

Pressemitteilung

Die UNITO-Gruppe erreicht erstmalig einen Online-Anteil von mehr als 90 Prozent und blickt der dynamischen Zukunft im Online-Handel optimistisch entgegen

Wien, am 12. November 2014 – Der Unternehmensgruppe mit ihren Marken Universal, OTTO und Quelle in Österreich ist die Online-Transformation erfolgreich gelungen, im November 2014 erreicht das Unternehmen erstmals einen Online-Umsatzanteil von mehr als 90 Prozent. Dank massiver Investitionen in den E-Commerce sowie daran angrenzende Bereiche wie Service und Logistik ist die UNITO-Gruppe bestens auf die weiterhin wachsende Dynamik im Online-Handel vorbereitet.

Die UNITO-Gruppe hat sich endgültig als größtes österreichisches Unternehmen im Online-Handel etabliert und den erfolgreichen Wandel hin zum Internet-Player dank der gezielten Positionierung ihrer Marken und der ständigen Optimierung aller relevanten Geschäftsprozesse im boomenden E-Commerce geschafft. Die digitale Revolution fordert ständig innovative Konzepte, der Handel im Internet ist mittlerweile ein grenzüberschreitendes Phänomen und die veränderten Kundenbedürfnisse stellen den Stationärhandel vor große Herausforderungen. *„Bestellt wird heute nicht mehr nur am PC, mobile Endgeräte wie Smartphones und Tablets dienen als primäre Kundenmedien. Bis 2017 rechnen wir damit, dass der Einkauf über mobile Endgeräte mehr als 80 Prozent unseres Umsatzes ausmachen wird“*, skizziert Mag. Harald Gutschi, Geschäftsführer der UNITO-Gruppe, das Kaufverhalten der Zukunft.

UNITO wächst und wächst

In den letzten vier Jahren verzeichnet die UNITO-Gruppe ein Wachstum von durchschnittlich mehr als 16 Prozent pro Jahr und erreicht mit 312,2 Millionen Euro¹ im letzten Geschäftsjahr 2013/14 (per 28. Februar) den höchsten Umsatz der Unternehmensgeschichte. Im aktuellen Geschäftsjahr 2014/15 – also im Zeitraum 1. März bis 31. Oktober 2014 – setzt sich diese rasante Entwicklung mit einem Wachstum von 7,3 Prozent im Vergleich zum Vorjahr bzw. einem erreichten Umsatz von 188,7 Millionen Euro fort. Für diese erfreuliche Entwicklung ist einmal mehr der stark boomende E-Commerce verantwortlich: Im Online-Handel wächst die UNITO-Gruppe im laufenden Geschäftsjahr 2014/15 um 17,7 Prozent. Im November 2014 werden die bekannten Marken der UNITO erstmals einen Online-Umsatzanteil von mehr als 90 Prozent verzeichnen.

Investitionen stärken den Erfolg

„Wir haben an allen Schrauben unseres Geschäfts gedreht und investieren für 2015 mehr als 15 Millionen Euro in den E-Commerce sowie in konkrete Vorteile für unsere Kundinnen und Kunden“, freut sich Harald Gutschi über die zukunftsweisenden Neuheiten. Seit Oktober 2014 freuen sich

¹ Gesamtumsatz lt. IFRS inkl. MwSt. – entspricht einem Gesamtumsatz lt. IFRS exkl. MwSt. von 267,1 Mio. Euro

Kundinnen und Kunden von Universal, OTTO und Quelle über eine versandkostenfreie Lieferung ab einem Bestellwert von 75 Euro. Außerdem wurden die Preise in zahlreichen Sortimenten dauerhaft gesenkt und gleichzeitig die Anzahl der angebotenen Artikel massiv vergrößert, die Lieferzeit verkürzt und das Shoppingvergnügen durch Investitionen in die E-Commerce-Technologie noch weiter verbessert.

Was die nahe Zukunft bringt: Zweistelliges Wachstum im Weihnachtsgeschäft 2014

Auch im diesjährigen Weihnachtsgeschäft werden österreichische Konsumentinnen und Konsumenten ihre Weihnachtsgeschenke immer öfter über PC, Tablet oder Smartphone bestellen anstatt sich in die endlosen Warteschlangen vor den Kassen der Einkaufsgeschäfte einzureihen. Die Marken Universal, OTTO und Quelle sind mit ihren Online-Shops bestens auf diesen Ansturm an Kunden vorbereitet. Die UNITO-Gruppe rechnet im Weihnachtsgeschäft 2014 mit einem Umsatzwachstum von mehr als 10 Prozent im Vergleich zur Weihnachtszeit des Vorjahres.

„Der sich im Umbruch befindliche Stationärhandel wird auch dieses Weihnachten die hohen Zuwachsraten des Online-Handels bei weitem nicht erzielen können“, prophezeit Harald Gutsch. Den Umsatz im Dezember werden erfahrungsgemäß exklusive Marken im Textilbereich und technische Produkte rund um Smartphones, Tablets oder Kaffeemaschinen ankurbeln.

Die Unternehmensgruppe peilt bis zum Jahr 2020 ein nachhaltiges, profitables Wachstum auf einen Umsatzniveau von 550 Millionen Euro p.a. an. Aktuell beschäftigt die UNITO-Gruppe 660² Mitarbeiter an ihren Standorten in Salzburg, Graz, Bergheim und Linz. Um die Dynamik im Online-Handel auch künftig aktiv mitzugestalten, sucht das Unternehmen innerhalb der nächsten 18 Monate rund 50 neue Mitarbeiter – vor allem in den Fachbereichen E-Commerce, Online-Marketing, Business Intelligence und Shop-Management.

Weitere Informationen 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 den Märkten Österreich, Deutschland und Schweiz aktiv. In Österreich ist man mit den Marken 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 54.200 Mitarbeitern (Stand Februar 2014). 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 2013/14 (per 28. Februar) erwirtschaftete die Otto Group einen Umsatz von 12 Milliarden Euro. Sie ist weltweit der zweitgrößte Onlinehändler mit dem Endverbraucher und in Europa der größte Onlinehändler für Fashion und Lifestyle mit dem Endverbraucher (B2C).

Pressekontakt:

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

Jürgen Pock, MA
Telefon +43 (0)316 5460-417 · Mobil +43 (0)664 8253461
juergen.pock@unito.at

² inkl. Leihmitarbeiter und externe Mitarbeiter (Stand: 28. Februar 2014)