



**Wachstum.
Transformation.
Kulturwandel.**
Unser Jahr 2023

- Wachstum
- Transformation
- Kulturwandel

2023 – ein spannendes Jahr für die Witt-Gruppe. Mit einer guten ersten Geschäftsjahreshälfte, einem überproportional gewachsenen E-Commerce-Geschäft und ersten Anwendungsfällen für Künstliche Intelligenz zeigte das Unternehmen erneut seine Stärke.



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 41.000 Menschen beschäftigt. Mit einem klaren Leitbild und dem Rückhalt aus dem Konzern gehen wir unseren Weg in Richtung Zukunft.



Die Geschäftsführung der Witt-Gruppe (von links): Patrick Boos (Vorsitzender), Stefanie Zühlke-Schmidt, Jürgen Angstmann, Johann Kiener.

Geschäftsjahresabschluss 2022/23: **Witt-Gruppe erzielt 1,178 Milliarden Euro Umsatz**

Nach einem sehr erfolgreichen Geschäftsjahr 2021/22 fiel das Geschäftsjahr 2022/23 für die Witt-Gruppe zwar nicht vergleichbar erfreulich aus - gemessen an den schwierigen Rahmenbedingungen und der Marktentwicklung aber dennoch **zufriedenstellend**. Nach IFRS betrug der Umsatz per Ende Februar 2023 1,178 Milliarden Euro und damit 4,3 Prozent weniger als im vorherigen Geschäftsjahr. „Damit hat sich die Witt-Gruppe besser entwickelt als der Markt“, sagt Patrick Boos, Vorsitzender der Geschäftsführung. Profitierten in den Jahren 2020 und 2021 gerade Online-Händler von den Corona-Lockdowns,

fiel dieser Umsatzschub 2022 weg. Ukraine-Krieg und Inflation dämpften die Kauflaune. Hinzu kamen enorme Kostensteigerungen bei Papier, Transport, Rohstoffen und Energie, die das Geschäftsmodell der Witt-Gruppe herausforderten. „Wir haben uns frühzeitig mit diesen Kostenbelastungen beschäftigt und in unseren Marketingaktivitäten darauf reagiert“, so Boos.

Bei allen Herausforderungen sieht sich das Unternehmen über sein Markenportfolio gut aufgestellt - und bündelt jetzt seine Kräfte noch besser.

„Mit der Fokussierung auf unsere vier starken Marken WITT WEIDEN, Sieh an!, creation L und heine inklusive ihrer internationalen Ableger schärfen wir ihr Profil und beschleunigen die online-orientierte Entwicklung unseres Geschäftsmodells“, sagt Boos. Im Stationärbereich wurden weitere WITT WEIDEN-Filialen in einem neuen Ladenbaukonzept gestaltet; etwa das Fachgeschäft in Bad Neuenahr, das fast zwei Jahre nach der Hochwasser-Katastrophe im Jahr 2021 eine grandios besuchte Wiedereröffnung feierte. Auch in seinen internationalen Märkten ist das Unternehmen aktiv: So läuft der Versand von Paketen für den Markt USA seit September aus Mexiko, um Kund*innen eine schnellere Lieferung und besseren Service zu bieten.

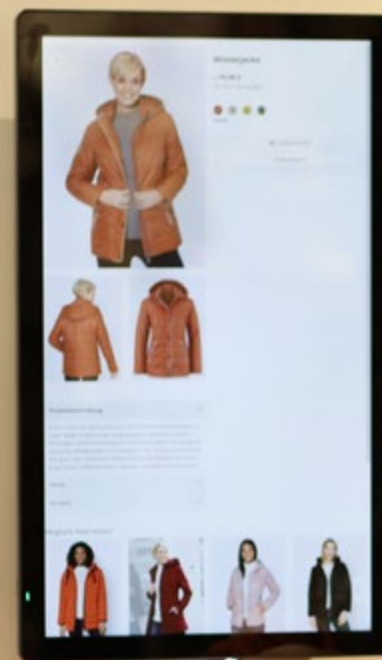
Per Scanner zum perfekten Outfit: **WITT WEIDEN-Flagshipstore macht Shopping noch komfortabler**

„Für die beste Zeit des Lebens“: Um dieses Versprechen an ihre Kund*innen zu halten, setzt die Witt-Gruppe unter anderem auf einen hervorragenden Service. Diesen ergänzen in der Weidener WITT WEIDEN-Filiale seit Anfang 2023 fünf moderne Bildschirme mit Touchscreen-Funktion und Scanner. In Echtzeit liefern sie umfassende Informationen zum Produkt und schlagen Alternativ-Artikel sowie Kombinationsmöglichkeiten vor. Angebracht sind sie in den vier Umkleiden und auf der Verkaufsfläche des Fachgeschäftes. Kund*innen können über das Scangerät das Etikett ihres Artikels einscannen und so auf die jeweilige Artikelseite im WITT WEIDEN-Onlineshop gelangen. Alle Informationen zum Produkt, wie Material, Größen, weitere Farben etc., sind so blitzschnell verfügbar. Zusätzlich werden passende Alternativen und Kombinationsmöglichkeiten für das gescannte Produkt angezeigt.

Mit den neuen Bildschirmen treibt die Witt-Gruppe ihren Omnichannel-Ansatz und die digitale Transformation weiter voran.

