



**Wachstum.
Transformation.
Kulturwandel.**
Unser Jahr 2024

- Wachstum
- Transformation
- Kulturwandel

Zwei neue Mitglieder in der Geschäftsführung,
zwei Markenkäufe, eine große Zielgruppenstudie
- und auf Wachstumskurs: Das war das Jahr 2024
für die Witt-Gruppe.





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 (bisher: 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 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 gehört als Top Company 2024 zu den rund 5 % der beliebtesten Unternehmen auf kununu. Zudem sind wir Fokusunternehmen der Otto Group, die ihrerseits rund 38.000 Menschen beschäftigt. Mit einem klaren Leitbild und dem Rückhalt aus dem Konzern gehen wir unseren Weg in Richtung Zukunft.



Geschäftsjahresabschluss 2023/24: **Witt-Gruppe ist wieder auf Wachstumskurs**

Trotz der widrigen Rahmenbedingungen erzielte die Witt-Gruppe im Geschäftsjahr 2023/24 ein Wachstum von 1,5 % und damit einen Umsatz von 1,196 Mrd. Euro (IFRS). Auch seine Profitabilität konnte das Unternehmen steigern.

Kostensteigerungen und eine anhaltende Kaufzurückhaltung auf Kundenseite erschwerten zuletzt die Bedingungen für den Handel. Mit der Konzentration auf klar positionierten Marken für die Kundin 50plus und einer konsequenten Multichannel-Strategie gelang dem Weidener Modehändler trotz des schwierigen Marktumfelds ein ausgezeichneter Geschäftsjahresabschluss und

Die Geschäftsführung der Witt-Gruppe (von links): Patrick Boos (Vorsitzender), Johann Kiener, Marloes van Kooten, Tobias Nieber.



eine gesteigerte Profitabilität. Positiv auf das Ergebnis wirkte eine Reduzierung der Werbekosten sowie die Entspannung bei den Papier- und Frachtkosten. Darüber hinaus konnten einkaufsseitig sehr gute operative Kennzahlen erreicht werden, etwa eine hohe Lieferbereitschaft. „Nach dem sehr guten Abschluss des abgelaufenen Geschäftsjahrs sind wir auch mit dem Anlauf des neuen Geschäftsjahres äußerst zufrieden“, sagt Patrick Boos, CEO der Witt-Gruppe.

Überproportional wuchsen im betreffenden Zeitraum das Onlinegeschäft (+ 6 %), die Marke heine (+ 8 %) und das Stationärgeschäft (+ 5 %) der Witt-Gruppe. „Wir sehen weiterhin eine zunehmende Verschiebung unserer Umsätze hin zu online. Dennoch bleibt für uns der Katalog weiterhin wichtig, da er heutzutage einen fast exklusiven Kontakt zu unserer Zielgruppe darstellt“, sagt Boos.


Über heine

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.







„Wir arbeiten mit Hochdruck daran, unser Printgeschäft in die Zukunft zu führen und noch stärker mit unseren Onlinekanälen zu verzahnen“, so Boos dazu. Die Witt-Fachgeschäfte schärfen indes insbesondere in Bezug auf Ambiente und Sortiment ihr Profil und richten sich so noch stärker auf die Babyboomer-Generation aus. Wichtiger Bestandteil dessen ist das sehr erfolgreiche Kundenbindungsprogramm, das mittlerweile ins dritte Jahr geht. Mit seinem Multichannel- und Mehrmarken-Ansatz sieht sich die Witt-Gruppe, seit vielen Jahren Fokusunternehmen der Otto Group, gut für die Zukunft aufgestellt. „Im Konzern sind wir für unsere operative Exzellenz bekannt und haben dies auch im vergangenen Geschäftsjahr wieder bewiesen“, zieht Boos sein Fazit.



Zum Weiterhören

Insolvenzen, Leerstand, Kaufzurückhaltung: Vor allem stationäre Händler haben es seit Längerem schwer.

