



**Wachstum.  
Transformation.  
Kulturwandel.**  
Unser Jahr 2019

- 
- Wachstum
  - Transformation
  - Kulturwandel

„Wachstum, Transformation, Kulturwandel“  
- mit diesen Schlagworten lässt sich das Jahr 2019  
für die Witt-Gruppe bestens beschreiben.

Was tun wir, um unsere Entwicklung in diesen  
Bereichen voranzutreiben?



# Wer ist die Witt-Gruppe?

Die Witt-Gruppe mit Sitz in Weiden in der Oberpfalz steht für die beste Zeit des Lebens – ihrer Kundinnen, aber auch ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

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 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern die beste Zeit ihres Lebens: Ein modernes Arbeitsumfeld und eine offene Unternehmenskultur erlauben es grundsätzlich jedem, sein Potential zu entfalten und durch sein Engagement aktiv zum Unternehmenserfolg beizutragen.

Mit rund 3.200 Mitarbeitern 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 mehr als 52.000 Menschen beschäftigt. Mit einem klaren Leitbild und dem Rückhalt aus dem Konzern gehen wir unseren Weg in Richtung Zukunft.

# ➤ Wachstum

## Geschäftsjahr 2018/19 und Festhalten an Wachstumsstrategie

**Trotz schwieriger Marktbedingungen hat die Witt-Gruppe das Geschäftsjahr 2018/19 mit einem Umsatz von 816 Millionen Euro nach IFRS und damit annähernd auf Vorjahresniveau abgeschlossen.**

Aufgrund des Wetters war das Jahr 2018 für die gesamte Textilbranche eine besondere Herausforderung gewesen. „Auch wir sind hinter unseren deutlich ehrgeizigeren Plänen verblieben“, berichtet Wolfgang Jess, Vorsitzender der Geschäftsführung der Witt-Gruppe. „Der Anlauf 2019 dagegen ist sehr erfreulich und voraussichtlich werden wir in diesem Geschäftsjahr dank unserer gemeinsamen Anstrengungen wieder gute Ergebnisse erzielen. Zudem verzeichnet die Witt-Gruppe weiterhin eine für den textilen Einzelhandel überproportional hohe Rendite.“

**Vor diesem Hintergrund halten wir nach wie vor an unserer langjährigen Wachstumsstrategie fest.** „Wir bekennen uns weiterhin zu unserem traditionell hohen Wachstumsanspruch“, bekräftigt Jess. „Wir wollen unseren Marktanteil in der Zielgruppe 50plus ausbauen. Dafür investieren wir kräftig in unsere Marken und Märkte, die Online-Transformation sowie in die Logistikkapazitäten am Standort Weiden.“ Besonders die geburtenstarken Jahrgänge der sogenannten Babyboomer – die aktuelle Generation 50plus also – will die Witt-Gruppe zukünftig noch stärker für ihre Marken gewinnen.



**Jürgen Angstmann (Geschäftsführer Services), Stefanie Zühlke-Schmidt (Geschäftsführerin Einkauf) und Wolfgang Jess (Geschäftsführer Vertrieb & Human Resources und Vorsitzender der Geschäftsführung, v.l.).**



## Markteinstieg in der Slowakei

**Dass die Witt-Gruppe Kurs halten will, zeigt auch der im Mai erfolgte Einstieg in den slowakischen Markt.** „Wir gehen beim Thema Internationalisierung konsequent den nächsten Schritt“, erklärt Jess dazu. Slowakische Haushalte erhalten seit Mai 2019 den Witt-Katalog. Wie unter anderem bereits in Österreich, Frankreich, Großbritannien, Tschechien und den Niederlanden, firmieren wir in der Slowakei unter der Marke WITT International. Über Katalog und Online-Shop können Mode und Wäsche bestellt werden. Nach dem erfolgreichen Einstieg in die USA im Jahr 2016 ist der slowakische Markt nun die nächste Stufe in unserer Internationalisierungsstrategie.

