

Aldi geht nach China

Nach den ersten Erfahrungen im Onlineshopping in China will Aldi nun auch stationär im Land der Mitte reüssieren.



© dpa/Martin Gerten; PantherMedia/diaboost / Montage: B. Schmid

Online strahlt das Aldi-Logo bereits in China, nun werden auch schon die Weichen fürs stationäre Geschäft gestellt.

FRANKFURT. Die Hofer-Mutter Aldi will in China nicht mehr bloß online, sondern auch über Filialen verkaufen. Aldi Süd fasst einem Bericht der deutschen *Lebensmittel Zeitung* zufolge den Aufbau eines stationären Ladennetzes ins Auge. Derzeit würden die „Expansionsteams zusammengestellt“.

Aldi Süd stehe damit „vor einem der größten Expansionsvorhaben der Unternehmensgeschichte“. Das Unternehmen

selbst erklärte lediglich lapidar, es wolle sich weiter auf seine Online-Aktivitäten in China konzentrieren.

Startpunkt Alibaba

Aldi Süd bietet seit 20. März 2017 Produkte auf der Internet-Handelsplattform Tmall Global an, die zu Alibaba gehört. Nach damaligen Angaben setzt der deutsche Discounter auf Lebensmittel mit „guten Absatzmöglichkeiten“ in der Volksrepublik,

unter anderem „verschiedene Weine, Snack- und Frühstückserzeugnisse“. Versorgt wird der chinesische Markt über australische Lieferanten.

Nun schaut sich Aldi Süd angeblich unter chinesischen Managern um, die für europäische Handelskonzerne gearbeitet haben. Als geeignete Region für einen Start gelte u.a. Shanghai. Ziel sei, sich so schnell wie möglich 50 Filialen sowie ein Zentrallager zu sichern. (APA)

ONLINEHANDEL

Zalando kürzt bei Marketingjobs

BERLIN. Der Online-Modehändler Zalando will seine Produkte stärker mithilfe von Computerprogrammen vermarkten und baut deshalb Stellen im Marketing in Berlin ab; 200 bis 250 Beschäftigte seien betroffen. Zalando beschäftigt in Berlin rd. 6.000 seiner 15.000 Mitarbeiter. (APA)

HAUSHALTSGERÄTE

Miele ist auf der Erfolgsstraße



© Andreas Kolarik

WALS. Der Hausgerätehersteller Miele hat in Österreich im Jahr 2017 seinen Umsatz gegenüber dem Vorjahr um 15,6 Mio. € oder sieben Prozent auf 238,5 Mio. € gesteigert. Bei den Hausgeräten wuchs der Umsatz um acht Prozent und damit stärker als der Markt (+3%). Miele habe in Österreich seine Marktführerschaft deutlich ausbauen können, hieß es aus der Miele Österreich-Zentrale in Wals (Flachgau).

„Das Familienunternehmen kann mit großer Zuversicht in die Zukunft schauen und bietet über 400 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sichere und zukunftsfähige Arbeitsplätze“, erklärt der Miele Österreich-Chef Martin Melzer (Bild). Das Werk in Bürmoos (Flachgau) habe 2017 den guten Vorjahresumsatz um einen Prozentpunkt auf 39 Mio. € steigern können. (red)

Kastner & Öhler legt zu

Plus im Erlös von 3,5 Prozent auf 270 Mio. Euro.

GRAZ. Das steirische Mode- und Sportunternehmen Kastner & Öhler hat im Geschäftsjahr 2017/18 (per Ende Februar) den Umsatz im Vergleich zum Geschäftsjahr davor um 3,5% auf 270 Mio. € gesteigert. „Das Geschäftsjahr 2017/18 war für uns in allen Bereichen ein äußerst erfolgreiches Jahr“, sagt Vorstandsvorsitzender Martin Wäg. Und weiter: „Aktuell investieren

wir mehr als 20 Mio. Euro in unsere Filialen und bauen unsere Online-Aktivitäten Schritt für Schritt weiter aus. Damit sind wir ideal aufgestellt, um den Konjunkturaufschwung, der nun langsam auch den Handel erreicht, maximal zu nutzen.“

Der Online-Umsatz wurde im Vorjahr verdoppelt, konkrete Zahlen dazu wurden aber nicht genannt. (red)



© Kastner & Öhler