Doch Witt Stationär trotz dem Trend und glänzt mit steigenden Umsätzen. Wie schaffen wir es, so anhaltend erfolgreich zu sein, wie sieht es in Sachen Expansion aus und wie machen wir unsere Filialen „Babyboomer-fit“? Das erfahren Sie in unserem Podcast.





Marloes van Kooten und Tobias Nieber gehören seit 2024 der Geschäftsführung der Witt-Gruppe an.



Wechsel an der Spitze: **Tobias Nieber und Marloes van Kooten werden Mitglieder der Geschäftsführung**



Die Geschäftsführung der Witt-Gruppe ist seit 2024 um zwei neue Gesichter reicher. Tobias Nieber und Marloes van Kooten lösten nach einer mehrmonatigen Übergangszeit ihre Vorgänger Jürgen Angstmann und Stefanie Zühlke-Schmidt ab, die in den Ruhestand wechselten. Damit ist unter den vier Mitgliedern der Geschäftsführung der Witt-Gruppe weiterhin eine Frau.

Tobias Nieber, Jahrgang 1972, trat zum 1. Februar 2024 in die Geschäftsführung der Witt-Gruppe ein. Seit 1998 hatte er unterschiedliche leitende Funktionen in der Otto Group Holding und in verschiedenen Unternehmen der Otto Group inne, etwa bei Mirapodo, der Otto Group Russia und der Mytoys Group. Zum 1. Juli 2024 übernahm er den Geschäftsbereich Finance & Operations von Jürgen Angstmann.



Marloes van Kooten, Jahrgang 1973, trat zum 1. März 2024 in die Geschäftsführung der Witt-Gruppe ein. Sie hat über dreißig Jahre Erfahrung in der Textilbranche und war vor ihrer Tätigkeit bei der Witt-Gruppe als Vice President Value Chain Digitalization für die digitale Transformation der Design- und Produktentwicklungsprozesse Tommy Hilfinger Global und Calvin Klein Europe verantwortlich. Zum 1. September 2024 übernahm sie den Geschäftsbereich Einkauf von Stefanie Zühlke-Schmidt.



Zum Weiterhören

Mindset matters: Frauen sind in Führungsebenen nach wie vor deutlich unterrepräsentiert. Wie kann es ihnen trotzdem gelingen, Karriere zu machen und sich in männerdominierten Kreisen erfolgreich zu behaupten? Und: Welche Rolle spielen Familie und Partner auf dem Karriereweg? Darüber sprechen wir mit Marloes van Kooten in unserem Podcast.







Portfolio-Ergänzung: **Witt-Gruppe erwirbt KLiNGEL-Marken Wenz und IMPRESSIONEN**

Die Witt-Gruppe hat nach der Insolvenz des Versenders KLiNGEL die bekannten Marken Wenz und IMPRESSIONEN und die zugehörigen Domains erworben. Damit ergänzt der Modeversender aus Weiden sein Portfolio.

„Wir sind mit unseren Marken hervorragend im Segment 50plus positioniert. Wenz ist eine ideale synergetische Ergänzung für unsere Marke heine im deutschsprachigen Raum und in den Niederlanden“, sagt Patrick Boos, CEO der Witt-Gruppe. „Wir sind außerdem zuversichtlich, dass der Kauf der Marke IMPRESSIONEN einen wesentlichen Beitrag zur Living-Offensive von heine leisten wird.“ heine selbst gehört seit Ende 2019 zur Witt-Gruppe und bildet mit seinem Mode- und Living-Sortiment die jüngste Speerspitze des Multichannel-Unternehmens aus Weiden.