**Die Slowakei bietet rund 1,1 Millionen Kundinnen der Zielgruppe 50plus.** Mit der Marke WITT International präsentiert die Witt-Gruppe ihren noch sehr offline-affinen slowakischen Kundinnen ein Sortiment mit vielen Spezialgrößen und exzellenter Passform, das auf vielseitige Kundenwünsche ausgelegt ist. Bei der Bedienung des slowakischen Marktes nutzen wir Synergien und profitieren von Erfahrungswerten, die bei der Erschließung des tschechischen Marktes gewonnen wurden. Dort begeistert die Witt-Gruppe bereits seit 2009 ihre Kunden. Die Erschließung des slowakischen Marktes wird zudem zum Erreichen des Wachstumsziels von 1,4 Milliarden Euro Umsatz im Jahr 2025 beitragen.



Das Warenverteilzentrum der Witt-Gruppe mit seinen vier Baustufen.

## Baustufe IV unseres Warenverteilzentrums

**Um das wachsende Sendungsvolumen zu meistern und den Kundenansprüchen im Hinblick auf Service und Lieferzeiten gerecht zu werden, baut die Witt-Gruppe erneut ihren Logistikstandort aus.** Bis 2022 investieren wir weitere rund 42 Millionen Euro in unser Warenverteilzentrum in Weiden West. Mit der inzwischen vierten Baustufe erweitern wir unsere Kapazitätsgrenze, schaffen die Grundlage für die weitere Expansion und unternehmen einen erneuten Schritt zur Standortsicherung. „Markenausbau und Internationalisierung führen zu einem starken Mengenzuwachs. Zusätzlich machen die steigenden Serviceanforderungen im Rahmen unserer Online-Transformation die erneute Erweiterung unseres Verteilzentrums zwingend notwendig“, sagt Jess.



Die Witt-Gruppe ist ein wichtiger Arbeitgeber in unserer Region

Für eine deutlich verbesserte Lieferzeitleistung investiert die Witt-Gruppe zunächst 30 Millionen Euro in ein neues Gebäude sowie neue Technik. „Wir erweitern mit einem neuen Sorter unseren Sendungsausgang und integrieren unser prozessoptimiertes Hängekonfektionslager“, erläutert Roland Dietz, Bereichsleiter Logistik. „Kommt es zum erwarteten Mengenzuwachs, bauen wir im zweiten Schritt für etwa 15 Millionen Euro unsere Packerei aus. Zu Spitzenzeiten werden wir damit 180.000 Sendungen täglich abwickeln können – derzeit sind es 120.000.“ Nach Projektabschluss wird die Witt-Gruppe rund 140 Millionen Euro in ihr Warenverteilzentrum investiert haben. „Unser Ziel ist: Wir wollen bei immer individuelleren Bedürfnissen unserer Kunden den zukünftigen Erfolg via Katalog, Online sowie Filialen sichern“, erklärt Wolfgang Jess.

Durch die Erweiterung werden zudem rund 30 neue Arbeitsplätze entstehen. „Die Witt-Gruppe ist ein wichtiger und bedeutender Arbeitgeber in unserer Region“, betonte Kurt Seggewiß, Oberbürgermeister der Stadt Weiden, beim Spatenstich im Oktober 2018. „Durch den Ausbau am Brandweiher ist sie ein Vorbild für andere Unternehmen und stärkt den Wirtschaftsstandort Weiden.“



## Erweiterung des Markenportfolios

**Auf die Wachstumsstrategie der Witt-Gruppe zählt auch die Einführung der neuen Marke création L Premium ein.** „Hinter création L Premium steht der Ansatz, eine eigene hochwertige Mode-Linie erfolgreich in dem hochpreisigen Marktsegment zu etablieren. Zielgruppe ist die Kundin 50plus, die hochwertige Kleidung über den Versandhandel bezieht“, erklärt Tolga Bitikcioglu, Bereichsleiter Sourcing. Mitte September ist die Marke mit ersten Beilegern in den Katalogen der bereits bestehenden Marke création L an den Start gegangen.

