

KONJUNKTUR**Handelsumsätze leicht erholt**

LUXEMBURG. Die Einzelhändler in der Eurozone haben im November '22 etwas bessere Geschäfte gemacht. Im Monatsvergleich legten die Umsätze der Branche laut dem europäischen Statistischem Amt Eurostat um 0,8% zu. Der Anstieg folgt auf einen Dämpfer um revidiert 1,5% im Oktober. (APA)

AUSGEZEICHNET**Wer hat die besten Eigenmarken?**

© Hofer

SATTLEDT. Eine aktuelle Studie der ÖGVS (Österreichische Gesellschaft für Verbraucherstudien) mit dem Titel „Austrias Beste 2022/23: LEH-Eigenmarken“ bezog mehr als 200.000 Kundenurteile zu insgesamt 235 Eigenmarken in 52 Lebensmitteleinzelhandelssegmenten ein. Den Gesamtsieg holte sich die Hofer Bio-Eigenmarke „Zurück zum Ursprung“.

Angetreten in 23 Produktgruppen, erzielte „Zurück zum Ursprung“ in 16 Produktgruppen den höchsten Kundenzufriedenheits-Gesamtscore und wurde als „Beste Eigenmarke“ ausgezeichnet. Eigenmarken machen bei Hofer 90% des Stammsortiments aus. Auch der von Greenpeace veröffentlichte Marktcheck „Österreich-Warenkorb“ attestierte dem Diskonter zuletzt gute Werte in den Bereichen Bio-Anteil und Regionalität. (red)

© Österreichische Post/Christian Stemper



Auch nach dem E-Commerce-Boom 2021 geriet die Paketflut bei der Post im Folgejahr kaum ins Stocken.

Paketmenge bleibt hoch

Die Post erreichte 2022 mit 182 Mio. transportierten Paketen das Vorjahresniveau – und erwartet für 2023 erneut Steigerungen.

WIEN. Bei der Österreichischen Post bleibt die Paketflut 2022 auf Vorjahresniveau. Nachdem das Jahr 2021 durch Lockdowns für einen extremen E-Commerce-Boom gesorgt hat, ließ sich 2022 zunächst eher zäh an – mit einem Rückgang der Paketmengen um fünf Prozent im ersten Halbjahr. Das zweite Halbjahr war dann mit einem Zuwachs von rund zwei Prozent bereits wieder deutlich positiv. Mit insgesamt 182 Mio. transportierten Paketen

hat die Post damit das Niveau des guten Vorjahres erreicht.

Für 2023 erwartet die Post eine Fortsetzung des sich im zweiten Halbjahr 2022 abgezeichneten Trends und rechnet mit steigenden Paketmengen im niedrigen einstelligen Prozentbereich.

„Im vergangenen Jahr ist unser Investitionsprogramm voll zum Tragen gekommen. Wir haben diese Paketmengen nicht nur mit höchster Qualität verarbeitet und unsere Laufzeitver-

sprechen eingehalten, sondern durch zusätzliche Kapazitäten auch für eine Entlastung unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gesorgt“, erklärt Peter Umundum, Vorstandsdirektor für Paket & Logistik, Österreichische Post AG.

An einem Durchschnittstag im Jahr 2022 hat die Post österreichweit über 600.000 Pakete transportiert, im Dezember stieg diese Zahl an mehreren Tagen auf über eine Mio. Pakete. (red)



© Penny/Robert Harson

Digitaloffensive bei Penny

Laufende Aktionen wöchentlich aufs Smartphone.

WIENER NEUDORF. Penny liefert seinen Kunden ab sofort alle Angebote und Aktionen auf ihr Smartphone. Nach Anmeldung unter penny.at/whatsapp informiert der neue WhatsApp-Kanal einmal pro Woche zu aktuellen Vorteilen des Markendiskonters. „Wir freuen uns, als erster österreichischer Lebensmittelhändler unseren Kunden diesen Service zur Verfügung zu stellen.

Mit dem digitalen Flugblatt auf WhatsApp werden sie regelmäßig zu allen Neuheiten und Angeboten von Penny informiert – einfach, digital und nachhaltig“, so Penny-Geschäftsführer Ralf Teschmit (Bild).

Geschäftsführerkollege Mario Märzinger ergänzt: „Penny setzt bereits seit einiger Zeit stark auf Digitalisierung und zukunftsweisende Technologien.“ (red)