Erlebnisastronomie trifft auf Activity Based Working: **Witt-Gruppe eröffnet neues Betriebsrestaurant**

Mit der Eröffnung ihres neuen Betriebsrestaurants schließt die Witt-Gruppe den insgesamt fünf Millionen Euro teuren Bau ihrer neuen Betriebsgastronomie ab. Das Restaurant „Josefs“ dient künftig viel mehr als der reinen Verpflegung: Dank des modernen, einzigartigen Gestaltungskonzepts sowie verlängerter Öffnungszeiten lädt es zum Verweilen und zur Zusammenarbeit ein. „Was wir unseren Mitarbeitenden seit Kurzem bieten, hat mit einer klassischen Kantine nicht mehr viel gemein“, sagt Patrick Boos, CEO der Witt-Gruppe. „Nach dem Prinzip ‚Work, Eat, Meet‘ haben wir ein modernes und gleichzeitig gemütliches Umfeld geschaffen, das Begegnung fördert und den Campus für unsere Mitarbeitenden noch attraktiver macht.“







„Besonders wichtig war uns, dass wir künftig gesündere und vielfältige Speisen anbieten können“, so Kerstin Harms-Sudarma, Bereichsleiterin Facility Management. Die Voraussetzungen dafür wurden mit der Fertigstellung der neuen Betriebsküche vor knapp einem Jahr geschaffen: Modernste Technologie garantiert jederzeit ein Höchstmaß an Lebensmittelsicherheit und Qualität. Zur Mittagszeit können Gäste zwischen drei Hauptgerichten wählen, die frisch zubereitet werden. Für die Bezahlung stehen Self-Checkout-Schalter bereit, an denen bargeldlos und auf Wunsch auch mit Mitarbeiterausweis gezahlt werden kann. Im neuen Betriebsrestaurant erhalten Mitarbeitende zudem von 8 bis 16 Uhr durchgehend Snacks und kleinere Speisen an der Vitalbar. Abgerundet wird der Erlebnischarakter des „Josefs“ durch die neue Kaffeebar, an der während der gesamten Öffnungszeit hochwertiger Kaffee in Barista-Qualität angeboten wird. Weiterhin stehen den Mitarbeitenden rund um die Uhr kostenfrei Wasserspender zur Verfügung.



Foto: AdobeStock_472568937, simona

So liebt und lebt die Generation 50+ in Deutschland: **Die große Witt-Studie**

Stillstand oder Neuanfang: Wie steht es um das Lebensgefühl und das Beziehungsleben der Generation 50+? Diese Frage hat sich die Witt-Gruppe gestellt, um die Generation, aus der ihre Kund*innen stammen, noch besser zu verstehen. Antworten darauf liefert die groß angelegte und durch das renommierte rheingold Institut durchgeführte Witt-Studie. Die qualitative wie auch quantitative Untersuchung basiert auf 65 zweistündigen Tiefeninterviews und einer repräsentativen Online-Befragung von 1.061 Personen im Alter von 50 bis 70 Jahren.



Mit der umfassenden Untersuchung rückt die Witt-Gruppe die Lebenswirklichkeit dieser weniger beachteten Generation in den Fokus. Ziel der Studie war es, wissenschaftlich fundierte Erkenntnisse zu deren Wünschen, Sehnsüchten und Bedürfnissen zu erhalten. Wie denkt sie, was erwartet sie vom Leben und was macht sie wirklich glücklich? Unter welchen Voraussetzungen wird dieser umbruchreiche Lebensabschnitt zur besten Zeit des Lebens? Die Erkenntnisse reichen vom Lebensgefühl über Freundschaften, Liebe und Sex bis hin zum Thema Älterwerden. Sechs verschiedene Beziehungstypen zeigen, wie Menschen aus dieser Generation ihre sozialen Kontakte gestalten.

Die Studienergebnisse

Die Generation 50+ ist eine Generation „Jetzt Ich!“ – das zeigen die Studienergebnisse. Mehr als zuvor achtet sie auf die eigenen Bedürfnisse, und insbesondere Frauen erleben einen neuen Level der Emanzipation. Klingt spannend? Die ausführlichen Studienergebnisse mitsamt den zugehörigen Charts sowie eine Beschreibung der sechs Beziehungstypen finden Sie auf unserer Website.