**Ab Dezember 2019 wird zudem die bekannte Heinrich Heine GmbH aus der Witt-Gruppe heraus gesteuert und heine als eigenständige Marke in das Handelskonzept des Weidener Unternehmens integriert.** Diese Entscheidung hat der Vorstand der Otto Group auf seiner Vorstandssitzung getroffen. Mit der Übernahme soll die herausfordernde Ausgangssituation von heine im Einklang mit der fokussierten Wachstumsstrategie der Otto Group gelöst und letztendlich eine Rückkehr zur Profitabilität möglich werden. Der Standort Karlsruhe sowie die Marken heine und helline (Frankreich) sollen dadurch langfristig erhalten werden.

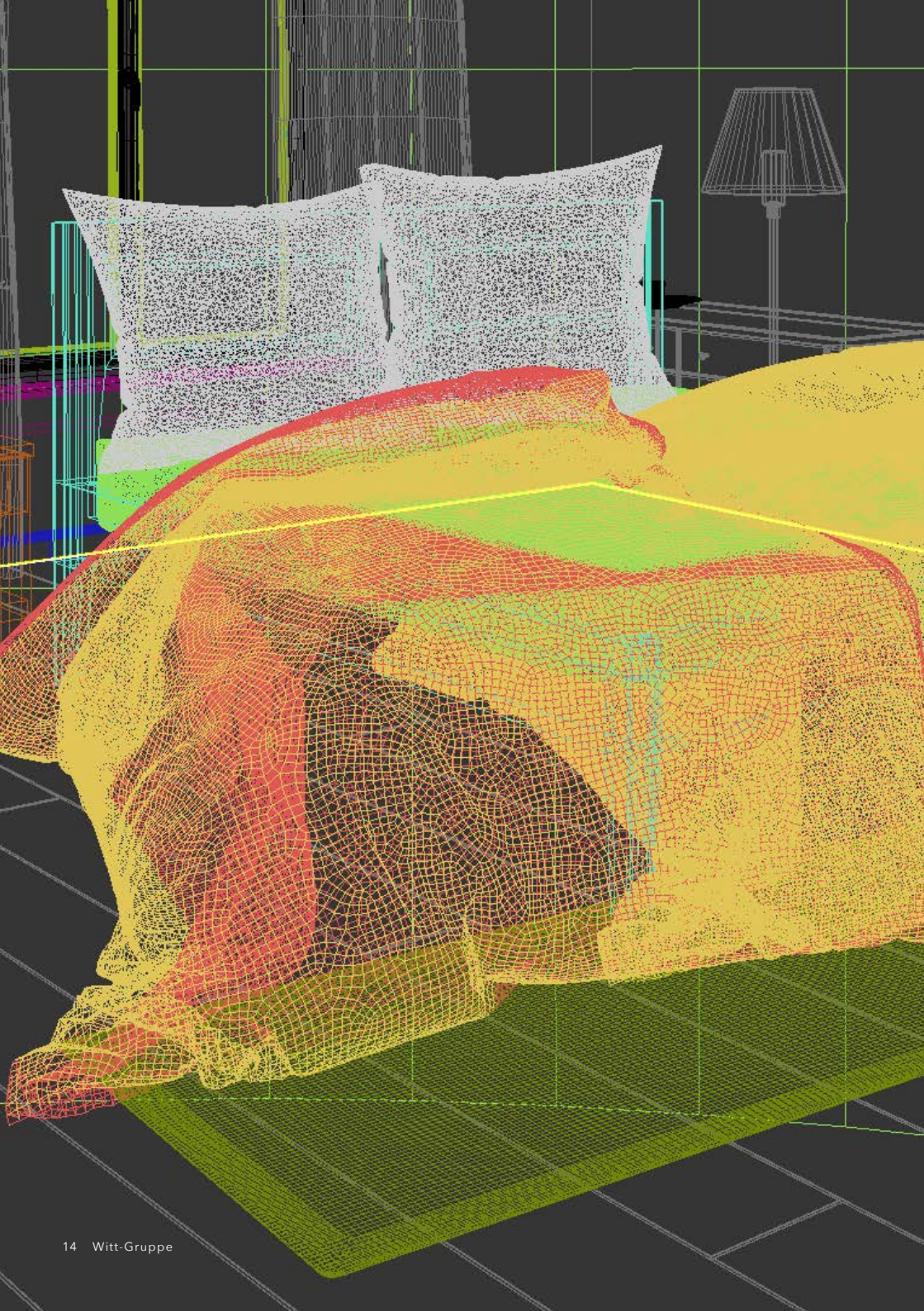
## heine helline

**Durch die Integration von heine sollen der Umsatz gesteigert, Kosten reduziert, die Sortimentsproduktivität erhöht und Synergien genutzt werden.** heine wird zum Beispiel über die Realisierung günstigerer Einkaufspreise vom Verbund mit der Witt-Gruppe profitieren. Die Witt-Gruppe ergänzt über heine ihr Markenportfolio 50plus national wie international und stellt sich dadurch in diesem Marktsegment noch breiter und attraktiver auf – ein zusätzlicher Schritt auf dem eingeschlagenen Wachstumskurs und der laufenden Online-Transformation.

