

EINZELHANDEL

*Absatzvolumen
in Europa sinkt*

LUXEMBURG/WIEN. Das Absatzvolumen des Einzelhandels in der Eurozone ist im Dezember 2018 gesunken. Gegenüber dem Vormonat ging es laut Eurostat in der Eurozone um 1,6 und in der EU-28 um 1,4% zurück. Im November konnte man noch einen Zuwachs von 0,8 (Eurozone) bzw. 1% (EU-28) verzeichnen. (red)

NAHVERSORGER

*ÖBB kooperiert
mit Nah&Frisch*

© ÖBB/Andreas Scheibelecker

MELK. Doppler Gruppe, Handelshaus Kiennast und ÖBB sind eine Partnerschaft eingegangen: Am 1. Februar wurde der „Nah&Frisch punkt Mein Bahnhofsgreißler“ im Bahnhof Melk eröffnet. (red)

Österreichs Handel leicht im Plus

Inflationsbereinigt schaffte der heimische Handel im Vorjahr einen Zuwachs von 0,3 Prozent.

WIEN. Die österreichischen Einzelhandelsunternehmen haben laut vorläufigen Ergebnissen der Statistik Austria im Jahr 2018 ein nominelles Umsatzplus von 2,4% erreicht. Inflationsbereinigt ergab sich ein leichter Anstieg von 0,3% gegenüber dem Vorjahr. Das Umsatzvolumen im Dezember 2018 legte ebenfalls leicht zu.

LEH gut unterwegs

In der Branchenperspektive zeigt der LEH Stärke: Er brachte es auf einen nominellen Zuwachs von 2,4%; unter Einbeziehung der Inflationsrate reduzierte sich das Plus auf 0,7%. Einen Rückgang gab es indes bei Bekleidung und Schuhen, sowohl nominell (-1,9%) als auch real (-2,2%). Vergleichsweise stark zeigte sich der Versand- und Internethandel (nominell +3,1%,



© APA/dpa-Zentralbild/Bernd Wüstneck

Während der LEH stabil ist, steht die Mode- und Schuhbranche etwas unter Druck.

real +1,5%). Ebenso konnten die als eine Branche subsummierten Apotheken und Kosmetika real um 1,3% zulegen.

Dezember schwächelt

Die Umsatzveränderung des Einzelhandels im Dezember

2018 (inkl. Tankstellen) stieg im Vergleich zum Vorjahresmonat ebenfalls an (+0,6%); inflationsbereinigt ergibt sich jedoch ein Minus von 0,7%. Die vorläufigen Zahlen wurden auf Basis von 50% des österreichischen Einzelhandelsvolumens erstellt. (red)



| Best of – fair & transparent



Die Finstere Brille

•• Von Christian Novacek

JÖ SCHAU. Auch die Rewe kann offenbar Cashback oder Payback, und während die Friends of Merkur Card mir stets ein freundlicher Begleiter war (und ist), der einmal im Monat 15 Prozent Rabatt ausspuckt, steht mir bei „jō“ erst Mal Erstauen und weniger Freundlichkeit ins Gesicht

Nette Datenkraken

Wie besorgt soll ich sein, weil zu viele Unternehmen zu viel über mich gespeichert haben?

geschrieben. Dabei bin ich mit meinen Daten nicht mal arg geizig. Ich kauf immer noch bei Amazon und Facebook hab ich trotz aller Fragwürdigkeiten ebenfalls nicht abgedreht – wiewohl ich in Sachen Messenger gerade dabei bin, zu Signal abzuwandern, das u.a. das Nachrichtentool für Journalisten sein soll, die sich zu wichtig nehmen.

Aber: jō ist halt nicht nur die mir naturgemäß immer sympathische Rewe; da hängen auch Tankstellen dran, wo ich selten

tanke, und wieso soll ich denen irgendeine Info über mein Verhalten zukommen lassen? Mir ist schon klar, dass der Datenschutz bei solchen Verbund-Kundenkarten immer großgeschrieben wird. Aber heißt das eigentlich mehr, als dass ich ein großes Hakerl machen darf, damit die mich screenen können, wie sie's brauchen?

Den Standpunkt von Spar, auf Kundenkarten zu verzichten, hab ich immer leicht kritisch gesehen – im Wandel der Zeit erscheint er mir zunehmend beruhigend.