

## Pressemitteilung

### **UNITO-Gruppe mit ihrem Geschäftsjahr 2019/20 zufrieden: Online-Kundenumsätze wachsen um 5,0 Prozent**

*Graz, am 22. April 2020*

- **Der heimische Online-Player UNITO mit Sitz in Salzburg und Graz ist mit der Entwicklung im abgelaufenen Geschäftsjahr zufrieden: Die Online-Kundenumsätze steigen um 5 Prozent, das Ergebnis (EBIT) der Gruppe liegt über den Erwartungen**
- **Besonders erfreulich ist die Entwicklung im Möbel-Sortiment: Die Online-Kundenumsätze in Österreich steigen um 11 Prozent, damit unterstreicht die UNITO-Gruppe ihre führende Stellung als Österreichs größter Online-Möbelhändler**
- **Der Start ins neue Geschäftsjahr 2020/21 ist von der Corona-Pandemie gekennzeichnet: Die aktuelle Lage ist durch eine stark volatile Kundennachfrage geprägt, eine verlässliche Prognose ist derzeit nicht möglich. Die Steuerung des Tagesgeschäfts erfolgt in sehr kurzer Taktung**
- **Die UNITO-Gruppe rechnet mit einem Urknall in der Handelslandschaft noch im Jahr 2020, ein Normalzustand im Handel ist vor 2021 nicht realistisch**

Die UNITO-Gruppe ist mit ihrem abgelaufenen Geschäftsjahr 2019/20<sup>1</sup> zufrieden: Die Online-Kundenumsätze legen im Vergleich zum Vorjahr um 5,0 Prozent zu, der Online-Anteil liegt mittlerweile bei 95 Prozent. Im Kernmarkt Österreich gelingt sogar ein Wachstum von 6,3 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Damit wächst die UNITO-Gruppe im Online-Geschäft stärker als der Markt<sup>2</sup> und gewinnt Marktanteile im E-Commerce.

Der Gesamtumsatz der Unternehmensgruppe in der Höhe von 364,7 Millionen Euro geht im Vorjahresvergleich leicht um 2,9 Prozent zurück. Der Grund dafür liegt in der bewussten Reduzierung

---

<sup>1</sup> Zeitraum: 1. März 2019 bis 29. Februar 2020

<sup>2</sup> Marktwachstum von 3 Prozent laut „E-Commerce-Studie Österreich 2019“ der KMU Forschung Austria

von Print-Werbemitteln. *„Der Kunde entscheidet und wir orientieren uns daran. Den Hauptkatalog gibt es nicht mehr, die Auflagen saisonaler Kataloge und Mailings wurden um 60 Prozent, die aufgelegten Seiten sogar um 80 Prozent reduziert. Das Print-Geschäft hat an Akzeptanz verloren, deshalb wird dieser Vertriebskanal sukzessive auf eine zukunftsfähige Größenordnung redimensioniert“*, erklärt Mag. Harald Gutschi, Sprecher der Geschäftsführung der UNITO-Gruppe. Auch mit dem Ergebnis (EBIT) ist die UNITO-Gruppe zufrieden: *„Die erfreuliche Entwicklung des Ergebnisses zeigt, dass wir auf dem richtigen Weg zu einem profitablen, langfristigen Wachstum sind.“*

### **UNITO unterstreicht führende Stellung im Möbel-E-Commerce**

Der Bereich Living ist und bleibt Trendthema im heimischen E-Commerce. Dies zeigt die Umsatzentwicklung der UNITO-Gruppe in diesem Sortimentsbereich (Möbel, Haushaltswaren, Heimtextilien): Mit einem Zuwachs von 10,9 Prozent im letzten Geschäftsjahr unterstreicht das Unternehmen seine führende Stellung als Österreichs größter Online-Möbelhandel. Damit entwickelt sich Living zu einem wichtigen Umsatztreiber. Mit diesem Rückenwind ausgestattet, will die Gruppe ihre Markstellung auch in den nächsten Jahren weiter ausbauen.

### **Start ins neue Geschäftsjahr steht für UNITO-Gruppe im Zeichen der Corona-Pandemie**

Die Unternehmensgruppe sieht das neue Geschäftsjahr wesentlich von der Corona-Pandemie geprägt. Der Start seit Anfang März ist stark von der volatilen Nachfrage seitens der Kunden gekennzeichnet. Im Zusammenhang mit der Covid-19-Krise und deren Folgen nimmt die UNITO-Gruppe vier Phasen wahr und bereitet sich auf diese vor.

#### *Phase 1:*

Die ersten beiden Wochen nach Inkrafttreten der Ausgangsbeschränkungen in Österreich waren von deutlichen zweistelligen Umsatzrückgängen in allen Sortimentsgruppen (Textil, Möbel, Technik) geprägt. UNITO fokussierte sich darauf, die potenzielle gesundheitliche Gefährdung der eigenen Mitarbeiter zu minimieren, binnen weniger Tage stellte das Unternehmen 90 Prozent der Belegschaft auf Home-Office um, das sind nahezu 600 Kolleginnen und Kollegen an den Standorten Salzburg und Graz. Zudem wurde die reibungslose Lieferkette zum Kunden sichergestellt und eine kontaktlose Zustellung mithilfe der externen Logistikdienstleister in allen UNITO-Märkten umgesetzt. Kunden

waren in dieser Phase mit Vorratsbeschaffungen beschäftigt, das Jahrhundert-Ereignis Corona hinterlässt Spuren.

