



© Unio/APA-Fotoservice/Hörmandinger

Otto gehört zur Unio-Gruppe; laut deren Chef Harald Gutschi machen vor allem starke Marken den Erfolg aus.

Otto legt gut los

Im Gleichklang mit der Otto Group, die mehr als 10% im Erlös zulegen konnte, steigert sich auch Otto Österreich.

GRAZ. Der heimische Online-Player Otto, der österreichweit zu den Top fünf umsatzstärksten Online-Shops zählt, schafft pünktlich zum 20-jährigen Online-Jubiläum einen zweistelligen Umsatzzuwachs. Einkaufstechnisch boomt dabei das virtuelle Shopping mit mobilen Endgeräten: Der Umsatz mit Smartphones schnellte in die Höhe und wächst um 75%.

Momentan verfügt Otto über ein Warenangebot von 2 Mio. Artikeln bei rund 2.700 Marken und wird das Angebot in den kommenden Jahren mehr als verdoppeln.

„Otto Österreich verdankt seinen kontinuierlichen Online-Erfolg nicht nur den steten technischen Neuerungen und den Top-Services, sondern auch seinem ständig wachsenden An-

gebot an starken Marken“, freut sich Harald Gutschi, Geschäftsführer der Unio-Gruppe, zu der Otto gehört. Und: „Das Vertrauen, das uns kundenseitig in den letzten 20 Jahren entgegengebracht wurde, macht uns sehr stolz.“

Die digitale Evolution

Otto startete im Frühjahr 1998 durch die Eröffnung des Online-Shops auf ottoversand.at mit

dem Online-Geschäft. Im Fokus der vergangenen 20 Jahre stand eine digitale Evolution mit Investitionen in Technologie, die Performance-Optimierung des Shops, Sortimentsausbau, Verbesserung der Logistik und die Servicierung – mithin eine gediegene Intensivierung des ganzheitlichen Online-Einkaufserlebnisses.

Otto arbeitet derzeit an der Weiterentwicklung der Shopping-Plattform und dem Ausbau des Marken-Portfolios sowie der Otto App. Stark konnten übrigens die Sortimente Technik (+50%) und Bekleidung (+20%) zulegen. (nov)

Otto Group-Umsätze

Big Otto: 7,8 Mrd. Euro schwer

Der deutsche Handels- und Dienstleistungskonzern Otto Group hat seine Online-Umsätze sowohl international als auch in Deutschland kräftig gesteigert. Weltweit stiegen die Verkäufe über das Internet im abgelaufenen Geschäftsjahr um 10,9% auf 7,8 Mrd. €, davon in Deutschland um 10,2% auf 5,4 Mrd. €. Das teilte die Otto Group diese Woche am Dienstag in Hamburg mit. Damit habe das Unternehmen seine Position als zweitgrößter Internethändler in Deutschland und einer der größten weltweit behauptet.

Preisbarometer Großhandel

Blumen und Gemüse wurden deutlich teurer.

WIEN. Der Anstieg der Großhandelspreise hat sich im Februar abgeschwächt: Im Vergleich zum Vorjahresmonat legten sie laut vorläufigen Zahlen um 2,1% zu; im Jänner hatte der Preisanstieg im Jahresvergleich laut Statistik Austria noch 3,3% betragen.

Im Vergleich zum Vormonat Jänner 2018 sanken die Großhandelspreise um ein Prozent. Im Jahresabstand verteuerten

sich vor allem technische Chemikalien (+27,2%), Blumen und Pflanzen (+10,7%), Kraftwagen-teile und -zubehör (+8,1%) sowie Tabakwaren (+7,6%). Verbilligt haben sich insbesondere Obst, Gemüse und Kartoffeln (-5,7%) sowie Motorenbenzin inkl. Diesel (-2,2%). Gegenüber Jänner 2018 verteuerten sich Blumen und Pflanzen (+4,5%) sowie Fleisch und Fleischwaren (+1,4%). (red)



© AFP/Martie Bildstein

Blumen wachsen kräftig – bei Großhandelspreisen um mehr als 10% im Jahr.