



© Unito-Gruppe/APA-Fotoservice/Schedl

Harter Wettbewerb, lasche Gesetzgeber

Unito trotz den rauen Rahmenbedingungen im Digital Retail und hält die geplante Digitalsteuer für eine „dumme Lösung“.

Digitaler Weg

Unito-Chef Harald Gutschi ist auf dem Weg vom Versand zum reinen Onlinehändler 2018 ein gutes Stück vorwärtsgekommen.

••• Von Christian Novacek

Die Unito Gruppe (Universal, Otto, Quelle) ist flott unterwegs, würde aber gern noch flotter sein: „Es gab im Vorjahr einige eher externe Rahmenbedingungen, unter denen wir gelitten haben“, sagt Unito-Chef Harald Gutschi. Deziert

meint er damit einen besonders heißen September, der vor allem das Herbstmoden-Geschäft blockierte. „Wir haben statt Jacken T-Shirts verkauft“, sagt Gutschi dazu. Letztlich ergab das ein dickes Monatsminus von 16%. „Damit muss man leben, das kommt alle paar Jahre einmal vor“, nimmt es der Unito-Chef gelassen.

Seine Gelassenheit ruht auf solidem Grund: Die Unito-Gruppe mit Sitz in Salzburg und Graz erzielte einen Online-Umsatz von knapp 400 Mio. €, was für einen neuen Unternehmensrekord steht. Im abgelaufenen Geschäftsjahr 2018/19 (Zeitraum: 1. März 2018 bis 28. Februar 2019) wächst die Gruppe im Digital Retail mit dem Erlös von

396 Mio. € zum neunten Mal in Folge. Wichtigster Markt für den E-Commerce-Player, der mit fünf Marken in sechs Ländern vertreten ist, ist und bleibt Österreich mit einem Umsatzanteil von 61%.

Aus für den Katalog

Das Jahr 2018 war bei Otto durch einen drastischen Strate-