



© Unio/APA-Fotoservice/Hörmandinger

Unio-Chef Harald Gutschi will im Onlinebusiness bereits in wenigen Jahren drei bis fünf Mio. Artikel anbieten.

5.000 Marken angeboten, sagte Harald Gutschi, Sprecher der Geschäftsführung. Pro Monat kämen über 20.000 neue Artikel dazu. „Bereits in wenigen Jahren wollen wir unseren Kunden eine Auswahl von drei bis fünf Millionen Artikeln und eine noch viel breitere Auswahl an Marken und Sortimentsgruppen bieten“, kündigte er an.

Am gesteckten Umsatzziel für das gesamte Geschäftsjahr von 375 bis 410 Mio. € hält Unio fest; mittlerweile gehe man davon aus, dass die Gruppe erstmals in ihrer Geschichte einen Umsatz von mehr als 400 Mio. € erzielen kann, so Gutschi.

Voll am Gaspedal

Unio übertrifft alle Umsatzerwartungen; Chef Harald Gutschi hat besonders im Online-Geschäft hohe Erwartungen.

••• Von Christian Novacek

GRAZ. Die Versandhandelsgruppe Unio – zu ihr gehören die Marken Quelle, Otto und Universal – hat im ersten Geschäftshalbjahr 2017/18 eine Umsatzsteigerung von 22,6% auf 205,4 Mio. € hingelegt. Damit sind die eigenen Erwartungen – 10 bis 20% plus – übertroffen worden. Die Gruppe mit Sitz in Salzburg

und Graz verdankt den Schub vor allem dem Handel im Internet.

Stark im Digital Retail

182,7 Mio. € oder annähernd 90% des Umsatzes in der ersten Hälfte des Geschäftsjahrs (1. März bis 31. August) gingen auf den Onlinehandel zurück; dieser Bereich sei weiterhin wachsend. Unio betreibt zur-

zeit 21 Online-Shops in sieben Ländern.

Das Wachstum führt die Gruppe unter anderem auf Investitionen in neue Technologien in der Größenordnung von rund fünf Mio. € im abgelaufenen Geschäftsjahr zurück. Außerdem sei das Sortiment weiter ausgebaut worden: Inzwischen werden auf den Plattformen über eine Mio. Artikel und rund

Facts & Figures

Unio Online

182,7 Mio. € oder annähernd 90% des Umsatzes in der ersten Hälfte des Geschäftsjahrs (1. März bis 31. August) gingen auf den Onlinehandel zurück. Unio betreibt 21 Online-Shops in sieben Ländern.

Erlös 1. Hj.

Mit einem Gesamtumsatz von 205,4 Mio. € in der ersten Hälfte des laufenden Geschäftsjahrs 2017/18 gelingt dem größtem österreichischen Online-Händler ein Plus von 22,6% – deutlich über der Prognose von 10 bis 20%.

Alibaba baut kräftig aus

12,6 Mrd. Euro für Lager- und Lieferdienste geplant.

HONGKONG/HANGZHOU. Der chinesische Amazon-Rivale Alibaba treibt mit einer Milliardeninvestition sein Auslandsgeschäft voran: In den kommenden fünf Jahren sollen 15 Mrd. USD (12,6 Mrd. €) in ein globales Logistiknetzwerk fließen.

Zugleich stockt Alibaba seine Beteiligung an einem Zusammenschluss von führenden chinesischen Logistikfirmen auf

51% auf. Damit will der Konzern das leistungsfähigste Logistiknetzwerk in China und der ganzen Welt aufbauen.

Die 15 Mrd. USD sollen v.a. in den Ausbau von Lager- und Lieferdiensten sowie in Datentechnik fließen. Alibaba forciert verstärkt Wachstum im Ausland – zuletzt wurden zwei Mrd. USD in den südostasiatischen Online-Händler Lazada gesteckt. (APA)



© AFP/Geoffroy Van der Hasselt

Alibaba-Chef Daniel Zhang will weltweit leistungsfähigstes Logistiknetzwerk.