

„Fairer eCommerce statt Schrottcommerce“

Harald Gutschi, CEO von Unito/Otto Group, geht im Interview hart mit chinesischen Anbietern ins Gericht. Seine Bilanz ist dennoch positiv.

••• Von Oliver Jonke
und Georg Sohler



© Martina Berger

Der Online-Handel war in den Pandemie Jahren 2020 bis 2022 „systemrelevant“. Das Folgejahr 2023 war aus Sicht von Unito/Otto Group-CEO Harald Gutschi „okay“, für 2024 ist er vorsichtig optimistisch. Dem eCommerce insgesamt droht jedoch Ungemach, drängen doch vermehrt chinesische Billigstanbieter auf

den Markt. Mit diesen beziehungsweise der mangelnden Regulierung hat Gutschi ein großes Problem, wie er im Interview mit medianet-Herausgeber Oliver Jonke erklärt.

medianet: *Wie lautet zunächst Ihre Bilanz zum Jahr 2023?*

Harald Gutschi: Das Jahr war okay. Hierzulande wurden im eCommerce inflationsbereinigt

8,6 Prozent weniger Umsatz gemacht, der gesamte Handel verbuchte nur ein Minus von 3,6 Prozent. Allerdings braucht es eine Relativierung: Während der Hochphase der Pandemie inklusive Lockdowns wurde der Online-Handel systemrelevant, wir hatten in Teilbereichen Wachstumsraten von über 100 Prozent. Auf diese zwei paradisischen Jahre folgten zwei teuflische.

Aber: Wir verlieren zwar Umsätze, gewinnen aber in einem rückläufigen Markt Marktanteile in den für uns relevanten Sortimenten. Das klingt paradox, aber es ist uns gelungen, Kosten zu reduzieren, etwa bei Versand oder Werbung. Das größte Problem ist, dass die durchschnittlichen Umsätze pro Kunde 2023 um fünf Prozent zurückgegangen sind. Was die Inflation an