

belhändler“, sagt dazu Gutschl und verweist auf einen Marktanteil von rund 15% in diesem Geschäftsfeld. Das Sortiment reiche von der günstigen Eigenmarke bis hin zum „Premiummöbel, das Ihnen mit weißen Handschuhen zugestellt wird“.

Stabil weiter wachsen

„2020 war ein Ausnahme-Geschäftsjahr. Davon ausgehend, rechnen wir für die kommenden Jahre mit einem weiterhin stabilen Umsatzwachstum“, prognostiziert Harald Gutschl in der Bandbreite von fünf bis zehn Prozent.

Ein hohes Investment sieht man beim größten österreichischen Onlinehändler als Muss für eine wirtschaftlich erfolgreiche Zukunft – bis 2023/24 wird daher eine komplett neue IT-Landschaft implementiert.

Ebenso wird an der stetigen Verbesserung der Apps gearbeitet, zumal: Mit einem erwarteten

”

Was für ein Jahr! Wer hätte im März 2020 gedacht, dass wir zwölf Monate später eine so erfolgreiche Bilanz ziehen dürfen.

Harald Gutschl
Unito-Geschäftsführer

Umsatzanteil von mehr als 50% avancieren die Einkäufe via App zum dominierenden Vertriebskanal.

Die hohe Verweildauer in der App speziell bei Living-Produkten und Hardware geht mit einem Nutzungszuwachs von unglaublichen 86% einher. Für Gutschl ist das nicht unbedingt



© Unito

Ein Monument im E-Commerce

Unito Facts und Strategie

Die Unito Gruppe erzielte im Geschäftsjahr 2020 (1.3.2020 bis 28.2.2021) einen Gesamtumsatz von 423 Mio. €. Der größte österreichische Onlinehändler hat 3,8 Mio. Kunden (Stand 31.3.2021). 598 Menschen arbeiten für die Unternehmensgruppe. Wichtigste Märkte sind Österreich, die Schweiz und Deutschland, die E-Commerce-Marken lauten auf Otto, Universal, Quelle, Ackermann und Lascano. Unito gehört zur weltweit agierenden Otto Group.

überraschend, denn „Entwicklungen im Handel erfolgen nicht linear, sondern durchaus in exponentiellen Sprüngen.“

Ergo muss man auch als Unternehmen exponentiell mithüpfen und aktuellen Entwicklungen rasch entsprechen. Bestes Beispiel dafür: Regionalität und Nachhaltigkeit sind heute Dinge, die der Kunde erwartet und wohlwollend wahrnimmt.

CO₂-frei bis 2030

Daher scheut man etwa bei der Logistik weder Kosten noch Mühen, um die Zustellung schneller und klimafreundlicher zu machen. Schon jetzt erfolgt die Zustellung auf der „letzten Meile“ komplett CO₂-neutral. Bis 2030 stellt Unito sogar die CO₂-freie Zustellung in Aussicht.

Kongenialer und wichtigster Partner in Sachen Lieferung ist die Österreichische Post, wo nicht zuletzt auch das Thema menschenwürdige Arbeitsbedingungen für Lieferboten ein positives Asset ist. Zudem wird die Zusammenarbeit mit aktuell rund 100 heimischen Lieferanten bzw. Marken weiter ausge-

baut. „Es ist schön, zu sehen, wie sehr Kunden zu schätzen wissen, dass ein Unternehmen in Österreich Arbeitsplätze schafft, Steuern zahlt und auf heimische Lieferanten setzt“, verweist mithin Gutschl's Geschäftsführungskollege Achim Güllmann auf insgesamt 598 Arbeitsplätze in Österreich.

Retourenquote sinkt drastisch

Dass der Nachhaltigkeitsgedanke mitnichten eine Einbahnstraße ist, legt folgende Entwicklung nahe: Die Zahl der für den E-Commerce so typischen Retouren ist mit 28% rückläufig. Das sei zum einen dem Struktureffekt zu verdanken: Wer zu Hause bleibt, der kauft weniger Kleidung und gerade Kleidung ist das Segment mit den häufigsten Retouren. Zum anderen sei das aber gleichfalls als Zeichen dafür zu werten, dass, so Gutschl, „die Leute vor ihrem Einkauf viel genauer recherchieren und letztlich bewusster einkaufen“.

Wachstumsparameter

Um einem Wachstum in Zukunft möglichst wenig Grenzen zu setzen, will der Händler mit 97% Online-Anteil am Erlös das Angebot der Unito-Marken verdreifachen – auf mehr als vier Mio. Artikel. „Wir werden unser Sortiment dort ausbauen, wo wir unsere Stärken ausmachen“, kommentiert Gutschl. Das betrifft somit die Bereiche Living, Hardware, Textil und all jene Sachen, die auch ein Baumarkt führt. Lebensmittel seien „für die nächsten drei bis fünf Jahre kein Thema“.

Aber dass der Onlinezug weiter Fahrt aufnehmen wird, stehe außer Zweifel. Für den E-Commerce gesamt im Handel erwartet Gutschl hierzulande einen Onlineanteil von 50%, vielleicht schon in 15 Jahren. Zu optimistisch? In Teilen Asiens, etwa in Südkorea, sei das bereits der Fall.

598

Steuerzahler

598 Arbeitsplätze sichert Unito in Österreich. Damit einher geht der beträchtlicher Steuererfordernis: 40,6 Mio. € in den vergangenen drei Geschäftsjahren.