Halbjahresbilanz: **Witt-Gruppe** setzt Wachstumskurs im ersten Geschäftshalbjahr 2024/25 fort

Zum Geschäftshalbjahr 2024/25 ließen operative Exzellenz und strategischer Weitblick die Witt-Gruppe weiter wachsen - und das in einem weiterhin schwierigen Marktumfeld. Mit einem Umsatz von 630 Millionen Euro (nach IFRS) im ersten Halbjahr 2024/25 erreichte die Witt-Gruppe ein Umsatzwachstum von rund 7 Prozent zum Vorjahreszeitraum. „Der Erfolg ist zum einen Ausdruck unserer operativen Exzellenz. Zum anderen haben wir in den letzten Jahren bestimmt, aber mit Augenmaß, den gezielten Shift von Print- zu Online-Budgets forciert“, sagt Patrick Boos, Vorsitzender der Geschäftsführung der Witt-Gruppe. „Dadurch können wir die Marktpotentiale 50+ optimal nutzen und weiter wachsen.“

Dabei wurden insbesondere die Online-Angebote verstärkt nachgefragt - der Online-Umsatz erhöhte sich so überproportional um 9 Prozent.

Auch die Besucherzahl in den 20 Online-Shops stieg gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 29 Prozent. Die Zahl der wöchentlich aktiven App-Nutzer legte deutlich um 33 Prozent zu. Insgesamt verzeichnete die Witt-Gruppe im Zeitraum März bis August 2024 einen Online-Umsatz in Höhe von 265 Millionen Euro; der Online-Anteil am Umsatz liegt damit bei 42 Prozent mit steigender Tendenz. Bei der Vertriebsmarke heine wird mittlerweile die Hälfte der Neukunden online gewonnen. „Wir setzen sehr stark auf Personalisierung und Künstliche Intelligenz, um noch passgenauer und differenzierter auf die Bedürfnisse der User eingehen zu können“, sagt Melanie Plank, Bereichsleiterin Digital Marketing & Products. „Der Erfolg zeigt sich deutlich in steigenden Interaktionsraten und ist ein Beleg für unsere kundenzentrierte Vorgehensweise.“



Exoskelette bei der Witt-Gruppe

Entlastung für die Mitarbeitenden: **Witt-Gruppe testet Exoskelette in der Logistik**

Seit Herbst 2024 testet die Witt-Gruppe in ihrer Logistik Exoskelette, um Mitarbeitende bei der körperlichen Arbeit zu entlasten. „Wir testen die Exoskelette mit dem Ziel, Mitarbeitende zu unterstützen, die schwere Lasten heben und tragen“, sagt Roland Dietz, Bereichsleiter Logistik. Das sei insbesondere im Wareneingang, im Nachschub und im Sendungsausgang der Fall. Die „LiftSuit“, „DeltaSuit“ und „OmniSuit“ genannten Modelle der Schweizer Firma Auxivo unterstützen mithilfe von Spanngurten die Rücken- und Hüftmuskulatur sowie die Schultern beim Arbeiten vor und über dem Körper, indem sie der Schwerkraft



entgegenwirken. Sie können individuell eingestellt werden – zwei Mitarbeitende wurden geschult, um ihren Kolleginnen und Kollegen beim richtigen Anlegen fachmännisch zur Seite zu stehen.

In der Testphase rotieren die Exoskelette über ein paar Monate hinweg durch die Abteilungen, um von möglichst vielen Mitarbeitenden ausprobiert zu werden und um Akzeptanz aufzubauen.