Neben zusätzlichem Service in Form von Produktinformationen und -vorschlägen bieten die Bildschirme den ersten Berührungspunkt mit dem WITT WEIDEN-Onlineshop. „Wir ermöglichen unseren Kund*innen damit das Beste aus zwei Welten: Das Einkaufserlebnis mit individueller Beratung vor Ort und die Vielfalt des Onlineshops“, erklärt Werner Bodensteiner, Bereichsleiter Stationär bei der Witt-Gruppe. „Außerdem optimieren die Bildschirme die Servicequalität, denn mit Hilfe der

HIER MEHR ERFAHREN ZU
MODE, DIE MICH MAG!



Der Bildschirm liefert beim Scannen von Artikeln Informationen zum Produkt, zu Alternativen und Kombinationsmöglichkeiten.

Zusatzinformationen zu den jeweiligen Produkten können unsere Modeberater*innen eine noch professionellere Beratung bieten.“

Positives Feedback dazu kommt auch aus dem Vorstand der Otto Group, als dessen Fokusunternehmen die Witt-Gruppe einen besonderen Stellenwert und erhöhte Aufmerksamkeit genießt.

Dr. Marcus Ackermann, Otto Group Konzernvorstand Multichannel Distanzhandel und Beiratsvorsitzender der Witt-Gruppe, überzeugte sich persönlich vom neuen Angebot in der Weidener Filiale.

„Wir beschäftigen uns intensiv mit der Weiterentwicklung des Geschäftsmodells und begrüßen daher den neuen Ansatz zur weiteren Verknüpfung der verschiedenen Absatzkanäle, der in meinen Augen sehr vielversprechend ist“, erklärte Dr. Ackermann bei seinem Besuch. Neben den neuen technischen Hilfsmitteln bieten die WITT WEIDEN-Filialen den Kund*innen eine Vielzahl von weiteren Serviceleistungen. Sowohl der schnelle und einfache Bestellservice in die Filiale sowie die modernen Zahlungsmöglichkeiten über Mobiltelefon und Smartwatch sorgen für ein kundenfreundliches Einkaufserlebnis. Auch mit dem Kundenbindungsprogramm „Filialfreundinnen“ bietet die Witt-Gruppe besondere Einkaufsvorteile, wie z. B. Rabattaktionen und Exklusivangebote.



Zum Weiterhören

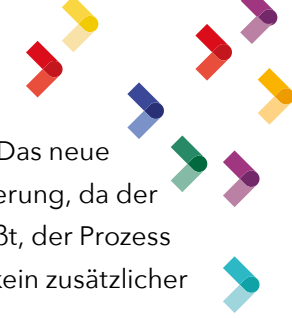
„Der Kunde ist König“: Kundenzufriedenheit ist mittlerweile ein entscheidender Einflussfaktor für langfristigen Unternehmenserfolg. Doch wie kann man Gefühle von Kund*innen eigentlich messbar machen? Warum reicht es nicht, Kund*innen zufriedenzustellen? Und warum müssen alle Mitarbeitenden Kundenzentrierung verinnerlichen und leben? Mehr dazu in unserem Podcast.



Papierstreifen statt Katalogfolierung: Witt-Gruppe stellt schrittweise auf innovatives Verfahren um

Um ihren Kund*innen nicht nur besten Service, sondern auch nachhaltigere Lösungen zu bieten, hat die Witt-Gruppe mit Burda Druck in Offenburg ein neues Verfahren getestet. Das Ziel: Langfristig komplett auf die Folierung von Katalogen zu verzichten. „Für uns ist schon lange klar, dass wir für ein nachhaltigeres Geschäftsmodell eine Alternative zur Folie brauchen“, so Patrick Boos, Vorstandsvorsitzender der Witt-Gruppe. „Deswegen haben wir mit mehreren Druckern Möglichkeiten diskutiert, wie wir die Katalogfolie ersetzen können.“ Gemeinsam mit Burda Druck hat die Witt-Gruppe ein neues Verfahren getestet, das diesen Anspruch erfüllen kann, EcoFix genannt. Mit zwei Klebestreifen können nun Katalog-Packages inklusive der eingelegten Beilagen an der langen Seite verschlossen werden. Bis Ende 2024 will die Witt-Gruppe bis zu 75 Prozent der bisher folierten Werbemittelpackages auf das neue EcoFix-Verfahren umstellen. Dadurch könnte das Oberpfälzer Multichannel-Unternehmen bis zu 110 Tonnen Folie pro Saison einsparen.

Als treibende Kraft des Projekts führte die Witt-Gruppe verschiedene Testkonstellationen mit Burda Druck und der Deutschen Post durch. Jede einzelne Konstellation aus Katalog und Packages muss auf ihre Maschinenfähigkeit getestet und von der Deutschen Post freigegeben werden. Die Witt-Gruppe befindet sich ebenfalls mit der Österreichischen Post in den letzten Abstimmungen und auch mit der Schweizer Post wurden bereits Testläufe für eine Markteinführung vereinbart. Durch den Verzicht auf Folie ergibt sich nicht nur eine enorme Ressourcenschonung, auch die Kosten sollen dadurch



Klebestreifen verschließen die Katalog-Packages mitsamt ihrer Beilagen und ersetzen die bisher verwendete Folie.



perspektivisch halbiert werden. Zusätzlicher Vorteil: Das neue Verfahren ist deutlich schneller als die bisherige Folierung, da der Vorgang „inline“ durchgeführt werden kann. Das heißt, der Prozess kann direkt beim Sammelheften erfolgen und es ist kein zusätzlicher Arbeitsschritt notwendig.

Der zunehmende Verzicht auf die Katalogfolierung ist nur ein Schritt auf dem Weg zu einem nachhaltigeren Geschäftsmodell.

