

Onlinehandel gibt der Pappe Auftrieb

Aufgrund des boomenden eCommerce fällt die Bilanz der österreichischen Wellpappeindustrie sehr positiv aus.



© FWM/M. Draper (2)

WIEN. Wer Online-Handel sagt, muss auch Pappkarton sagen. Entsprechend verzeichnete die Karton-Branche 3,8% Umsatzplus in 2017. Eine Milliarde Quadratmeter des Verpackungsmaterials wurden verkauft, und der Online-Handel ist dabei der wichtigste Wachstumstreiber – jedenfalls laut dem Forum Wellpappe Austria. Sieben bis zehn

Prozent der Produktion gehen bereits in den Versand elektronischer Bestellungen.

Insgesamt steigerten sieben Unternehmen mit zusammen etwa 2.000 Mitarbeitern ihren Umsatz auf 519,9 Mio. € (2016: 500,9 Mio. €); 2018 soll es laut Max Hölbl, Sprecher des Forum Wellpappe, noch einmal drei Prozent Wachstum geben. Aller-

dings: Aufgrund der Knappheit an Rohpapier stiegen auch die Preise um bis zu 24%.

40% der Produktion (193.000 von 478.000 t) gehen ins Ausland. Im Gegenzug werden 153.000 t Wellpappe importiert, wobei die Importmenge mit 15% stärker zugelegt hat als die heimische Produktion (+3,2%).

Metro in the Box

Wichtiger Partner der Wellpappe ist neben der Post auch der Händler Metro. Dieser handelt nach den Prinzipien der Kreislaufwirtschaft: Remove, Reduce, Reuse, Renew und Recycle. „In unserer Verpackungsleitlinie haben wir festgelegt, dass wir die Verwendung von Recyclingmaterialien steigern sowie neue Verpackungsmaterialien – wie etwa Wellpappe – berücksichtigen, die die Umweltverträglichkeit erhöhen“, so Arno Wohlfahrter, Generaldirektor von Metro Cash & Carry Österreich. (red)



Auch die Wiesbauer-Wurst verweilt eine Zeit lang ganz gern im Karton.

UMFRAGE

Häufiger Betrug im eCommerce



© CRIF

SALZBURG/WIEN. Vier von fünf der Onlineshop-Betreiber in Österreich waren schon mit Betrug oder einem Betrugsversuch konfrontiert. Das geht aus einer Umfrage der Wirtschaftsauskunft CRIF hervor. In der Schweiz lag der Wert bei 93%, in Deutschland gar bei 97%. Die Hälfte der Befragten erkannte einen Anstieg der Betrugsfälle in den vergangenen zwölf Monaten. „Mit der steigenden Zahl an Online-Shops und an Online-Transaktionen geht leider auch eine Zunahme an professionellen und organisierten Betrugsversuchen einher“, erklärte Boris Recsey von CRIF Österreich (Bild). „Die Auswirkungen für die Händler reichen von finanziellen Einbußen über hohe juristische Kosten bis hin zu Reputationsschäden.“

Identitätsklau boomt

Die häufigste Form des Betrugs ist laut Umfrage Identitätsdiebstahl: Die Hälfte der befragten österreichischen Online-Shops war bereits damit konfrontiert, dass sich ein Kunde als eine komplett andere reale Person ausgibt. Zweitgrößtes Problem ist die Zahlungsunfähigkeit von Kunden: Den Bestellern ist bereits beim Kauf einer Ware bewusst, dass sie die Rechnungen nicht begleichen können. (APA)