaltigkeitsiegel erhalten können.

Der Global Organic Textile Standard gilt als eines der anspruchsvollsten Siegel der Textilbranche und setzt hohe ökologische und soziale Standards voraus. Ökologische Kriterien sind etwa

der Einsatz von verwendeten Chemikalien und das Vorhandensein eines Umweltschutzprogramms. Auch soziale Kriterien, wie sichere Arbeitsbedingungen und geregelte Arbeitszeiten, müssen unter anderem für eine Zertifizierung erfüllt sein. Da alle Schritte entlang der



Lieferkette zertifiziert sein müssen, tragen beide Standards zu mehr Transparenz bei.

Unter welchen Bedingungen ein Produkt hergestellt wurde, ist mittlerweile eine häufige Nachfrage durch Kund*innen.



„Das Bewusstsein für den Wert von Kleidung wächst, faire Arbeitsbedingungen und eine umweltschonende Herstellung sind unseren Kund*innen zunehmend wichtig“, weiß Ellen Goes, Corporate Responsibility Managerin bei der Witt-Gruppe. „Sie wünschen sich, dass nachhaltige Produkte anhand bekannter Siegel, denen man vertrauen kann, auf den ersten Blick erkennbar sind.“ Möglich ist das mit den international anerkannten und zunehmend gefragten Zertifizierungen nach GOTS und OCS. Diese vereinfachen die Auslobung nachhaltiger Artikel und schaffen mehr Transparenz für Kund*innen. Goes weiter: „Durch den konsequenten Einsatz der GOTS- und OCS-Siegel versprechen wir uns eine zusätzliche Steigerung der Nachfrage nach nachhaltigen Artikeln.“

Zu finden sind beide Siegel bei der Witt-Gruppe vor allem im körpernahen Bereich. „Bei diesen Produkten, insbesondere Wäsche, ist die Nachfrage unserer Kund*innen nach nachhaltig hergestellten Artikeln besonders hoch“, weiß Goes. Das Angebot an GOTS- und OCS-zertifizierten Artikeln wird sukzessive auch auf andere Produktkategorien ausgeweitet. Eine konkrete Prognose ist laut der Corporate Responsibility-Managerin zurzeit aber kaum möglich: „Die Beeinträchtigung der internationalen Transportwege und die angespannten Rohstoffmärkte stellen auch die Witt-Gruppe vor Herausforderungen. Deshalb beobachten wir die Marktlage genau, um auf etwaige Veränderungen vorbereitet zu sein.“



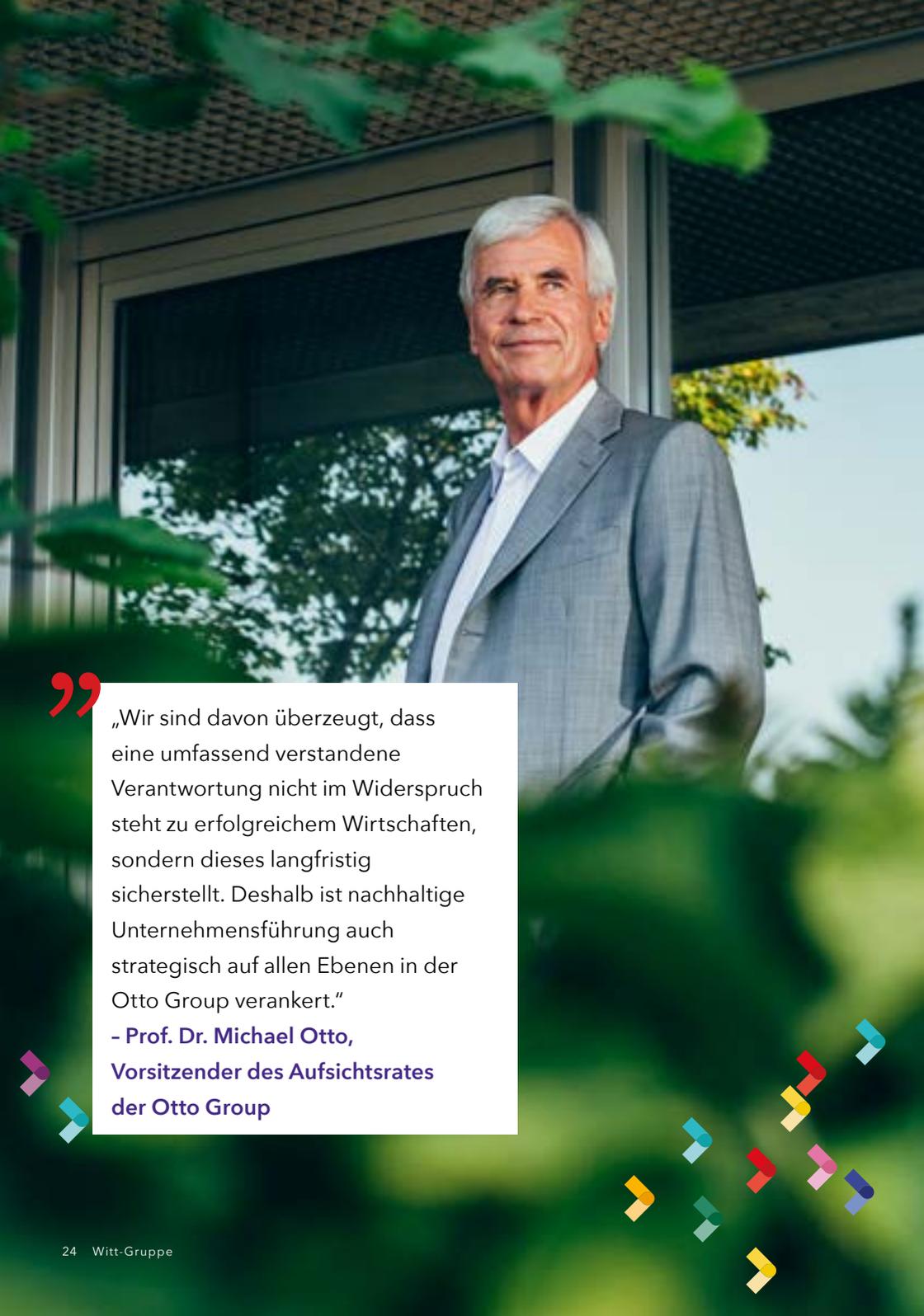
Nichtsdestotrotz hat sich die Witt-Gruppe ehrgeizige Ziele gesetzt.