Sämtliche Verpackungen sollen bis Ende des Jahres 2023 nachhaltig sein, was einem Recyclinganteil von mindestens 80 Prozent auch bei Füllmaterialien entspricht. Um dieses ambitionierte Ziel zu erreichen, hat die Witt-Gruppe auch in der Vergangenheit schon bedeutende Veränderungen im Bereich der Verpackungen vorgenommen. Bei den Kartonagen erreicht das Unternehmen heute schon einen Anteil von 100 Prozent recyceltem Material. Außerdem nutzt die Witt-Gruppe zu 90 Prozent Versandtaschen, die direkt auf das Versandvolumen zugeschnitten werden können und somit bewirken, dass weniger Luft transportiert wird. Darauf zählt auch der Einsatz von sieben verschiedenen Kartonagengrößen ein. Daneben befindet sich auch die Artikelverpackung auf Lieferanten-Ebene derzeit in einer Umstellung hin zu einer recycelten Folie. Dabei geht es bei der Witt-Gruppe jährlich um bis zu 45 Millionen Artikel.



Zum Weiterhören

Die Umstellung auf das EcoFix-Verfahren ist nur eine von vielen Maßnahmen, um nachhaltiger zu agieren. Wie wir im Rahmen unserer Klimaschutzstrategie insbesondere CO2-Emissionen weiter reduzieren wollen und welchen Beitrag auch unsere Mitarbeitenden dazu leisten, erfahren Sie im Podcast.





Michael Uschold, Klaus Hagn und Sebastian Beierl bei der Preisverleihung zur „goldenen Hand“ (v. l.). Foto: BGHW

„Die goldene Hand“: Witt-Gruppe gewinnt Präventionspreis der BGHW

Innovation findet sich in der Witt-Gruppe auch an anderer Stelle: Mitarbeitende haben einen herausziehbaren Präsentationstisch für die Musterfotografie entwickelt und gebaut. In der Abteilung Cross Media Services der Witt-Gruppe werden täglich bis zu 300 Scans von Blusen, Pullovern, Hosen oder Jacken durchgeführt. Durch die Digitalisierung der Stoffmuster können die Farben der Kleidungsstücke bei Fotoshootings oder für die Präsentation in den zahlreichen Onlineshops des Modeversenders besser abgeglichen werden. Für den Scanvorgang mussten sich die Mitarbeitenden in der Vergangenheit weit in die vorgesehene Fotokuppel beugen und die Kleidungsstücke mittig platzieren. Um hier körperliche Fehlbelastungen und das Risiko, sich den Kopf zu stoßen, zu vermeiden, entstand die Idee einer herausziehbaren Plattform in der Fotokuppel. Michael Uschold,



Mitarbeiterin Katrin Scholtz beim Drapieren der Stoffmuster in der Fotokuppel. Foto: BGHW.

Gebäudetechniker in der Witt-Gruppe, nahm sich der Aufgabe an und entwickelte eine Lösung: „Wir haben eine Platte gebaut und sie auf Schienen gesetzt. Die Schienen haben wir dann in der Kuppel angebracht, sodass wir den Tisch ähnlich wie eine Schublade herausziehen können.“

Dafür hat die Witt-Gruppe den Präventionspreis „Die goldene Hand“ der Berufsgenossenschaft Handel und Warenlogistik (BGHW) gewonnen.

Mit dem Präventionspreis zeichnet die BGHW jährlich Unternehmen aus, die sich besonders für die Gesundheit und Sicherheit ihrer Mitarbeitenden einsetzen. „Mit dieser einfachen technischen Maßnahme konnte in der Witt-Gruppe eine deutliche Verringerung der Rückenbelastung der Beschäftigten erreicht werden. Stoßverletzungen im Bereich des Kopfes können damit ebenfalls vermieden werden“, so die Begründung der Jury der BGHW bei der Preisverleihung im November 2023. Das Preisgeld in Höhe von 5.000 Euro spendete die Witt-Gruppe an das Sonderpädagogische Förderzentrum Weiden.

Witt-Gruppe zündet zweite Stufe bei Weiterbildungsprogramm „TechUcation“ für Logistik-Mitarbeitende

Ein entscheidender Faktor für unternehmerischen Erfolg sind Mitarbeitende, die die Herausforderungen der Zukunft kennen und neuartigen Aufgaben selbstbewusst begegnen. Digitalisierung, neue Technologien und der Wandel der Arbeitswelt erfordern dafür ein ständiges Lernen. Die Witt-Gruppe hat das erkannt und stellt ihren Mitarbeitenden über die digitale Plattform „Masterplan“ Lerninhalte in Form von kurzen Videoeinheiten zur Verfügung - selbstverständlich auch allen gewerblichen Kolleg*innen. Und das in 16 Sprachen, denn die rund 1.000 Logistik-Mitarbeitenden kommen aus den unterschiedlichsten Ländern. Seit mehr als zwei Jahren lernen die Logistik-Mitarbeitenden der Witt-Gruppe nun schon mit der Plattform. Das Ziel: Unabhängig von Hierarchie und Funktion eine neue, zeitgemäße Lernkultur zu etablieren und Mitarbeitende fit für zukünftige Herausforderungen zu machen.