**Die Marke heine steht für durch und durch feminine Mode.**







# Transformation





## Zusammenarbeit mit ABOUT YOU im Bereich E-Commerce

**Ein weiterer Treiber für den Erfolg der Witt-Gruppe ist die Zusammenarbeit innerhalb der Otto Group und kürzlich mit der Konzernfirma ABOUT YOU.**

Seit März letzten Jahres arbeitete ein Projektteam der Witt-Gruppe und ABOUT YOU auf Hochtouren an der Umsetzung der Witt Commerce Cloud, die sowohl auf dem leistungsfähigen Backend-Produkt „BACKBONE“ der ABOUT YOU CLOUD als auch auf einem neu entwickelten Shop-Frontend basiert. Anfang Juni ging mit ambria.de der erste unserer Online-Shops auf der neuen E-Commerce Infrastruktur live, was bei einem Besuch der ABOUT YOU-Mitgründer und Co-CEOs Tarek Müller und Sebastian Betz in Weiden gemeinsam gefeiert wurde. „Wir freuen uns sehr, die Witt-Gruppe offiziell als ersten Kunden begrüßen zu können.“

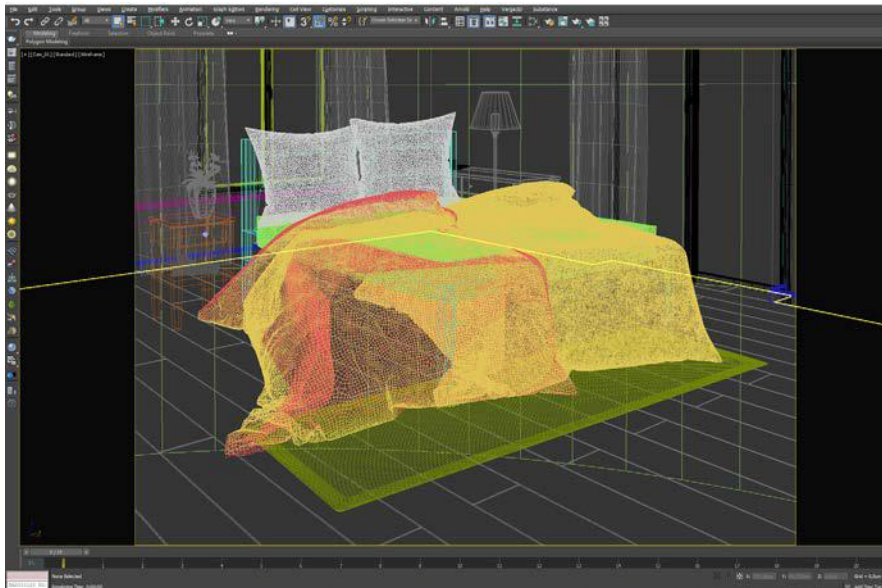
Ein echter  
Quantensprung  
durch ABOUT  
YOU-Lösung

Durch die Impulse in der Zusammenarbeit mit der Witt-Gruppe als professionellem E-Commerce-Partner konnten wir die Qualität unseres Produkts bereits weiterentwickeln“, so Sebastian Betz, Mitgründer, Mitgeschäftsführer und Chief Technical Officer von ABOUT YOU.

