

NACHHALTIG

Green Brands geht in nächste Runde

WIEN. Die Brand-Marketing-Organisation Green Brands begann vor Kurzem mit dem vierten, zweijährigen Verfahren zur Auszeichnung ökologisch nachhaltiger Marken in Österreich.

Mit der Green Brands-Auszeichnung werden Produkte, Lebensmittel, Dienstleistungen und Unternehmen geehrt, die nachweisbar ökologische Nachhaltigkeit praktizieren und somit, so die Initiatoren, „eine hohe nationale wie internationale Anerkennung verdienen“. (red)

www.Green-Brands.org

LEBENSMITTEL

Lidl testet die autonome Filiale

LISSABON. Lidl testet in Lissabon eine ‚amputierte‘ Variante à la Amazon Go. Kunden scannen die Waren mit der App Lidl Shop & Go, dürfen dann durch eine Kasse ohne Schlange, beenden den Einkauf mit einem Finger-Touch und halten den dann erscheinenden QR-Code an ein Lesegerät. Beahlt wird bar oder per Karte. Lidl ist aber auch an anderer Stelle digital orientiert: Ab Ende kommender Woche startet der Discounter offiziell mit seinem Online-Shop auf der Alibaba-Plattform Tmall Global. (red)



© APA/dpa/Matthias Balk



© Unito Versand & Dienstleistungen

Unito-Chef Harald Gutschi stellt klar: Die Otto Group leidet nicht an der Digitalisierung – sie gestaltet diese maßgeblich mit.

Otto will flotter werden

Die Onlineshops der Otto Group wollen die Expansion mit externen Partnern und mehr Sortimentsfülle beschleunigen.

WIEN. Der Umsatz der mehr als 100 Onlineshops der Otto Group legte weltweit auf vergleichbarer Basis um rund zehn Prozent zu und betrug knapp sieben Mrd. €. Das Onlinebusiness ist somit laut Unito-Chef Harald Gutschi der Wachstumstreiber im Unternehmen: „This is the beginning of the beginning des digitalen Zeitalters“, ist Gutschi überzeugt und legt dar, dass Otto Group „die Digitalisierung nicht erleidet, sondern gestal-

tet“. Dem entsprechen die dazugehörigen Wachstumsraten: Von 2009 bis 2016 belief sich das durchschnittliche Wachstum im Onlinebusiness nämlich auf satte 24,1%.

Mehr von allem

Für die Zukunft sollen nun mehr Sortiment, mehr Service und intelligentere Beratung die Otto Group im eCommerce noch flotter machen. Schließlich gilt es, für 2022 die ehrgeizige Um-

satzzielmarke von 17 Mrd. € zu erreichen; der Stand heute: 12,5 Mrd € (+3,4%).

Dazu passend, wird derzeit Otto.de zu einer Plattform, die stärker mit Marken, Händlern und Influencern vernetzt wird. Anders gesagt: Otto will sich zunehmend für Partner und neue Sortimente öffnen. Derzeit nutzt Otto rund 200 externe Partner. Das Sortiment geht in Richtung zehn Mio. Produkte – eine Verfünffachung. (nov)

Es darf geparkt werden

Öffnung der Anrainerparkplätze für Herbst angekündigt.

WIEN. Vor einigen Jahren hat die Stadt Wien sogenannte Anrainerparkplätze ins Leben gerufen: Parkpickerl-Bezirke haben die Möglichkeit, einen Teil der Stellplätze für ihre Bewohner zu reservieren. Dieses Exklusivrecht wird nun teils wieder aufgehoben. Künftig kann dort täglich zwischen 8:00 und 16:00 Uhr wieder jedermann parken, kündigte Verkehrsstadträtin Maria Vassi-

lakou an. Angepeilt ist, die Änderung im Herbst einzuführen. „Sensationell“ nennt Rainer Trefelik, Obmann der Sparte Handel in der Wirtschaftskammer Wien, die Öffnung der Anwohnerparkzonen für Wirtschaft und Konsumenten: „Dadurch haben unsere Kunden wieder die Möglichkeit, mit dem Auto in die Wiener Einkaufsstraßen und deren Nebenlagen zu kommen.“ (APA/red)



© Gerry Frank Photography