Jetzt startet das Unternehmen die nächste Stufe des Weiterbildungsprogramms, das unter dem Namen „TechUcation“ läuft - ein Kofferwort aus „technology“ und „education“. Das bedeutet: Die Mitarbeitenden im Warenverteilzentrum am Brandweiher in Weiden erhalten Zugang zu fünf Stunden neuen, praxisnahen Lerninhalten, die speziell für sie entwickelt wurden und auf ihren Fachbereich zugeschnitten sind, etwa zur Ladungssicherung, zur Arbeitssicherheit, zur Kundenzentrierung oder zur Robotik. Pro Jahr dürfen Logistik-Mitarbeitende zehn Stunden ihrer Arbeitszeit für die digitale Weiterbildung nutzen, was im ersten Jahr so knapp eine halbe Million Euro an Gemeinkosten verursachte. „Das ist es uns wert“, sagt Patrick

Boos, Vorsitzender der Geschäftsführung. „Denn nur mit wissbegierigen Mitarbeitenden bleiben wir auch in Zukunft wettbewerbsfähig.“

Über die verpflichtenden Inhalte hinaus stehen den Mitarbeitenden auf Masterplan viele weiterführende Videos zu unterschiedlichsten Themen zur Verfügung, unter denen sie innerhalb ihrer Lernzeit eigenverantwortlich wählen können, etwa zur Wertschöpfungskette, zu Logistik-Trends oder zum Thema Nachhaltigkeit. Da es zum Lernen über die Plattform nur einen Online-Zugang benötigt, können Mitarbeitende selbst entscheiden, wo sie am liebsten lernen: Direkt in der Firma in den eigens geschaffenen Lernräumen zusammen mit Kolleg*innen oder lieber zuhause in Ruhe für sich. Wie Patrick Boos ist auch Roland Dietz, Bereichsleiter Logistik bei der Witt-Gruppe, überzeugt vom Nutzen der Initiative: „Lernen reduziert Unsicherheit“, sagt er. „Und wenn wir das Gelernte in der Praxis gemeinsam ausprobieren, werden wir erfolgreicher in unserer täglichen Arbeit.“

Konzernweite Bildungsinitiative läuft seit 2019

otto group

Mit „TechUcation“ hat die Otto Group bereits 2019 eine konzernweite Bildungsinitiative ins Leben gerufen, an die seit dem Frühjahr 2020 schrittweise auch alle Mitarbeitenden der Witt-Gruppe angebunden wurden. Über die Plattform Masterplan stehen Kurzvideos zur Verfügung, die ein gemeinsames und einheitliches Verständnis zum Thema Digitalisierung und eine neue Lernkultur in der gesamten Unternehmensgruppe etablieren sollen.



Christoph Stanger von Google bei seiner Session.

IT-Begeisterte treffen aufeinander: 200 Besucher*innen beim „DevCamp“

Auch wenn virtuelles Lernen viele Vorteile hat, ist ein persönlicher Austausch doch unersetzbar - aus diesem Grund gibt es das DevCamp.

Das DevCamp ist ein Event für IT- und Tech-Interessierte und fand 2023 zum siebten Mal in den Räumlichkeiten der Witt-Gruppe statt. Unter dem Motto „Networking for IT, Tech & beyond“ kamen rund 200 Teilnehmende nach Weiden. Der Tag begann mit einer Keynote von Christoph Stanger und David Gleich von Google zum Thema „Von der Idee bis zur Produktion: Wie du deine Webanwendung in die Cloud bringst“, bei dem die beiden Gäste live demonstrierten, wie eine Webanwendung gebaut, installiert und konfiguriert wird, und mit den Teilnehmenden die Skalierungsmöglichkeiten diskutierten.

Anschließend stellten die Gäste ihr weiteres Programm zusammen - typisch für Events im Barcamp-Format.

Letztendlich standen zwölf thematisch breit aufgestellte Sessions à 30 Minuten auf der Agenda. Unter anderem diskutierten die Teilnehmenden über „Step-by-Step to AI-powered Application“, „Fortbildung mit der Lieblings-Serie“, „KI-Autopilot in der Produktion von PET-Flaschen“ und „Domain Modelling - Live“. Abschließend ließen die Teilnehmenden den Abend gemeinsam ausklingen. Mehrere Gaming-Ecken, ein Buffet und Getränke boten den richtigen Rahmen, um sich auszutauschen und zu vernetzen.



Zum Weiterhören

Künstliche Intelligenz ist in vielen unserer Lebensbereiche bereits omnipräsent - und wird weiter an Einfluss gewinnen. Vor welche Herausforderungen wird sie uns stellen? In unserem Podcast diskutieren wir mit Experten, welche Potentiale sie für die Witt-Gruppe bereithält und wie sich das Unternehmen dem Thema KI annähert.



In einer weiteren Folge geht es darum, was in den Monaten nach unserem ersten Expertengespräch in Sachen KI passiert ist. Ist die KI nur ein Hype oder funktioniert sie wirklich? Was läuft, was ist möglich, was kommt? Welchen Nutzen generiert die KI für uns und welche Projekte erwarten uns in den nächsten Monaten?

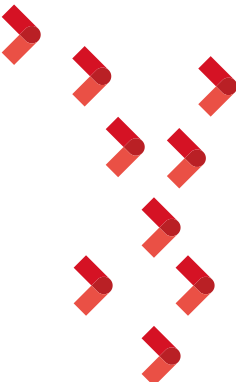




Zuwachs in Umsatz und Ergebnis: **Witt-Gruppe behauptet sich im ersten Geschäftshalbjahr 2023/24 gegen den Markttrend**

Musste die Witt-Gruppe im Geschäftsjahr 2022/23 noch einen Umsatzrückgang verzeichnen, legte der Umsatz im ersten Geschäftshalbjahr 2023/24 bereits wieder zu. Mit einem Umsatzwachstum in Höhe von 2,2 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum trotzte das Unternehmen dem allgemeinen Branchentrend. Auch das Ergebnis lag über dem Vorjahr. „Unsere Sortimente werden von den Kund*innen sehr gut angenommen“, so das Fazit von Patrick Boos, CEO der Witt-Gruppe. Durch die positiven Zahlen fühlt sich das Weidener Unternehmen in seinem Kurs bestätigt. Der Katalog bleibt weiterhin eine wesentliche strategische Erfolgskomponente; parallel treibt die Witt-Gruppe zudem den Ausbau ihrer Onlineshops weiter voran. „Wir profitieren dabei von dem hohen Bekanntheitsgrad unserer Marken WITT WEIDEN und heine bei unserer Kundin“, sagt Boos.