„Das bisherige Feedback aus der Mannschaft ist sehr positiv. Die Mitarbeitenden schätzen es, dass wir mit den Exoskeletten eine Möglichkeit zur körperlichen Entlastung bieten“, so Dietz. Anschließend sollen weitere Exemplare geordert und zusammen mit der Betriebsärztin entschieden werden, wer sie am dringendsten benötigt. Mit dem Test sammelt die Witt-Gruppe derzeit parallel zu anderen Unternehmen der Otto Group Erfahrungen mit Exoskeletten. In der Logistik der Witt-Gruppe arbeiten mehr als 1.000 Menschen.



Offizieller PAYBACK Partner: **Kund*innen sammeln bei Witt jetzt Punkte**

Seit 2024 ist die Witt-Gruppe mit ihrer Marke Witt offizieller Partner des Bonusprogramms PAYBACK.

Damit haben rund 31 Millionen Kund*innen von PAYBACK die Möglichkeit, bei Bestellungen im Witt-Onlineshop Punkte zu sammeln. „Wir freuen uns sehr über diese neue Online-Partnerschaft mit PAYBACK und die vielen Vorteile und exklusiven Angebote, die diese unseren Kund*innen bietet. Wir profitieren vom starken Partnerverbund mit rund 700 Unternehmen und können so noch mehr

Mode-Begeisterte auf unser vielfältiges Angebot aufmerksam machen“, so Patrick Boos, CEO der Witt-Gruppe.

Bislang bestand zwischen Witt und PAYBACK eine Affiliate-Partnerschaft. Dabei konnten Kund*innen zwar schon Punkte im Witt-Shop sammeln - wenn sie direkt über die PAYBACK Seite kamen. „Die nun offizielle Partnerschaft bringt unseren Kund*innen zusätzlichen Service. Sie können jetzt etwa ganz einfach im Checkout ihre PAYBACK Kundennummer eingeben, wenn sie etwas bei uns kaufen, und so unkompliziert Punkte sammeln“, sagt Boos.

Durch die nun offizielle Partnerschaft ergeben sich laut Boos viele neue Marketingmöglichkeiten. Zum Beispiel die Teilnahme an PAYBACK Kampagnen und die Bewerbung von Aktionen im Witt-Newsletter oder im Onlineshop. Gemeinsam mit PAYBACK hat sich die Witt-Gruppe ambitionierte Ziele für die Neukundengewinnung gesetzt und will außerdem die Warenkorbwerte ihrer Bestandskund*innen steigern. „Je nach Entwicklung werden wir zu gegebener Zeit außerdem eine Ausweitung auf andere Marken oder Vertriebskanäle prüfen“, sagt Boos.

„Ich finde das Aufstehen und
Einstehen gegen extreme,
demokratiefeindliche
Positionen wichtig
– persönlich und als
Unternehmenslenker. Damit
wir als Modehändler nicht
aus Unwissenheit rechte
Codes und Botschaften
weiterverbreiten,
unterstützen wir Fashion
against Fascism.“
– **Patrick Boos,**
CEO der Witt-Gruppe



zalando

spreadgroup

ABOUTYOU®

avocadostore

Fashion against Fascism

Die Witt-Gruppe unterstützt die Initiative Fashion against Fascism des Vereins Laut gegen Nazis e.V. und der Agentur Jung von Matt und schließt sich damit zahlreichen anderen Modehändlern an. Aus der Otto Group beteiligen sich außerdem ABOUT YOU, BAUR und bonprix. Fashion against Fascism stellt eine frei zugängliche Online-Datenbank zur Verfügung, die rechtsextreme Codes und Kürzel sammelt und erklärt. Außerdem hat die Initiative einen Webcrawler entwickelt, mit dessen Hilfe Shop-Betreiber ihre Websites auf diese Codes überprüfen können.



Gesellschaftliche Verantwortung: Witt-Gruppe unterstützt Kinder und Jugendliche

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. Die Witt-Gruppe engagiert sich schon seit vielen Jahren für gute Zwecke, vor allem in der Region und zum Wohl von benachteiligten Kindern und Jugendlichen.