**Frank Selbach, Chief Information Officer bei der Witt-Gruppe, erklärt: „Die Umstellung auf die innovative ABOUT YOU-Lösung stellt für uns einen echten Quantensprung dar.** Die Plattform setzt technologisch Maßstäbe – dadurch bieten wir unseren Kunden künftig ein Shopping-Erlebnis auf allen Endgeräten, das auf die individuellen Bedürfnisse und Wünsche unserer Zielgruppe eingeht.“ Bereits heute liegt der Online-Anteil der Witt-Gruppe bei rund 25 Prozent, Tendenz stark steigend. Auch die ersten Shopping-Apps der Marken WITT WEIDEN und Sieh an! werden von den Kundinnen gut angenommen. Gerade die Zielgruppe der Babyboomer ist deutlich online-affiner als vorhergehende Generationen – „deshalb arbeiten wir mit Hochdruck an unserer Online-Transformation und setzen besonders auf unsere jüngeren Marken“, so Wolfgang Jess.

## CGI-Abbildungen im Katalog

Die Digitalisierung macht auch vor den Katalogen der Witt-Gruppe nicht Halt. Bei der Präsentation seiner Ware im Online-Shop und in den Katalogen setzt das Unternehmen vermehrt auf computergenerierte Bilder und ist damit im Textilbereich einer der CGI-Vorreiter. Das Bildmaterial muss nicht aufwendig im Fotostudio in Szene gesetzt und fotografiert werden, sondern wird direkt am Computer erstellt (Computer Generated Imagery). Dabei legen wir den Fokus momentan auf Sortimente ohne Models, wie beispielsweise Bettwäsche. Diese sind mit herkömmlicher Fotografie, bedingt durch Studio-Aufbauten, aufwendig und kostenintensiv. Die Vorteile der Arbeit mit CGI liegen klar in der deutlich schnelleren Abwicklung und den maßgeblichen finanziellen Einsparungen. Seit Ende 2017 werden 100 Prozent des Bettwäsche-Sortiments nicht mehr real fotografiert, sondern per Computer erstellt.



Ein computergeneriertes Bild einer Bettwäsche-Garnitur.



**In ihren Katalogen hat die Witt-Gruppe computergenerierte Bilder erstmalig im Frühjahr/Sommer 2018 eingesetzt.**

CGI-Bettwäsche soll allerdings erst der Anfang sein. Derzeit prüfen wir das Sortiment Tischwäsche auf CGI-Umsetzbarkeit. Außerdem werden Tests mit virtuellen Hintergründen, ähnlich Greenscreen-Verfahren, für die Studio-Fotografie durchgeführt. Branchen- und anwendungsübergreifend wachsen die technischen Möglichkeiten im Rahmen der Digitalisierung weiterhin enorm.





## Neue Arbeitswelten

**Transformiert werden bei der Witt-Gruppe seit Kurzem auch die Arbeitswelten.** Durch die Umgestaltung der Büroräume in der Zentrale in Weiden reagieren wir auf den fortschreitenden Wandel in der heutigen Arbeitswelt. Arbeitsprozesse werden immer komplexer; so nimmt die Projektarbeit in wechselnden Teams ständig zu. Dadurch werden Themen wie Vernetzung und eine andere Art der Zusammenarbeit für das Unternehmen relevant. Das weiß auch Kerstin Harms-Sudarma, Bereichsleiterin Facility Management: „Wenn wir weiterhin gute Ergebnisse erzielen möchten, müssen neue Arten der Zusammenarbeit gefunden werden. Es ist also wichtig, dass sich das

Arbeitsumfeld an diese neuen Bedingungen anpasst.“ Sie gestaltet zusammen mit ihrem Team die Büros bestimmter Bereiche bei der Witt-Gruppe grundlegend um.