Bemerkenswert sind die Umsätze der Vertriebsmarke heine über alle Länderaktivitäten hinweg. Der Umsatz wuchs um 7,6 Prozent im Vergleich zum ersten Geschäftshalbjahr 2022/23. Ebenfalls erfreulich: die Entwicklung des Stationärbereichs. Während sich



der Einzelhandel sichtbar wandelt und unter Druck gerät, erweisen sich die WITT WEIDEN-Filialen als sehr erfolgreich. Um 10,9 Prozent stieg deren Umsatz gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Auch in das Filialnetz investiert die Witt-Gruppe weiter: Anfang September eröffnete in Dingolfing eine neue Filiale, das bisherige Outlet in Neuburg wurde in ein Fachgeschäft umgewandelt und in Schwäbisch Gmünd wechselte WITT WEIDEN in neue, barrierefreie Räume. „In unseren Filialen legen wir besonderen Wert auf eine gute Qualifizierung unserer Mitarbeitenden, damit sie unseren Kund*innen den Service bieten können, für den wir bekannt sind“, sagt Werner Bodensteiner, Bereichsleiter Stationärvertrieb. „Ich bin stolz auf meine 600-köpfige Mannschaft, die immer mit Herzblut bei der Sache ist!“

Über heine

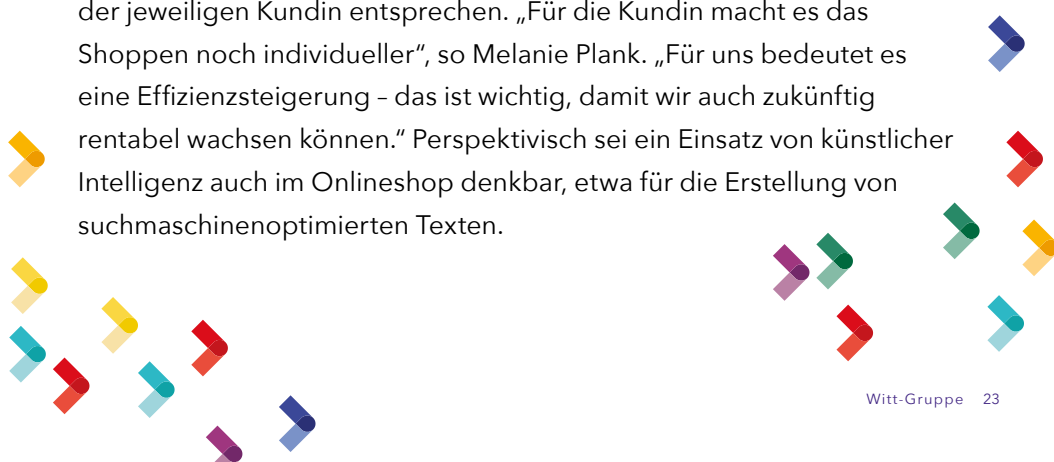
heine ist eine durch und durch feminine Modemarke und wurde 1951 von Karl Heinrich Heine in Karlsruhe gegründet. Neben Deutschland ist heine auch in Österreich, der Schweiz, Frankreich und den Niederlanden vertreten. Rund 350 Mitarbeitende sind derzeit am Firmensitz Karlsruhe beschäftigt. Der stark frequentierte 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.



E-Commerce-Geschäft: Gamification und erste Anwendungsfälle für künstliche Intelligenz

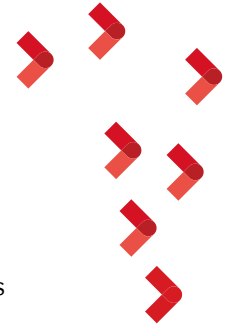
Im Vergleich zum Gesamtumsatz überproportional gewachsen ist das E-Commerce-Geschäft der Witt-Gruppe im ersten Geschäftshalbjahr 2023/24. Rund 242 Mio. Euro hat die Witt-Gruppe zwischen März und August über alle Marken und Länder hinweg online umgesetzt – ein Plus von neun Prozent zum Vorjahr. Der Onlineanteil am Gesamtumsatz liegt damit bei rund 41 Prozent. Einen weiteren Push erhofft sich das Unternehmen von zwei neuen Ansätzen, die derzeit erstmals getestet werden: dem Einsatz von künstlicher Intelligenz im E-Mail-Marketing und einem Gamification-Ansatz in der Shopping-App.

