

ONLINEHANDEL

Alibaba unbeirrt auf Erfolgsspur

PEKING. Die chinesische Handelsplattform Alibaba hat im abgelaufenen Geschäftsjahr erneut kräftig zugelegt. Jetzt will das Unternehmen durch einen Aktienrückkauf bis zu 5 Mrd. USD (5,4 Mrd. €) an seine Aktionäre zurückgeben. Das Rückkaufprogramm soll zwei Jahre lang laufen.

56 Prozent Umsatzplus

Im vergangenen Geschäftsjahr (bis Ende März) konnte Alibaba das Geschäft deutlich ausbauen: Der Umsatz erhöhte sich im Jahresvergleich um 56% auf 158 Mrd. Yuan (20,6 Mrd. €) – das ist deutlich mehr, als von den Analysten erwartet. Der operative Gewinn legte um fast zwei Drittel auf 48 Mrd. Yuan (6,2 Mrd. €) zu. Die Zahl der monatlich aktiven Käufer auf mobilen Geräten verdoppelte sich in Jahresfrist nahezu auf 507 Millionen. Unterm Strich verdiente Alibaba aber mit knapp 44 Mrd. Yuan (5,7 Mrd. €) um 39% weniger als im Vorjahr, als die Verkaufserlöse das Ergebnis nach oben getrieben hatten. (APA)

**Chinas Superstar**

Der Chef des chinesischen Internethändlers Alibaba, Jack Ma, gilt als reichster Chinese.

Die besten Shops

Das Ranking der beliebtesten Markenshops im eCommerce dominieren die Hersteller von Mode und Elektronik.



Mode ist beliebt beim Onlineshoppern: 80 von 200 Markenshops sind fashionaffin, 49 handeln mit Elektronikartikeln.

WIEN. Laut Erhebungen von Pepper.com, der weltweit größten Social Commerce-Gruppe, riefen österreichische Verbraucher im ersten Quartal dieses Jahres 82.560 Mal den Online-Shop der britischen Kosmetikmarke Lush auf. Das war um ganze 70.137 Mal häufiger als noch Anfang 2016.

Lush war damit im doppelten Sinne eine Ausnahme: Zum einen stand das Wachstum im Gegensatz zum allgemeinen Trend: Österreichische Konsumenten besuchten die 200 größten Markenshops im Jahresvergleich nicht etwa häufiger, sondern mit 25,4 Mio. Visits um 12,81 Prozent seltener. Zum anderen war Lush neben Yves Rocher (Rang 38, 77.689 Visits) die einzige Kosmetikmarke unter den 50 beliebtesten Herstellershops in Österreich.

Fashion ist dominant

Hersteller von Mode und Elektronik dominierten das Ranking der beliebtesten Markenshops:

80 von 200 handelten mit Mode, 49 mit Elektronik. Die 22 Markenshops aus dem Bereich Haus und Garten wie Miele, Bosch oder Vorwerk folgten mit großem Abstand auf Rang drei.

Noch deutlicher fällt der Blick auf die Top-50 der reichweitenstärksten Markenshops aus; hier fanden sich im ersten Quartal 24 Elektronik- und 16 Mode-Shops, während Hersteller von Produkten aus den Bereichen Haus

und Garten (vier Shops) sowie Schmuck und Accessoires und Kosmetik (jeweils zwei Shops) und Sport sowie Spielzeug (jeweils ein Shop) in der Unterzahl waren.

Entsprechend hatten Mode- und Elektronikhersteller im ersten Quartal den größten Anteil an 25,4 Mio. Shop-Besuchen, die die 200 größten Hersteller für sich verbuchen konnten. Satte 73,32% aller Besuche aus Österreich (18,62 Mio. Visits) entfielen auf Markenshops von Elektronikherstellern, 44,1% davon auf die Erstplatzierten Apple (6,09 Mio. Visits) und Samsung (5,11 Mio. Visits). Ihr Abstand auf den hinter HP (Rang 3, 883.457 Visits) Viertplatzierten und ersten Modehersteller Asos (752.968 Visits) betrug satte 4,35 Mio. Visits (324,1%).

Insgesamt entfielen auf Markenshops von Modeherstellern 17,58% (4,4 Visits) aller Besuche. Damit lagen sie vor den Herstellern aus den Bereichen Schmuck und Accessoires. (nov)

”

Der Trend im Digital Retail ist klar: Es gibt immer mehr auf immer weniger großen Plattformen.

Harald Gutschi
Unito Group

“