

Pressemitteilung

Online-Kauflaune vor dem Weihnachtsgeschäft: Die UNITO-Gruppe rüstet sich mit innovativen Logistik-Lösungen für die prognostizierte Pakete-Flut

Wien, am 24. November 2015

- **Erfolgsfaktor Logistik:** UNITO reagiert auf den boomenden E-Commerce und wachsende Paketmengen mit Optimierung der gesamten Logistikkette und Halbierung der Lieferzeit
- **Der Online-Motor läuft auf Hochtouren:** UNITO erreicht ein Online-Umsatzplus von 10,1 Prozent und rechnet mit einem zweistelligen Online-Wachstum im Weihnachtsgeschäft
- **Sofa statt Stadtbummel:** Mobile Einkäufe erzielen im laufenden Jahr Rekordzuwachsrate, das Smartphone generiert ein Anspracheplus von 80 Prozent im Vergleich zum Vorjahr
- **Otto Group-Studie beweist:** Der Online-Kauf ist im Hinblick auf die Transportwege weniger klimaschädlich als der stationäre Einzelhandel – 30 Prozent weniger CO₂-Emissionen

Die Ampeln für das Weihnachtsgeschäft stehen auf grün. Auch 2015 wird Weihnachten dem Online-Handel ein kräftiges Wachstum bescheren. Im Gegensatz zum stagnierenden Stationärhandel wird der E-Commerce die Umsätze in die Höhe treiben und für eine wahre Pakete-Flut sorgen. Die UNITO-Gruppe sieht sich für diese logistischen Herausforderungen gerüstet: Investitionen in die Optimierung der gesamten Logistikkette, vor allem in die Beschleunigung der „letzten Meile“ zum Kunden lassen den größten heimischen Online-Händler optimistisch in die Zukunft blicken und vom erhöhten Wettbewerbsdruck am Paketmarkt profitieren. *„Der Wettbewerb im E-Commerce läuft weit über die Preisstrategie hinaus, vor allem der Versand und die Lieferzeit dienen als Kriterien für die Kaufentscheidung. Daher spielt die rasche Lieferung eine zentrale Rolle in unserem kontinuierlichen Optimierungsprozess. Je schneller die Lieferung erfolgt, desto geringer gestaltet sich auch die Retourenquote“*, betont Mag. Harald Gutschi, Geschäftsführer der UNITO-Gruppe. *„Innerhalb von nur zwei Jahren haben wir die Lieferzeit um 50 Prozent reduziert, seit Oktober verkürzen wir die „letzte Meile“ zum Kunden, Serviceleistungen wie die Samstagszustellung und die 24-h-Lieferung werden sich als entscheidender Wettbewerbsvorteil etablieren“*, ergänzt Gutschi.

Erneutes E-Commerce-Plus

Die UNITO-Gruppe legt auch kurz vor dem Start der Weihnachtssaison noch einmal kräftig zu. Dies belegt ein Blick auf die aktuellen Zahlen: Im laufenden Geschäftsjahr 2015/16, im Zeitraum von 1. März 2015 bis 31. Oktober 2015, realisiert die Unternehmensgruppe ein Online-Plus von 10,1 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Der größte heimische Online-Händler erwirtschaftet in diesem Zeitraum einen Gesamtumsatz von 217,3 Millionen Euro¹ und wächst um 5,8 Prozent². Beflügelt durch die logistischen Innovationen und die weihnachtliche Kauflaune peilt die Gruppe ein zweistelliges Weihnachtswachstum von plus 10 bis plus 15 Prozent zum Vorjahr an und rechnet mit

¹ Gesamtumsatz lt. IFRS inkl. MwSt.

² Wert bereinigt zum Vorjahr

einem kräftigen Plus an Bestellungen. Black Friday (27.11.) und Cyber Monday (30.11.) stützen das Weihnachtsgeschäft entscheidend.