„Wir entwickeln momentan in Zusammenarbeit mit der Otto Group vielversprechende Ansätze im KI-Bereich“, sagt Melanie Plank, Bereichsleiterin Digital Marketing & Products. Ein erster Anwendungsfall ist die automatisierte Erstellung eines Newsletters der Marke heine. Dieser wird mithilfe von künstlicher Intelligenz mit denjenigen Angeboten bestückt, die den Farb- und Sortimentsvorlieben der jeweiligen Kundin entsprechen. „Für die Kundin macht es das Shoppen noch individueller“, so Melanie Plank. „Für uns bedeutet es eine Effizienzsteigerung – das ist wichtig, damit wir auch zukünftig rentabel wachsen können.“ Perspektivisch sei ein Einsatz von künstlicher Intelligenz auch im Onlineshop denkbar, etwa für die Erstellung von suchmaschinenoptimierten Texten.





Einkaufen per App ist auch bei den Kund*innen der Witt-Gruppe angesagt - diese Tatsache macht sich das Team um Melanie Plank mit einem neuen Gamification-Ansatz zunutze. Über ein externes Tool werden ohne zusätzlichen Programmieraufwand etwa Geschicklichkeitsspiele in die App integriert. „Unsere Erfahrung im Print zeigt uns, dass Spielerisches durchaus relevant für unsere Kund*innen ist - zum Beispiel so etwas wie Rubbelfelder“, sagt Melanie Plank. „Dieses Wissen können wir auf den E-Commerce übertragen.“ Wer sich in den Spielen gut macht, kann Gutscheine erhalten oder Artikel günstiger bekommen. „Ziel ist es, unseren Kund*innen die Vorteile unserer App aufzuzeigen, denn die App bietet auch uns Chancen - unter anderem, weil wir darüber sehr einfach Push-Marketing betreiben können“, erläutert Melanie Plank. Rund 8,7 Prozent des Onlineumsatzes gehen auf die Shopping-Apps zurück; die Anzahl aller App-User belief sich im ersten Geschäftshalbjahr auf 1,1 Millionen, was einem Plus von 66 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum entspricht.



Zum Weiterhören

Für die Zielgruppe 50plus sind digitale Medien so relevant wie nie zuvor. In unserem Podcast sprechen wir darüber, wie man die Frau in der zweiten Lebenshälfte am besten erreicht, wie sie sich in ihrem Nutzerverhalten von jüngeren Zielgruppen unterscheidet und wie sie zu Influencer*innen steht.





Arbeiten aus dem Urlaubsland: „Workation“-Möglichkeit für Mitarbeitende der Witt- Gruppe

Gute Ideen wie etwa für den Einsatz von KI im Unternehmen entstehen oft, wenn man die Umgebung wechselt und andere Eindrücke auf sich wirken lässt.

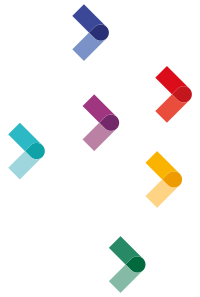
Mitarbeitende der Witt-Gruppe haben deshalb seit Anfang 2023 die Möglichkeit, an 30 Tagen im Jahr ins Ausland zu reisen und von dort aus zu arbeiten. „Workation“ ist für sie möglich in allen Ländern der EU und der Europäischen Freihandelszone EFTA; aus arbeitsrechtlichen Gründen sind die Schweiz und Belgien

Mitarbeiter Bastian Wipfler bei seinem Workation-Aufenthalt auf Mallorca.
Foto: Roland Wipfler



ausgenommen. Denn: „Warum nicht?“ findet Gesa Sewtz, Bereichsleiterin Human Resources. „In einer hybriden Arbeitswelt, in der manche Mitarbeitende ins Büro kommen und andere lieber von zuhause aus arbeiten, ist das für mich der logische nächste Schritt: Das Reisen – auch ins Ausland – mit dem Job zu verbinden. Und unsere Mitarbeitenden haben sich hierfür eine Lösung gewünscht.“

Bei den Rahmenbedingungen folgt die Witt-Gruppe den Empfehlungen der Otto Group, zu der das Unternehmen seit 1987 gehört. So sollen etwa Mitarbeitende, die einer arbeitsplatzgebundenen Tätigkeit nachgehen, kein Gefühl der Benachteiligung entwickeln – u.a. deshalb die zeitliche Begrenzung. Erste Erfahrungen zeigen, dass das Angebot gut angenommen wird und Mitarbeitende einen Mehrwert erkennen. Bestenfalls erheitern die Erzählungen der Workation-Tester, sobald diese zurück im Büro sind, so manche Mittagsrunde. Sodass die neuen Perspektiven beim Arbeiten vielleicht auch zu neuen Ideen für die Witt-Gruppe führen!





Küchenschefin Ilona Fiala in der neuen Küche.

Große Investition: Witt-Gruppe weht neue Betriebsküche ein

Um den Campus noch attraktiver zu gestalten und Mitarbeitenden „die beste Zeit im Job“ zu bieten, investiert die Witt-Gruppe insgesamt fünf Millionen Euro in den Bau einer neuen Betriebsgastronomie.