**Diese Neuausrichtung des Bürokonzepts nennt sich „Neue Arbeitswelten bei der Witt-Gruppe“. Bisherige Strukturen wie eigene Büros für Bereichsleiter oder feste Arbeitsplätze werden aufgelöst.**

Das Ziel: mehr Platz schaffen und eine leichtere Zusammenarbeit zwischen Fachabteilungen und Mitarbeitern verschiedener Disziplinen ermöglichen. Eine neue Art der Führung spielt dabei eine wichtige Rolle. Zudem wird das Konzept des Desksharings ausprobiert. Beim Pilotprojekt „Neue Arbeitswelten bei der Witt-Gruppe“ werden


20 Prozent der Schreibtische eingespart, um die freigewordenen Flächen für neue, offene Raumkonzepte wie zum Beispiel Team- und Stillarbeitsräume zu nutzen. Damit dennoch jeder Mitarbeiter einen geeigneten Arbeitsplatz findet, greift das Konzept des Desksharings. Ganz individuell kann sich jeder Mitarbeiter seinen Arbeitsplatz je nach Tätigkeitsanforderung und Projekt selbst wählen. Dies erfordert einen hohen Grad an Mobilität, weshalb herkömmliche Desktop-PCs von mobilen Geräten wie Laptop und Tablet abgelöst werden; statt Telefonen gibt es Headsets.



Neue Arbeitswelten bei der Witt-Gruppe.

**Während sich für die Mitarbeiter neue Möglichkeiten in ihren Arbeitsweisen bieten, stehen die Führungskräfte, die am Pilotprojekt teilnehmen, vor einer speziellen Herausforderung.** „Unsere Bereichsleitungen müssen sich auf eine neue Art der Führung einlassen“, erklärt Susan Kröber, Bereichsleiterin Human Resources. „Durch das Aufbrechen der Strukturen und die interdisziplinäre Zusammenarbeit geht der Einfluss der Führungskräfte ein Stück weit verloren. Die Bereichsleiter sitzen nun zwar direkt zwischen den Mitarbeitern, sehen diese aufgrund von Projektarbeiten allerdings nicht mehr regelmäßig. Zudem erfordern Home-Office und die Zusammenarbeit in abteilungsübergreifenden Teams ein höheres Maß an Vertrauen und es müssen Zielvereinbarungen getroffen werden.“ Sollte das Pilotprojekt glücken, werden nach und nach weitere Bereiche auf die neuen Arbeitswelten umgestellt. Je nach Arbeitsanforderung erhalten diese Bereiche eine individuelle Transformation in Sachen Raumgestaltung, technischer Ausstattung und Führungsstrategie.





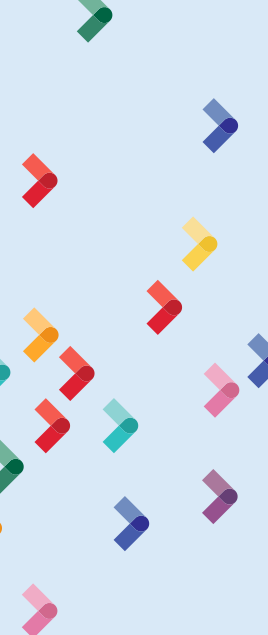
**Das neue Leitbild der Witt-Gruppe begleitet die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter auf ihrer Reise in die Zukunft des Unternehmens.**



## **➤ Kulturwandel**

**Neues Leitbild:  
„Für die beste Zeit des Lebens“**

**Neue Marken und Märkte, der Ausbau der Logistik, neue technische Möglichkeiten und veränderte Arbeitswelten - das alles trägt zum Bestehen der Witt-Gruppe bei, aber das Zentrum des Erfolgs ist die Kundin.** Sinnstiftend für uns ist es, Frauen ab 50 in ihrer Lebensbejahung, ihrem Selbstbewusstsein und ihrer Selbstbestimmung zu bestärken und sie mit tollen Sortimenten und einer guten Portion Herzlichkeit in der „besten Zeit des Lebens“ zu begleiten. Dabei gilt das Leitbild auch intern. Denn die Witt-Gruppe strebt eine Unternehmenskultur an, die für alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter beste Zeiten ermöglicht. Gestärkt durch diese Vision wollen wir unsere Stellung als führendes Omnichannel-Unternehmen 50plus manifestieren.



