

Pressemitteilung

Online-Handel boomt im Weihnachtsgeschäft:

Bereits vor dem 1. Einkaufssamstag im Advent wachsen OTTO, Universal und Quelle um nahezu 50 Prozent zum Vorjahr und damit deutlich stärker als geplant

Graz, am 29. November 2013

- Die UNITO-Gruppe erreicht in den ersten beiden Wochen ihres Weihnachtsgeschäfts (Zeitraum: 11. bis 24. November 2013) ein Umsatzwachstum von 48,9 Prozent im Vergleich zum Vorjahr – Wachstumsmotor ist der Online-Handel. In Österreich erzielten die Marken OTTO, Universal und Quelle ein Wachstum von 33,5 Prozent.
- Weil der 8. Dezember heuer auf einen Sonntag fällt, fehlt dem Stationärhandel ein wichtiger Einkaufstag in der Vorweihnachtszeit – dies führte zu vorgezogenen Online-Einkäufen.
- Besondere Verkaufsschlager in der Vorweihnachtszeit sind bei OTTO (www.ottoversand.at) hochwertige Marken, festliche Abendkleider, Mäntel und Stiefel sowie dazu passende Accessoires und Taschen, weitere Heimtextilien und Dekoration, im Multimedia-Segment sind es Smartphones und Tablets.

Mit einem Umsatzwachstum von 48,9 Prozent im Vergleich zum Vorjahr übertrifft die UNITO-Gruppe die erst vor kurzem veröffentlichte Prognose für das Weihnachtsgeschäft um mehr als das Dreifache, ursprünglich rechnete das Unternehmen mit einem Wachstum von 15 Prozent im Weihnachtsgeschäft.

„Wir sind mit unserem angelaufenen Weihnachtsgeschäft sehr zufrieden, in Österreich wachsen wir mit unseren Marken um 33,5 Prozent. Verbesserungen in unseren Sortimenten sowie eine Preis- und Serviceoffensive werden von unseren Kunden sehr gut angenommen. Außerdem etablieren sich Mobile- und Tablet-Shopping immer mehr als zusätzliche Vertriebskanäle“, freut sich Mag. Harald Gutschi, Sprecher der Geschäftsführung der UNITO-Gruppe.

Neben der generell immer stärker werdenden Verlagerung von Stationär- zu Online-Umsätzen profitiert der Online-Handel in diesem Jahr auch vom „Wegfall“ des 8. Dezembers als Einkaufstag. *„Dadurch fehlt dem Stationärhandel ein wichtiger Einkaufstag in der Vorweihnachtszeit, dies hat zu vorgezogenen Online-Einkäufen geführt“,* ergänzt Harald Gutschi.

Für den gesamten Zeitraum des Weihnachtsgeschäfts 2013 rechnet die UNITO-Gruppe nun mit einem Umsatzplus von 20 bis 25 Prozent – und damit mit einem vielfach stärkeren Wachstum als der Markt bzw. der stationäre Einzelhandel.

Weitere Informationen finden Sie im Internet auf www.unito.at/presse

Die UNITO Versand & Dienstleistungen GmbH mit Sitz in Salzburg und Graz ist ein Tochterunternehmen der Otto Group und in den Märkten Österreich, Deutschland und Schweiz aktiv. In Österreich ist man mit den Versandhandelsmarken Universal, OTTO und Quelle sowie dem Finanzdienstleister OKO vertreten, in der Schweiz agiert die UNITO-Gruppe mit den beiden Marken Ackermann und Quelle, in Deutschland mit den Marken Quelle und Alpenwelt.

1949 in Deutschland gegründet, ist die Otto Group heute eine weltweit agierende Handels- und Dienstleistungsgruppe mit rund 53.800 Mitarbeitern (Stand Februar 2013). 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 2012/13 (28. Februar) erwirtschaftete die Otto Group einen Umsatz von 11,8 Milliarden Euro. Sie ist weltweit größter Online-Händler für Fashion und Lifestyle und weltweit zweitgrößter Online-Händler mit dem Endverbraucher.

Pressekontakt:

Reichl und Partner PR GmbH
Franz-Josefs-Kai 47 · 1010 Wien

Mag. Vanessa Mucha-Trnavsky
Telefon +43 (0)1 5354838 6412
vanessa.mucha@reichlundpartner.at

UNITO Versand & Dienstleistungen GmbH
Alte Poststraße 152 · 8020 Graz · www.unito.at

Mag. Georg Glinz
Telefon +43 (0)316 5460 368 · Mobil +43 (0)664 8126148
georg.glinz@unito.at