Mit Einweihung der hoch technisierten Betriebsküche feierte das Unternehmen im Frühjahr 2023 einen wichtigen Schritt auf seinem Weg zum neuen Betriebsrestaurant, dem künftigen Mittelpunkt des Campus. Für Jürgen Angstmann, Geschäftsführer Services, handelt es sich bei diesem Projekt um eine Herzensangelegenheit: „Das Wohl unserer Mitarbeitenden liegt uns als Geschäftsführung sehr am Herzen. Wir wollen daher eine hochwertige Gastronomie mit

Erlebnischarakter schaffen, die weit über reine Verpflegung hinausgeht. Unser Betriebsrestaurant soll vielmehr ein Ort der Begegnung und des Austausches sein.“

In der neuen Küche können die dortigen Arbeitsabläufe bestens an die hybride Arbeitswelt angepasst werden. „Unsere Mitarbeitenden kommen dank der neuen Kochweise in den Genuss frischerer und gesünderer Speisen“, erklärt Kerstin Harms-Sudarma, Bereichsleiterin Facility Management, die Vorteile. „Außerdem können wir besser auf die saisonale Verfügbarkeit von Zutaten sowie personelle Engpässe reagieren.“ Das Konzept passt zudem optimal zur neuen, hybriden Arbeitswelt, in der die Anwesenheitsquote auf dem Campus je nach Wochentag stark variiert. „Montag und Freitag sind frequenzschwache Tage, an denen wir eine geringere Nachfrage verzeichnen“, so Harms-Sudarma. „Wir können also beispielsweise den Freitag nutzen, um für die nächste Woche vorzukochen und so die Abläufe in der Küche entzerren.“

Für Januar 2024 ist die Eröffnung des neuen Betriebsrestaurants geplant, das künftig nicht nur Ort des Genusses sein, sondern auch zum Verweilen und zur Zusammenarbeit einladen soll. Mitarbeitende erhalten beispielsweise ganztägig kleinere Speisen und Getränke an der „Wittalbar“, dank Separees und Co-Working-Spaces können Kolleg*innen im Betriebsrestaurant auch arbeiten. Somit folgt das neue Betriebsrestaurant dem Ansatz des Activity Based Workings bei der Witt-Gruppe und fügt sich optimal in die modernen, neuen Bürowelten des Unternehmens ein. Dank offener Konzepte mit Clean Desk und freier Platzwahl sowie Rückzugsmöglichkeiten können Mitarbeitende Arbeitsort und -platz je nach Tätigkeit und Aufgabe beliebig wechseln. Damit schafft das Unternehmen beste Voraussetzungen für eine stärkere interdisziplinäre Zusammenarbeit, Vernetzung und produktiveres Arbeiten.

„Mehr denn je kommt es darauf an, gemeinsam Lösungen für die großen Herausforderungen unserer Zeit und Branche zu finden. Deswegen geht all unsere Energie da hin, Impulse zu geben und Rahmenbedingungen zu schaffen, die Innovation und Veränderungskompetenz fördern und den Kolleg*innen die Möglichkeit bieten, sich persönlich und im Team immer weiterzuentwickeln.“

- Gesa Sewtz,
Bereichsleiterin HR



Auszeichnung: **Witt-Gruppe verdient sich erneut „Top-Arbeitgeber“-Status**

Getreu ihrem Arbeitgeber-Slogan „Für die beste Zeit im Job“ hat sich die Witt-Gruppe 2023 zum elften Mal in Folge als Top-Arbeitgeber im Ranking des Magazins FOCUS positioniert. Im Bereich „Handel und Konsum“ schaffte es das Weidener Unternehmen auf Platz 11. 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 die Witt-Gruppe Platz 110 und liegt damit zum Beispiel vor der Porsche AG, der

CHECK24 Vergleichsportal GmbH oder der Infineon Technologies AG. Unter anderem kann die Witt-Gruppe bei ihren Mitarbeitenden mit mobilem Arbeiten und flexiblen Arbeitszeiten sowie einem Activity Based Working Konzept auf dem Campus punkten – das bedeutet, dass sich die Mitarbeitenden den Arbeitsplatz aussuchen können, der am besten zu ihren aktuellen Aufgaben passt. Seine offene und vertrauensvolle Unternehmenskultur bezeichnet das Unternehmen als seinen emotionalen Anker. Diese wird nicht nur auf dem Campus in Weiden und Karlsruhe tagtäglich gelebt, sondern auch remote in der virtuellen Zusammenarbeit.



Oberbürgermeister Jens Meyer, Musikschulleiter Thorsten Willecke und Patrick Boos trafen sich zur Übergabe des Spendenschecks bei der Witt-Gruppe (v. l.).



Zum Weiterhören

Laut einer Auswertung der Arbeitgeberbewertungsplattform kununu bietet die Witt-Gruppe die besten Praktika Deutschlands. Was das Unternehmen so attraktiv für Praktikant*innen und Werkstudierende macht, ergründen wir in unserem Podcast.



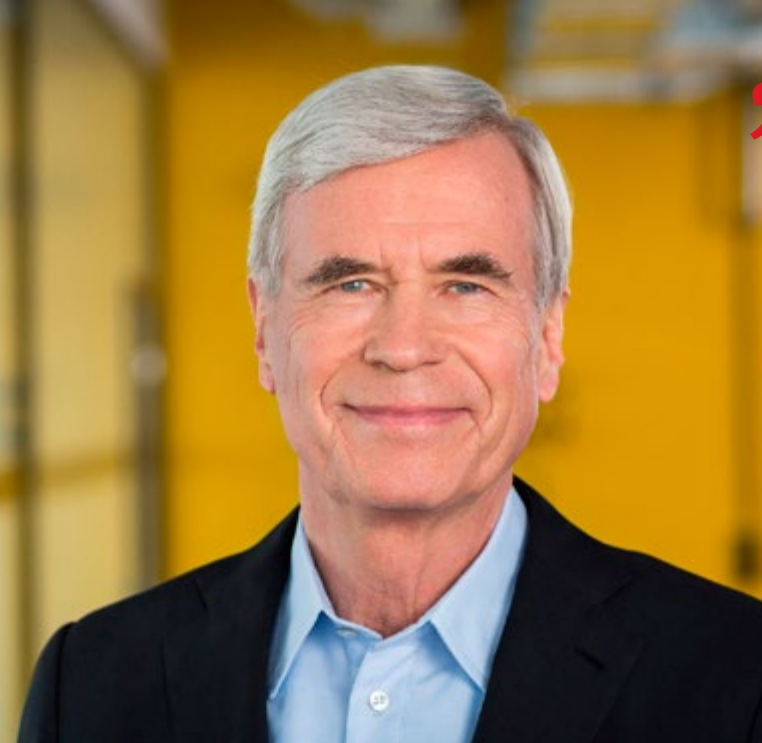
In einer weiteren Folge sprechen wir über die Generation Z. Für sie verlieren Job, Status und Arbeitgeber zunehmend ihren Stellenwert. Doch worauf achten junge Menschen heute bei der Jobsuche – und warum sind sie für den Erfolg der Witt-Gruppe so unverzichtbar?