**Um dieses Ziel in den Köpfen aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu verankern, sind Werte und Unternehmensziele im unternehmenseigenen Leitbild festgeschrieben, das 2018 grundlegend überarbeitet wurde.** Es definiert Anspruch und Handeln der Witt-Gruppe und beschreibt den Weg in eine erfolgreiche Zukunft. Um langfristig erfolgreich zu sein, verfolgt die Witt-Gruppe fünf Ziele: Wachstum, Digitalisierung, Profilierung, Personalisierung und Beschleunigung. Diese Werte dienen als Orientierung auf der Reise in die Zukunft und sind Maßstab des täglichen Handelns. Daneben gibt es zehn Haltungsgrundsätze, die dazu animieren, Dinge zu hinterfragen, Ideen weiterzuentwickeln und Überholtes zu verändern. Alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter arbeiten aktiv und gemeinsam daran, das neue Leitbild Schritt für Schritt zum Leben zu erwecken und so die Zukunft des Unternehmens erfolgreich zu gestalten. Mit unternehmensweiten Aktionen werden die Haltungsätze spielerisch eingeübt.

**Hervorgegangen ist das neue Leitbild aus dem Kulturwandel, der Voraussetzung für die erfolgreiche digitale Transformation der Witt-Gruppe ist und im Herbst 2016 bei der Witt-Gruppe startete.**

Die Digitalisierung stellt die (Handels-)Welt auf den Kopf und hat das Informations- und Kommunikationsverhalten sowie das Einkaufsverhalten massiv verändert (Transformation). Das Wettbewerbsumfeld wird immer dynamischer. Um dieser Entwicklung gerecht zu werden, müssen bisherige Prozesse, Denkmuster und Verhaltensweisen hinterfragt werden. Dazu gehören Mut, Eigenverantwortung, Perspektivwechsel, Offenheit für Ideen, eine veränderte Diskussions- und Fehlerkultur, kurze Entscheidungswege und neue Formen der Zusammenarbeit. Das Beherrschen neuer Technologien und die Kraft der Vielfalt sind wichtige Treiber für die digitale Transformation. „Der Kulturwandelprozess sowie das neue Leitbild sorgen in der Mannschaft für die nötige Haltung, um die ehrgeizigen Wachstums- und Transformationsziele der Witt-Gruppe umzusetzen. Nur wer bereit ist für Veränderungen, wird langfristig erfolgreich sein und bleiben – und wir werden dazugehören“, zieht Wolfgang Jess sein Fazit.





# Die Kundin im Mittelpunkt

**Trotz aller Ziele: Erfolgreich wird die Witt-Gruppe nur mit Kundinnen sein, die sich wohlfühlen. Ein hauseigenes Uselab hilft, die Kundinnen und ihre Bedürfnisse besser zu verstehen.**

➤ Um dies zu erreichen, beteiligen wir unsere Kundinnen an der Entwicklung unserer Onlineshops. In sogenannten Sessions erhalten die eingeladenen Teilnehmerinnen Aufgaben, die sie im Online-Shop lösen. Auf den Prüfstand gestellt wird nicht die Kundin, sondern die Qualität des Shoppererlebnisses. Ein Uselab ist also nicht etwa eine Meinungsumfrage, sondern bietet die Möglichkeit, Nutzerprobleme zu identifizieren. Auch Geräte wie Smartphones oder Tablets, Apps, Software oder Prototypen zukünftiger Shops und Anwendungen können in dem Uselab getestet werden. „Insgesamt bewegen sich die Online-Shops der Witt-Gruppe bei Themen der Benutzerfreundlichkeit bereits auf hohem Niveau. Wir orientieren uns in der Entwicklung stets am Leitsatz ‚Mobile First‘ und programmieren deswegen Anwendungen direkt für mobile Endgeräte, wie beispielsweise Smartphones. Zudem entwickeln wir immer speziell für unsere Zielgruppe“, so Felix Kastner, Junior UX Manager bei der Witt-Gruppe. Die Bemühungen, unseren Kundinnen das bestmögliche Shoppererlebnis zu bieten, zahlen sich aus: Der WITT WEIDEN-Onlineshop wurde bereits zwei Mal in Folge, 2018 und 2019, vom Focus als TOP Online-Shop ausgezeichnet.