Der Anteil an Bio-Baumwolle soll sich erhöhen, auch bei anderen verwendeten Fasern stellt das Unternehmen langfristig auf nachhaltige Alternativen um. Die Witt-Gruppe strebt an, bis 2025 mindestens 65 Prozent nachhaltige Fasern in ihren Produkten einzusetzen, wie zum Beispiel durch die Umstellung auf recyceltes Polyester. Mit den beiden Standards RCS (Recycled Claim Standard) und GRS (Global Recycled Standard), nach denen das Unternehmen bei der externen Prüfung im Januar 2023 zertifiziert wird – zusammen mit der Rezertifizierung nach GOTS und OCS – können auch diese Artikel künftig gekennzeichnet und so für Kund*innen unmittelbar als nachhaltig erkennbar gemacht werden.

Interview

Mehr über die GOTS-Zertifizierung sowie das Nachhaltigkeitsengagement der Witt-Gruppe erfahren Sie in unserem Podcast mit Ellen Goes, Corporate Responsibility-Managerin bei der Witt-Gruppe.





”

„Wir sind davon überzeugt, dass eine umfassend verstandene Verantwortung nicht im Widerspruch steht zu erfolgreichem Wirtschaften, sondern dieses langfristig sicherstellt. Deshalb ist nachhaltige Unternehmensführung auch strategisch auf allen Ebenen in der Otto Group verankert.“

**- Prof. Dr. Michael Otto,
Vorsitzender des Aufsichtsrates
der Otto Group**

Der Gesellschaft etwas zurückgeben

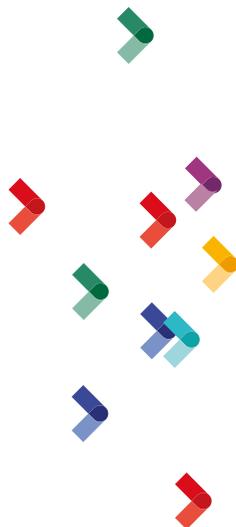
otto group

Neben ökonomischer und ökologischer Verantwortung sieht sich die Witt-Gruppe auch der Gesellschaft verpflichtet.

Als Fokusunternehmen der Otto Group stehen wir hinter der Vision „Responsible commerce that inspires“ der Gesellschafter Prof. Dr. Michael und Benjamin Otto.