Zur Scheckübergabe in der Weidener Firmenzentrale traf sich CEO Patrick Boos (Mitte) mit Jens Meyer, Oberbürgermeister der Stadt Weiden, und Corinna Maaß, Leitung der Musikschulverwaltung.



Seit 2021 ermöglicht die Witt-Gruppe Schülern der Gerhardinger-Grundschule in Weiden einen besonderen Musikunterricht durch die städtische Musikschule Franz-Grothe-Schule und finanzierte diesen auch 2024 wieder mit 20.000 Euro. „Es freut uns sehr, dass wir mit unserer Spende Kindern unabhängig von ihrer sozialen und kulturellen Herkunft weiterhin das Musizieren ermöglichen können“, sagt Patrick Boos, CEO der Witt-Gruppe. Die Unternehmensspende dient dem anteiligen Ausgleich der Unterrichtsgebühren. "Durch die regelmäßige Unterstützung der Witt-Gruppe konnte unser Angebot stetig optimiert und weiterentwickelt werden", sagt Thorsten Willecke, Leiter der Franz-Grothe-Schule. "Es ist mittlerweile eine stabile Kooperation zwischen der Gerhardinger-Grundschule und der Musikschule entstanden." Auch in den kommenden Jahren möchte die Witt-Gruppe in den Unterricht der Franz-Grothe-Schule investieren und so die Kooperation am Leben halten.

Bei ihrer jährlichen Weihnachtsaktion sammelte die Witt-Gruppe im Herbst/Winter 2023 mit ihren Witt-Kund*innen Geld für den langjährigen Kooperationspartner SOS-Kinderdorf e.V. Der auf 20.000 Euro aufgerundete Erlös ging an die Einrichtungen in Göppingen und Stuttgart, um die Finanzierung der tiergestützten Pädagogik zu unterstützen. Überreicht wurde der symbolische Scheck von Michaela Mang, Witt-Filialleitung in Schorndorf. „Wir fühlen uns der Region sehr verbunden. Umso schöner ist es, dass wir über diesen Weg etwas zurückgeben können“, so Mang. „Mit dieser Unterstützung möchten wir unsere Wertschätzung für die unermüdliche Arbeit zum Ausdruck bringen, die hier tagtäglich geleistet wird.“ Entgegengenommen wurde der Scheck von Monika Pandikow, Einrichtungsleiterin SOS-Kinderdorf Göppingen/Stuttgart. „Die Fördersumme der Witt-Gruppe ermöglicht es uns, ein wichtiges Angebot wie die Tiergestützte Pädagogik fortzuführen, das nicht über öffentliche Mittel finanziert wird.“ Bereits 1991 spendete das Weidener Multi-Channel-Unternehmen das erste Mal für SOS-Kinderdorf und engagiert sich seit 2004 mit jährlichen



Monika Pandikow (links), Einrichtungsleiterin SOS-Kinderdorf Göppingen/Stuttgart, nahm den Scheck von Michaela Mang, Filialleitung Witt Schorndorf, entgegen.

Unterstützungsaktionen oder Spenden. Pro verkauftem Aktionsartikel der Weihnachtsaktionen fließt ein Euro an ein ausgewähltes Projekt von SOS-Kinderdorf.