Eine ganz andere Zielgruppe: **Hilfen spenden, wo sie gebraucht wird**

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. Dabei unterstützt die Witt-Gruppe vor allem Kinder und Jugendliche in der Region, denen der Zugang zu Bildung und Erziehung erschwert ist.

Mit 20.000 Euro finanziert das Unternehmen die musikalische Früherziehung und Blasinstrumentenunterricht durch die städtische Musikschule Franz-Grothe-Schule. Damit ermöglicht die Witt-Gruppe zum dritten Mal in Folge Schüler*innen der Gerhardinger-Grundschule in Weiden einen besonderen Musikunterricht. „Es freut uns sehr, dass wir mit unserer Spende Kindern unabhängig von ihrer sozialen und kulturellen Herkunft weiterhin



„Soziales Engagement und ein faires Miteinander halte ich für tragende Säulen unserer Gesellschaft. In der Unternehmenstätigkeit der Otto Group finden sich diese Werte wieder.“-
Prof. Dr. Michael Otto,
Vorsitzender des Aufsichtsrates der Otto Group

Patrick Boos tauscht sich mit Holger Hassel, Leiter des SOS-Kinderdorf Immenreuth, über das geförderte Projekt und die Arbeit der Einrichtung aus (v. l.).

das Musizieren ermöglichen können“, sagt Patrick Boos, Vorsitzender der Geschäftsführung der Witt-Gruppe. Pünktlich zum Beginn des neuen Schuljahres 2023/24 traf sich Boos mit Thorsten Willecke, Leiter der Franz-Grothe-Schule, und Oberbürgermeister Jens Meyer zur Scheckübergabe in der Weidener Firmenzentrale. „Ohne die Spende der Witt-Gruppe hätten wir das Projekt auf keinen Fall fortsetzen können“, sagt Willecke. „Wir sind begeistert, wieder diese großzügige Unterstützung zu erhalten.“ Die Spende der Witt-Gruppe dient dem anteiligen Ausgleich der Unterrichtsgebühren. Auch in den kommenden Jahren möchte das Unternehmen in den Unterricht der Franz-Grothe-Schule investieren und so die Kooperation am Leben halten.

Ein Betrag von 22.500 Euro ging an den SOS-Kinderdorf e.V., womit die schulische Förderung des SOS-Kinderdorfs Oberpfalz unterstützt wird. Die Summe stammt aus den Erlösen der vorangegangenen Weihnachtsaktion für WITT WEIDEN-Kund*innen, bei der ein Aktionsartikel für den guten Zweck

verkauft wird. Die Witt-Gruppe und das SOS-Kinderdorf Oberpfalz blicken auf eine lange Historie zurück. Seit Kooperationsbeginn mit dem SOS-Kinderdorf e.V. im Jahr 2004 floss eine Fördersumme in Höhe von 148.000 Euro nach Immenreuth. Insgesamt kamen in den knapp 20 Jahren als Kooperationspartner von SOS-Kinderdorf über 580.000 Euro für die Unterstützung von sozial benachteiligten Kindern und Familien zusammen. Finanziert wurden damit unterschiedliche Projekte - vom sozialen Mittagstisch über Renovierungen, Bauprojekte und Sanierungen bis zur Mutter-/Vater-/Kind-Wohngruppe oder Kinder- und Jugendtreffs. „Mit dem SOS-Kinderdorf Oberpfalz haben wir eine langjährige, vertrauensvolle Verbindung“, so Patrick Boos. „Es war mir daher ein besonderes Anliegen, mir selbst ein Bild von der Einrichtung zu machen und zu sehen, was unter anderem mit der finanziellen Unterstützung der Witt-Gruppe über die Jahre geschaffen wurde.“ Einrichtungsleiter Holger Hassel freute sich über den Besuch aus Weiden: „Der Besuch von Herrn Boos ist für mich ein Zeichen der Wertschätzung und beweist, welchen Stellenwert die Arbeit unserer Einrichtung für die Witt-Gruppe besitzt.“



Fakten über die Witt-Gruppe

Mit 21,9 Millionen Kund*innen weltweit, einem Umsatz von 1,178 Mrd. Euro (IFRS) im Geschäftsjahr 2022/23 und einem Onlineanteil von rund 41 Prozent zählt die Witt-Gruppe zu den führenden textilen Omnichannel-Unternehmen für die Zielgruppe 50plus. Die Unternehmensgruppe ist derzeit mit neun Marken in zehn Ländern, darunter die 1907 gegründete Marke WITT WEIDEN, sowie mit 22 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: 2023 wurde das Unternehmen zum elften Mal in Folge als Top-Arbeitgeber ausgezeichnet. Seit 1987 ist das Unternehmen mit Sitz in Weiden Teil der Otto Group. 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.