



© Katharina Schiffl (2)

Kampfansage

Post-Chef Georg Pölzl am IAA Business Communication Lunch: Auch regionale Marktplätze können im Web gegen Amazon bestehen.

shöpping.at als Chance für Kleine

shöpping.at von der Post bietet Österreichs Klein- und Mittelbetrieben eine Onlinehandelsperspektive.

WIEN. Georg Pölzl, Vorstandsvorsitzender und Generaldirektor der Österreichischen Post AG, sagt den Onlineriesen Amazon und Google den Kampf an. Beim IAA Business Communication Lunch erläuterte er, warum aus seiner Sicht regionale, virtuelle Marktplätze eine realistische Chance neben diesen internationalen Giganten haben. Und er hat sich sein probates Mittel selbst gezimmert: Seit 5. April 2017 gibt es shöpping.at; dabei handelt es sich um den neuen Online-Marktplatz der Österreichischen Post AG.

Ziel von shöpping.at ist es, den Online-Handel in rot-weiß-rot mitzugestalten – und gleichzeitig österreichische Unternehmen und Produkte zu fördern, Arbeitsplätze im Inland zu sichern. Pölzl zieht nach dem ersten Halbjahr eine vorwiegend positive Bilanz.

Vor acht Jahren ist Georg Pölzl als Vorstandsvorsitzender

und Generaldirektor der Österreichischen Post AG angetreten, um das Unternehmen in der Marktliberalisierung erfolgreich auf Kurs zu halten und mithilfe von Restrukturierungsmaßnahmen und der Öffnung neuer Geschäftsfelder fit für die Zukunft zu machen.

Anfang April wurde der Online-Marktplatz shöpping.at ins Leben gerufen. Dessen Hauptaugenmerk liegt auf der Förderung österreichischer Händler und Produkte und der Stärkung österreichischer Klein- und Mittelbetriebe.

Österreichische Alternative

Mit einer jährlichen Steigerung von rund 17% ist das Online-Handelsgeschäft äußerst attraktiv. Rund 60% der Produkte kommen dabei aus dem Ausland – mit weiterhin steigender Tendenz. „Es wird nicht möglich sein, Amazon, Zalando und Co ihren Rang abzulaufen, aber wir

sehen shöpping.at als sehr gute Alternative für österreichische Händler und Produzenten, ihre Waren günstig und verlässlich zu verkaufen“, erläutert Pölzl. Dabei bliebe die Wertschöpfung im Land, was wiederum heimische Arbeitsplätze sichert. Im Idealfall können kleinere oder mittlere Unternehmen sogar

IAA Facts & Figures

National

In Österreich zählt die IAA rd. 300 Mitglieder aus Werbeagenturen, Medien und werbetreibender Wirtschaft sowie rd. 150 Mitglieder der IAA Young Professionals; sie ist Sprachrohr der Kommunikations- und Werbebranche.

International

Die International Advertising Association (IAA) mit Hauptsitz in New York wurde 1938 gegründet, um sich für die verantwortungsvolle Gestaltung von Werbekommunikation einzusetzen; sie verfügt über 56 Chapter in 76 Ländern.

auf den eigenen Webauftritt verzichten und die Bewerbung und Vermarktung ihrer Produkte oder Dienstleistungen direkt über shöpping.at vorantreiben. (red)



IAA-Vizepräsidentin Kristin Hanusch-Linser und Post-Chef Georg Pölzl.