



Der weltgrößte Internethändler will künftig statt von einem Standort in Seattle (Bild) von drei Zentralen aus agieren.

ben. Während sich Politiker gern mit großem Rummel als Jobbeschaffer feiern lassen, sehen Experten die Praxis skeptischer.

#### Transparente Wahl?

Häufig werden Investitionen und Arbeitsplätze durch Steuergelder teuer erkauft, zudem erfüllen sich die Versprechen längst nicht immer. Ein Aktionsbündnis, das Vertreter von 21 Bundesstaaten umfasst, appellierte deshalb bereits an Amazon-Chef Jeff Bezos, das Auswahlverfahren möglichst transparent zu gestalten. (APA/red)

#### Standortsuche

##### Wer wird Amazons Liebling?

Beim weltgrößten Internethändler, der zuletzt insgesamt rund 613.300 Angestellte beschäftigte, gingen in Bezug auf die neue Standortwahl 238 Bewerbungen ein. Darunter waren einige kreative Kampagnen – aus Tucson in Arizona erhielt Amazon-Chef Jeff Bezos einen riesigen Kaktus, New York ließ das Empire State Building in „Amazon Orange“ erstrahlen, und Atlantas Vorort Stonecrest bot an, einen Teil der Stadt in „City of Amazon“ umzubenennen.

# Amazon's Choice

Der Onlineriese Amazon will zwei weitere Hauptsitze eröffnen, 238 Städte haben sich darum beworben.

SEATTLE. Amazon vergrößert sich und braucht dafür nun nicht wie ursprünglich kolportiert ein weiteres Hauptquartier, sondern gleich deren zwei. Laut US-Medien ist das Auswahlverfahren weit fortgeschritten. Die *New York Times* berichtete unter Berufung auf gut informierte

Quellen, dass Amazon kurz davor stehe, zwei Standorten den Zuschlag zu geben.

Dabei handle es sich um Crystal City im Norden des Bundesstaats Virginia, das mit einer günstigen Lage nahe der US-Hauptstadt Washington DC punkte, sowie Long Island City

im New Yorker Bezirk Queens. Dem *Wall Street Journal* nach darf sich auch das texanische Dallas Hoffnung machen.

Amazon verspricht neben Jobs auch hohe Investitionen. Im Gegenzug winken dem Konzern massive Steuernachlässe derjenigen Standorte, die sich bewer-



| Top-Agenturen Österreichs

## Zalando: operativer Verlust

Im 3. Quartal mit 38,9 Mio. Euro in den roten Zahlen.

BERLIN. Europas größter Online-Modehändler Zalando hofft nach einem verlustreichen dritten Quartal aufs Wintergeschäft. Das Unternehmen rechnet dabei mit einem Umsatzwachstum von 20 bis 25%.

Für das Gesamtjahr rechnet der Vorstand allerdings insgesamt nur noch mit einem Umsatzzuwachs am unteren Ende dieser Spanne. Das bereinigte

operative Ergebnis (EBIT) soll 150 bis 190 Mio. € erreichen. Im dritten Quartal kletterten die Erlöse um 11,7 Prozent auf 1,2 Mrd. €. Das bereinigte operative Ergebnis fiel mit 38,9 Mio. € negativ aus. Der Konzern hatte bereits mehrfach seine Jahresziele zurückgeschraubt; er litt ebenso wie die übrige Textilbranche unter der Hitzewelle in Europa. (APA)



Zalando erhofft sich im Weihnachtsgeschäft einen kleinen Umsatzboost.