Gleich zum Jahresauftakt 2022 spendete die Witt-Gruppe 150 Kleidungsstücke, darunter vorwiegend winterliche Damenartikel, an die Tafel Weiden-

Neustadt/WN e. V.. Das Unternehmen leistete damit regionale Unterstützung für Bedürftige – gemäß der Firmenphilosophie mit dem klaren Fokus auf Frauen 50plus. Im Februar spendete das Unternehmen 5.000 Euro an den Verein Kinderkrebshilfe Oberpfalz Nord e. V. Das Geld war im Rahmen eines Konzerts des Mitarbeiterchors Singing Witt generiert worden. Auch der SOS-Kinderdorf e. V., mit dem die Witt-Gruppe eine langjährige Kooperation verbindet, wurde wieder finanziell unterstützt: Über die Weihnachtsaktion 2021 hatte das Unternehmen zusammen mit seinen Kund*innen eine Fördersumme in Höhe von 40.000 Euro erzielt, die im März dem SOS-Kinderdorf Göppingen zugutekam.





Von links: Josef Gebhardt (Vorsitzender der Tafel Weiden/Neustadt), Dennis Hofacker (Witt-Gruppe), Hans Aures (Witt-Gruppe), Kerstin Grundler (Ehrenamtliche Mitarbeiterin CarLa), Raimunda Schulze (Leiterin der Caritas Schwangerschaftsberatungsstelle Weiden) und Alexander Meidinger (Witt-Gruppe) bei der Spendenübergabe.

Auch für vom Krieg in der Ukraine betroffene Menschen brachte die Witt-Gruppe Unterstützung auf. Im Frühjahr stellte das Unternehmen eine Spendenaktion für Mitarbeitende auf die Beine, bei der rund 16.500 Euro zusammenkamen. Durch die Entscheidung der Geschäftsführung, die Summe zu verdoppeln, konnten 33.000 Euro an sechs Hilfsorganisationen gespendet werden, die damit Hilfe u.a. in Form von Lebensmitteln, Hygieneartikeln und Notunterkünften leisteten. Zusätzlich leistete die Witt-Gruppe diverse Sachspenden für die Ukraine, etwa an Notunterkünfte in Weiden und Neustadt an der Waldnaab sowie an Krankenhäuser im Raum Tschernobyl.



Patrick Boos, Vorsitzender der Geschäftsführung der Witt-Gruppe (links), übergibt den Spendenscheck über 20.000 Euro an Thorsten Willecke, Leiter der Franz-Grothe-Schule (Mitte) und Lothar Höher, zweiter Bürgermeister der Stadt Weiden (rechts).

Mitte des Jahres spendete die Witt-Gruppe – wie schon im Jahr zuvor – 20.000 Euro für die musikalische Bildung von Schüler*innen der Gerhardinger-Grundschule Weiden. Mit dem Geld kann das Lehrpersonal der städtischen Musikschule Franz-Grothe-Schule die Kinder im Bereich der musikalischen Früherziehung sowie der Blasinstrumente unterrichten. Auch das langjährige Engagement für den Arbeitskreis Asyl Weiden wurde 2022 mit einer Spende von 32.000 Euro fortgesetzt. Und im November sammelten die Mitarbeitenden der Witt-Gruppe vier Wochen lang für die Weidener Tafel und den örtlichen Caritas-Laden „CarLa“. Ganze 700 Kilogramm Kleidung und mehrere Kisten voller Lebensmittel, Pflegeartikel und Spielzeug konnten dadurch an die sozialen Einrichtungen übergeben werden.



Fakten über die Witt-Gruppe

Mit 21,6 Millionen Kund*innen weltweit, einem Umsatz von 1,231 Mrd. Euro (IFRS) im Geschäftsjahr 2021/22 und einem Onlineanteil von rund 37 Prozent zählt die Witt-Gruppe zu den führenden textilen Omnichannel-Unternehmen für die Zielgruppe 50plus. Die Unternehmensgruppe ist derzeit mit elf Marken in zehn Ländern, darunter die 1907 gegründete Marke WITT WEIDEN, sowie mit 23 Online-Shops aktiv. Seit Ende 2019 gehört die Marke heine zur Witt-Gruppe.

Die Witt-Gruppe ist mit rund 3.700 Mitarbeitenden nicht nur einer der größten Arbeitgeber der Oberpfalz, sondern auch einer der beliebtesten Deutschlands: 2022 wurde das Unternehmen zum zehnten Mal in Folge als Top-Arbeitgeber ausgezeichnet. Seit 1987 ist das Unternehmen mit Sitz in Weiden Teil der Otto Group. Die Otto Group gehört mit einem Onlineumsatz von rund 9,9 Milliarden Euro zu den weltweit größten Onlinehändlern. Weitere Informationen finden Sie unter www.witt-gruppe.eu.



Pressekontakt:

Judith Weigl

Corporate Communication

0961/400-1355

Judith.Weigl@witt-gruppe.eu



Für die beste Zeit des Lebens.