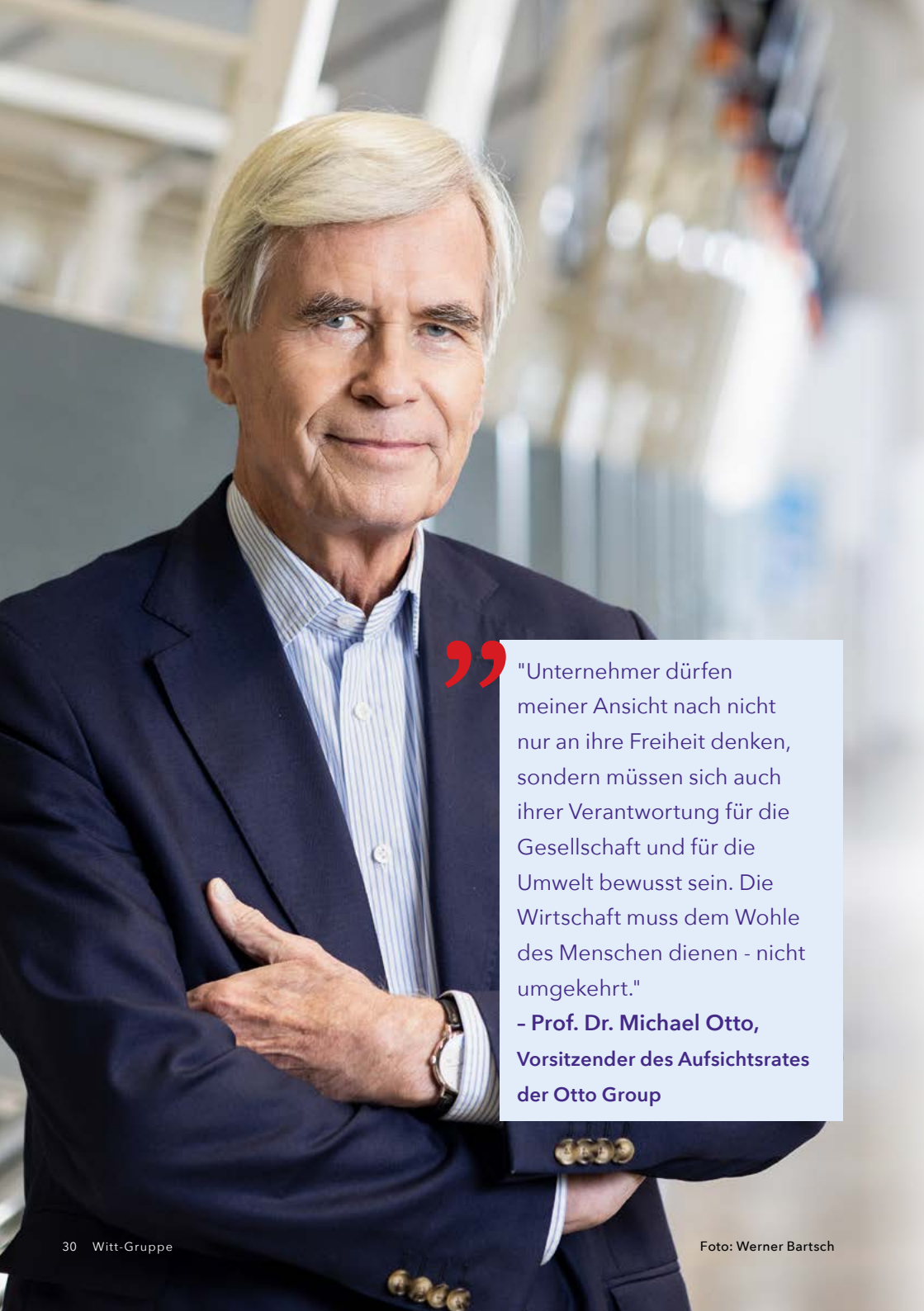
Zwei Wochen lang sammelten die Mitarbeitenden der Witt-Gruppe Spielzeug, Kinderkleidung und sonstiges Zubehör für den Weidener Caritas-Kinderladen "CarLa". Über 150 Kisten und Tüten voller Sachspenden wurden an die soziale Einrichtung übergeben. Der Laden der Weidener Schwangerschaftsberatungsstelle wird ehrenamtlich geführt und dient als Anlaufstelle für Frauen und Familien mit Kindern von bis zu drei Jahren. Neben der Einkaufsmöglichkeit bietet CarLa auch die Möglichkeit eines sozialen Treffpunkts für bedürftige Familien. "Das Angebot in unserem Laden besteht ausschließlich aus Sachspenden. Die Sammelaktion der Witt-Gruppe und deren Mitarbeitenden ist für uns daher sehr wertvoll und wir freuen uns sehr darüber. Es ist wirklich eine unvorstellbare Menge zusammengekommen, mit der wie nie gerechnet



