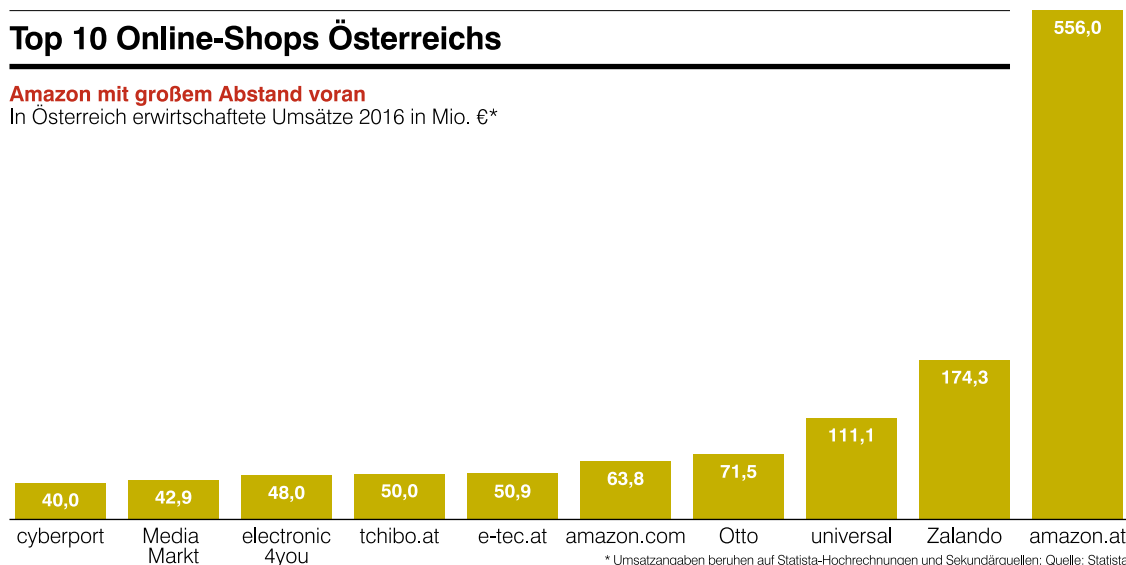


## Top 10 Online-Shops Österreichs

**Amazon mit großem Abstand voran**

In Österreich erwirtschaftete Umsätze 2016 in Mio. €\*



© Unito Gruppe/Christian Jungwirth

**Harald Gutschi**  
Unito Gruppe

„Wir sind at the beginning of the beginning des digitalen Zeitalters in Österreich. In den Top-20 Einkaufsstraßen Österreichs sind letztes Jahr die Flächen um zehn Prozent gesunken. Das größte Shoppingcenter ist per Smartphone in der Hosentasche. Die Unito-Otto-Gruppe wuchs in den letzten acht Jahren jedes Jahr um elf Prozent auf über 400 Mio. Euro in 2017; wir erwarten eine Umsatzverdoppelung auf 850 Mio. Euro bis 2025. Online boomt, dennoch sind wir erst am Anfang ...“

# Wer Online sagt, sagt auch Amazon

Amazon ist im Digital Retail Österreichs nach wie vor die überragende Messlatte; Unito legt dahinter gut zu.

WIEN. Der heimische Online-riesen ist ein internationales Schwergewicht: Amazon hat die österreichischen Online-Umsätze fest im Griff. Und auch die Nummer 2 in Sachen Digital Retail ist mit Zalando nicht gerade eine österreichische Visitenkarte.

Allerdings: Auf Rang 3 und 4 bringt sich die Unito-Gruppe mit Universal und Otto bereits gut in Stellung. Die kennt zwar auch eine deutsche Mutter namens Otto, allerdings ist sie steuerlich und geschäftlich hierzulande bestens verankert. Deren Chef Harald Gutschi über das Reüssieren neben Amazon: „Wir setzen auf Innovation, doch ein Ziel ist bewusst traditionell geblieben: So nahe wie möglich bei unseren Kunden zu sein, ihre Bedürfnisse zu erkennen und ihnen ihren Alltag mit relevanten Mehrwerten zu erleichtern. Wir bieten unseren Premiumkunden beispielsweise individuelle Shopping-Vorteile wie versandkostenfreie Lieferung, bevorzug-

ten Kundenservice und exklusive Rabatte.“ Das Rezept geht aktuell bestens auf – insbesondere im boomenden Mobile-Shopping verzeichnet beispielsweise Universal 2017/18 einen Umsatzzuwachs von 57%.

### Online Lebensmittel shoppen?

Nach wie vor offen bleibt die Frage, ob man jemals mit Lebensmitteln im Digital Retail reüssieren wird. Rewe gesamt stemmt hierzulande 30 Mio. € Online-Umsatzgewicht, laut Vorstand Marcel Haraszti „ein zartes Pflänzchen, das noch wachsen wird.“

Spar-Präsident Gerhard Drexel drückt sich in der Einschätzung der virtuellen Erwartungen vorsichtig aus: „Der Anteil des Onlinehandels mit frischen Lebensmitteln in Österreich und in den von uns bearbeiteten Nachbarländern beträgt derzeit bei den meisten stationären Lebensmittelhändlern nur zwischen 0,5 bis zwei Prozent. Auch ist der Anteil der sogenannten Pure Player am

LEH-Volumen in diesen Ländern derzeit nicht höher. Ich will da keine Prognose machen, aber zurzeit wird das Thema Onlinehandel mit frischen Lebensmitteln in Österreich überschätzt.“

### Onlineaffine Österreicher

Prinzipiell sind die Österreicher onlineaffin: Im Vergleich unter 19 überwiegend europäischen Ländern zählt die Alpenrepublik zu jenen mit den höchsten Online-Ausgaben pro Kopf. Im Schnitt gibt jeder Österreicher 885 € für Bücher, Bekleidung & Co in Online-Shops aus (Erhebung von RegioData).

Die höchsten Pro-Kopf-Ausgaben haben mit 1.118 € die Briten, gefolgt von den Schweizern (1.033 €) und Norwegern (920 €). Österreich nimmt im Ranking Platz 4 ein. Am dynamischsten entwickelten sich zwischen 2015 und 2016 die Online-Einkäufe in Großbritannien, Deutschland, Italien und Niederlanden. Schlusslichter sind Russland und die Türkei. (nov)



© Stephan Dolleschal

**Rainer Will**  
Handelsverband

„Nicht umsonst sind die Onlinehändler die Sieger unter den Generalisten: Sie haben kaum eine flächenbedingte Sortimentslimitierung und spielen diesen Vorteil mit einem nahezu unbegrenzten Warenangebot bestens aus. Das kommt beim Kunden vielfach an. Dieser wünscht sich aber vor allem ein nahtloses Einkaufserlebnis – online und auf der Fläche. Hier tut der Handel gut daran, seine stationären Schmuckstücke digital aufzuladen.“