2015 wird ein mobiles Weihnachtsgeschäft

Der weihnachtliche Stadtbummel verlagert sich dieses Jahr sichtlich aufs Sofa. Mobil getätigte Einkäufe (Tablets und Smartphones) werden gegenüber dem Vorjahr stark zunehmen. Dieses „Couch-Commerce“-Shopping entwickelt sich zu einem Trend, der im Vergleich zu 2014 um plus 50 Prozent zulegt. Das Smartphone ersetzt mehr und mehr den Computer als Gerät, von dem aus gekauft wird. Rund eine Million Österreicher kaufen bereits mit dem Handy ein, im kommenden Jahr soll sich der damit generierte Umsatz verdoppeln.³ Die UNITO-Gruppe verzeichnet mittlerweile einen mobilen Umsatzanteil von 30 Prozent, alleine das Smartphone realisiert ein Anspracheplus von mehr als plus 80 Prozent im Vergleich zum Vorjahr.

Der Vergleich beweist: Online-Shopping klimafreundlicher als Stationärhandel

Trotz Retourenquote und teilweise mehrmaliger Anfahrt durch den Paketzusteller können Kunden guten Gewissens online einkaufen. Ein online bestellter Artikel verursacht bis zu 30 Prozent weniger CO₂-Emissionen als der Kauf im stationären Einzelhandel. Der Transport von Waren vom Händler zum Kunden ist effizienter und emittiert dadurch weniger klimaschädliche Gase – selbst unter Einbeziehung der Retouren, die beim Paketversand den Handel prägen. Das belegen die Ergebnisse einer aktuellen Studie des Deutschen Clean Tech Instituts (DCTI) „Klimafreundlich einkaufen – eine vergleichende Betrachtung von Online-Handel und stationärem Einzelhandel“ im Auftrag der Otto Group und Hermes.

Bilder zur redaktionellen Verwendung finden Sie unter: <http://www.apa-fotoservice.at/galerie/7258>.

Weitere Informationen, Fotos und Logos finden Sie im Internet unter www.unito.at/presse.

Die UNITO-Gruppe mit Sitz in Salzburg und Graz zählt als Tochterunternehmen der Baur-Gruppe zur Otto Group und ist in Österreich, Deutschland, Schweiz, Südtirol, Tschechien, Slowakei und Ungarn mit 645 MitarbeiterInnen und 330 Mio. Euro Umsatz im letzten Geschäftsjahr 2014/15 aktiv. In Österreich ist man mit den Marken Universal, OTTO, QUELLE, LASCANA und Schlafwelt sowie dem Finanzdienstleister OKO vertreten, in der Schweiz agiert die UNITO-Gruppe mit den Marken Ackermann, QUELLE, LASCANA und Schlafwelt, in Deutschland mit den Marken QUELLE und Alpenwelt. Seit der kommissarischen Übernahme der OTTO Central Europe GmbH bearbeitet die Unternehmensgruppe die Marken OTTO, LASCANA und Sheego in Tschechien, Slowakei und Ungarn.

1949 in Deutschland gegründet, ist die Otto Group heute eine weltweit agierende Handels- und Dienstleistungsgruppe mit rund 54.000 Mitarbeitern (Stand Februar 2015). Die Gruppe ist mit 123 wesentlichen Unternehmen in mehr als 20 Ländern Europas, Nord- und Südamerikas und Asiens präsent. Ihre Geschäftstätigkeit erstreckt sich auf die drei Segmente Multichannel-Einzelhandel, Finanzdienstleistungen und Service. Im Geschäftsjahr 2014/15 (28. Februar) erwirtschaftete die Otto Group einen Umsatz von mehr als 12 Milliarden Euro. Sie ist weltweit der zweitgrößte Online-Händler mit dem Endverbraucher (B2C) und in Europa der größte Onlinehändler für Fashion und Lifestyle mit dem Endverbraucher (B2C).

Pressekontakt:

UNITO Versand & Dienstleistungen GmbH
Mag. Jürgen Pock
PR & Unternehmenskommunikation
Telefon +43 316 5460-417 · Mobil +43 664 8253461
juergen.pock@unito.at

³ KMU Forschung Austria: Konsumentenverhalten im Distanzhandel 2014/15