**Mit einer großen Kundinnen-Messe hat es die Witt-Gruppe im Oktober 2019 geschafft, allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern die Kundin noch näher zu bringen.**

➤ 15 Fachbereiche ließen in der Max-Reger-Halle in Weiden eine regelrechte Erlebniswelt mit Ständen, Filmen, Umfragen und Ratespielen entstehen. 850 Teilnehmerinnen und Teilnehmer erfuhren in einem Querschnitt aus Marketing, Vertrieb, Logistik und Kundenservice, was ihre Kolleginnen und Kollegen tagtäglich für die Kundin leisten. In die Köpfe und Herzen der Kundinnen schauen und sich selbst und den anderen die wachsenden Herausforderungen mit einer sich stetig verändernden Kundengruppe bewusst machen – das haben unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit der Veranstaltung mehr als erreicht.



## Der Mensch macht's: KoMiMa und Diversity-Engagement



**Mut, eine offenere Diskussionskultur und eine veränderte Betrachtung von Fehlern – darum geht es bei der Initiative „Konflikt- und Mitgestaltungskultur“ (KoMiMa), die Geschäftsführerin Stefanie Zühlke-Schmidt Mitte 2017 ins Leben rief.** Die eigene Haltung trainieren, Kommunikation üben und richtig Feedback geben sind die Kerninhalte der Initiative. Sie ins Unternehmen zu tragen, ist Aufgabe der rund 150 Kommunikations- und Mitgestaltungsmanager – Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die mit einer Schulung Methoden und Handwerkszeug zum Thema Feedback erlernten.

**Dabei bringt jeder einzelne individuelle Stärken mit. Dass diese wertgeschätzt werden müssen und ein Unternehmen davon nur profitieren kann, das zeigte die Witt-Gruppe mit ihrem Engagement zum Thema Diversity.** An zwei Aktionstagen im Juli konnten sich alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an sechs Ständen über die Dimensionen von Diversity nach der Charta der Vielfalt (Arbeitgeberinitiative zur Förderung von Vielfalt in Unternehmen und Institutionen) informieren. Diese Dimensionen sind Alter, Geschlecht, sexuelle Orientierung, Religion, Behinderung und ethnische Herkunft.



Zusätzlich wurden Mitmach-Aktionen angeboten, um nachhaltig erlebbar zu machen, was es beispielsweise bedeutet, blind zu sein. „Mit den beiden Tagen wollen wir uns als Unternehmen klar zu Vielfalt und Toleranz bekennen. Uns ist wichtig, dass wir Menschen nicht nach ihrem Äußerem, ihrem Denken oder ihrem Geschlecht bewerten, sondern, dass wir jeden so akzeptieren wie er ist. Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter erhalten zudem Informationen rund um unsere Lieferanten und Kunden. Vielen ist beispielsweise nicht immer bewusst, aus wie vielen verschiedenen Ländern unsere Lieferanten kommen“, so Stefanie Zühlke-Schmidt, Geschäftsführerin Einkauf und Schirmfrau der Veranstaltung. „Durch diese intensive Auseinandersetzung mit dem Thema Vielfalt wollen wir noch mehr Toleranz und Verständnis füreinander schaffen.“ Im Mai 2020 ist anlässlich des 8. Deutschen Diversity-Tags eine erneute Veranstaltung geplant.

**Individuelle  
Stärken  
schätzen!**





## Fakten über die Witt-Gruppe

Mit 15,6 Millionen Kunden europaweit, einem Umsatz von 816 Millionen Euro (IFRS) im Geschäftsjahr 2018/19 und einem Onlineanteil von rund 25 Prozent zählt die Witt-Gruppe zu den führenden textilen Omnichannel-Unternehmen für die Zielgruppe 50plus. Die Unternehmensgruppe ist derzeit mit acht Marken in elf Ländern, darunter die 1907 gegründete Marke WITT WEIDEN, sowie in 17 Online-Shops aktiv. Die Witt-Gruppe ist mit rund 3.200 Mitarbeitern nicht nur einer der größten Arbeitgeber der Oberpfalz, sondern auch einer der beliebtesten Deutschlands: 2019 wurde das Unternehmen zum siebten 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](http://www.witt-gruppe.eu).

Stand: November 2019

**Pressekontakt:**

Judith Weigl

Corporate Communication

0961/400-1355

[Judith.Weigl@witt-gruppe.eu](mailto:Judith.Weigl@witt-gruppe.eu)



**Für die beste Zeit des Lebens.**