Witt-Gruppe sammelt für Caritas Kinderladen.

hätten. Durch die Vielzahl an Spenden werden wir sehr viele Familien hier im Umkreis unterstützen können", so Raimunda Schulze, Leiterin der Caritas Schwangerschaftsberatungsstelle in Weiden. Die Witt-Gruppe unterstützt den Weidener Caritas-Kinderladen schon seit mehreren Jahren. Bereits zum achten Mal führte das Unternehmen die sogenannte CarLa-Kleiderspende durch.

Mit einer Werbepartnerschaft unterstützt die Witt-Gruppe die „Witt Oberpfalz Hunters“, einen bislang einzigartigen Zusammenschluss von zehn Oberpfälzer Vereinen, der in der vergangenen Saison den Aufstieg in die Jugend Basketball Bundesliga (JBBL) geschafft hat. "Wir beobachten die positive Entwicklung der Witt Oberpfalz Hunters schon längere Zeit und freuen uns jetzt darüber, dass wir als Oberpfälzer Unternehmen mit dieser Werbepartnerschaft eine so coole regionale Sportinitiative unterstützen können", sagt Johann Kiener, Geschäftsführer Brand & Digital Commerce der Witt-Gruppe.



”

"Unternehmer dürfen meiner Ansicht nach nicht nur an ihre Freiheit denken, sondern müssen sich auch ihrer Verantwortung für die Gesellschaft und für die Umwelt bewusst sein. Die Wirtschaft muss dem Wohle des Menschen dienen - nicht umgekehrt."

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



Die Witt Oberpfalz Hunters mit Johann Kiener, Geschäftsführer der Witt-Gruppe (Mitte).

"Mit dem Engagement der Witt-Gruppe können wir in der kommenden Saison unser erfolgreiches Basketballteam mit einem lokalen Champion und Partner aus unserer Heimatregion Oberpfalz verstärken", so Gabriel Ionescu, Headcoach der Witt Oberpfalz Hunters. Das Projekt „BTO - Basketball Team Oberpfalz“ wurde im Jahr 2020 als Verein gegründet mit dem klaren Ziel, den leistungsorientierten Basketball in der Oberpfalz zu fördern und jungen Talenten aus der Region eine Perspektive für eine sportliche Weiterentwicklung in ihrer Heimat zu geben. Der Verein ist ausschließlich privat organisiert und wird durch die Eltern der Spieler*innen als Herzensprojekt getragen. Der Bayerische Basketball Verband (BBV) unterstützt zudem das Projekt zum mittelfristigen Aufbau eines Leistungszentrums in Ostbayern.



Fakten über die Witt-Gruppe

Mit 21,2 Millionen Kund*innen weltweit, einem Umsatz von 1,196 Mrd. Euro (IFRS) im Geschäftsjahr 2023/24 und einem Onlineanteil von rund 40 Prozent zählt die Witt-Gruppe zu den führenden textilen Omnichannel-Unternehmen für die Zielgruppe 50plus. Die Unternehmensgruppe ist derzeit mit acht Marken in zehn Ländern, darunter die 1907 gegründete Marke Witt, sowie mit 20 Online-Shops aktiv. Daneben ist das Weidener Unternehmen auch mit rund 110 Filialen im stationären Handel vertreten. 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 und gehört zu den rund fünf Prozent der beliebtesten Unternehmen auf kununu. Seit 1987 ist die Witt-Gruppe 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.