#### *Phase 2:*

Im Zeitraum seit Ende März bis voraussichtlich Ende Mai steigt die Anzahl der Visits in den Online-Shops enorm, parallel kommt es zu starken Verschiebungen in der Kundennachfrage. Der Umsatz im Textilgeschäft (insbesondere saisonale Frühjahrs-, Sommer- und Bademode) verliert zweistellig. Die Umsätze bei Hartwaren (vor allem Elektronik, Computer, Haushaltsgeräte wie Kühl- und Gefriergeräte, Spielekonsolen, Wohn- und Einrichtungsgegenstände, Gartenartikel) wachsen deutlich zweistellig. Die Logistik wird durch den plötzlichen und hohen Anstieg der Sendungsmengen auf das Äußerste in Anspruch genommen, dennoch verlängert sich bei UNITO die Lieferzeit zu den Kunden nur um wenige Tage.

Insgesamt sorgt das Kaufverhalten seit Ende März für ein zweistelliges Umsatzwachstum bei UNITO. *„Wir freuen uns, mit unseren Sortimenten dazu beitragen zu können, die Grundversorgung der Bevölkerung mit Artikeln des täglichen Bedarfs sicherstellen zu können. Ein noch nie dagewesenes, ausgesprochen positives Kundenfeedback bestätigt das“*, betont Harald Gutsch.

Eine verlässliche Prognose für das laufende Geschäftsjahr ist aus Sicht der UNITO-Geschäftsführung jedoch derzeit nicht möglich und auch nicht sinnvoll. Die Gruppe fährt mit allen ihren Vertriebsmarken und in allen Märkten derzeit auf Sicht. Die Steuerung des Tagesgeschäfts erfolgt in vierzehntägiger Taktung, außerdem werden zahlreiche budgetäre und organisatorische Maßnahmen realisiert, um die Finanzkraft auf gewohnt hohem Niveau zu halten.

#### **UNITO rechnet mit einem Urknall in der österreichischen Handelslandschaft**

Die sich in der aktuellen Situation abzeichnende und künftig in einer noch nie dagewesenen Geschwindigkeit stattfindende Transformation wird laut Einschätzung der UNITO-Gruppe einem Urknall in der Handelslandschaft gleichkommen. Die Veränderung, die der Handel normalerweise in zehn Jahren durchmacht, wird laut Einschätzung der UNITO-Geschäftsführung in den Jahren 2020 und 2021 realisiert.

### *Phase 3:*

Spätestens mit der flächendeckenden Öffnung des Stationärhandels (Anfang Mai), der Lokale (Mitte Mai) und einem Gewöhnungseffekt der Kunden (Ende Mai) wird es nach Einschätzung der UNITO-Gruppe ab Juni 2020 bis in den Herbst zu einer Rabattschlacht im Handel kommen. Der Textilhandel wird davon am stärksten betroffen sein. Bereits kurzfristig, also noch im Laufe des Jahres 2020, wird dies zu einer Bereinigung der österreichischen Handelslandschaft führen. Viele Betriebe (geschätzt jeder dritte Händler) werden diese Phase wahrscheinlich nicht überstehen.

### *Phase 4:*

Der österreichische Handel wird voraussichtlich erst ab 2021 in einen Normalzustand neuerer Art zurückkehren. Es wird dabei einen bis dato nicht gekannten Digitalisierungs-Push geben, viele Betroffene lernen mit der Krise die Vorzüge des Online-Handels zu schätzen, die dauerhaft verringerte Kundenfrequenz im Stationärhandel bringt einen stationären Online-Schub und dies wird zu noch mehr Professionalität, mehr Angebot und mehr Wettbewerb im E-Commerce führen. Außerdem wird sich das Bewusstsein für regionales Einkaufen und regionale Produkte aus Österreich auch im Online-Handel steigern. Einkaufen wird zu einer nachhaltigeren Entscheidung. Die Kunden werden vermehrt ihre stationären Grätzel-Händler und lokale Online-Händler unterstützen. Während die Dominanz globaler Riesen mit großer Kapitalkraft und hohen Synergie-Effekten, die in Österreich keine Ertragssteuern bezahlen, bleiben wird, ergeben sich hieraus neue Chancen für kleinere Händler.

*„Der Wandel im Handel, der normalerweise in den nächsten zehn Jahren stattgefunden hätte, findet nun in einem deutlich kürzeren Zeitraum statt. Wir als UNITO sind davon überzeugt, bereits durch unsere hohen Investitionen der letzten Jahre alle nötigen Voraussetzungen geschaffen zu haben, um aus der aktuell herausfordernden Zeit gestärkt hervorzugehen. Nicht zuletzt die enge Bindung zu unseren rund vier Millionen treuen Kunden ist ein Garant dafür“,* zeigt sich Harald Gutschi optimistisch.

Weitere Informationen, Fotos und Logos finden Sie im Internet unter [www.unito.at/presse](http://www.unito.at/presse).

---

#### **Pressekontakt:**

UNITO Versand & Dienstleistungen GmbH  
Mag. Jürgen Pock · Corporate Communications  
Telefon +43 316 5460 55417 · Mobil +43 664 8253461  
[juegen.pock@unito.at](mailto:juegen.pock@unito.at)