

shöpping in Deutschland

Der Online-Marktplatz der Österreichischen Post peilt im 4. Quartal den Markteintritt beim großen Nachbarn an – und sieht viel Potenzial.

Wachstum

„Zwei Fliegen mit einer Klappe“: shöpping-Geschäftsführer Robert Hadzetovic über die Expansionspläne der Plattform.



© Martina Berger

WIEN. Noch im vierten Quartal des laufenden Jahres will shöpping, der Online-Marktplatz der Österreichischen Post, nach Deutschland expandieren und damit sein Liefergebiet großflächig erweitern. Parallel dazu verstärkt die Plattform ihre Akquise von Händlern aus der EU, welche ihre Waren in Österreich und Deutschland anbieten wollen.

Steigende Nachfrage

„Mit unserer Expansion nach Deutschland schlagen wir zwei

Fliegen mit einer Klappe“, kommentiert shöpping-Geschäftsführer Robert Hadzetovic. „Unsere heimischen Händler können ihr Absatzgebiet verzehnfachen und somit ihre Umsätze signifikant steigern. Da wir seit längerem auch eine steigende Nachfrage deutscher Kundinnen und Kunden nach österreichischen Produkten verzeichnen, können wir mit diesem Schritt unseren Online-Marktplatz einem breiteren Publikum zugänglich machen“.

Zusätzlich zur Expansion arbeitet shöpping auch stetig an der Erweiterung von Datenschnittstellen, um seinen Händlern schnellere und einfachere Möglichkeiten der Datenanbindung zu bieten. So bietet man seit Mai 2024 zwei neue Schnittstellen zu den cloudbasierten Multi-Channel-Tools Tradebyte und ChannelPilot an. (red)

Mehr Informationen:

www.shoepping.at/a/haendler-werden

HV-STUDIE

KI-Nutzungsrate bei 32 Prozent

WIEN. Laut einer aktuellen MindTake Research-Umfrage im Auftrag des Handelsverbands hat sich die Zahl der Menschen, die KI-Anwendungen im Alltag nutzen, gegenüber dem Vorjahr mehr als verdoppelt. Gaben voriges Jahr 15% an, eines der gängigen KI-Programme (ChatGPT, MidJourney, Bard u.a.) zumindest einmal genutzt zu haben, sind es heute bereits 32%.

Viele Anwendungsgebiete

Für 37% überwiegen die positiven Erwartungen (2023: 36%), mehr als jeder Zweite (52%, 2023: 47%) sieht KI tendenziell bzw. sehr kritisch. Die übrigen knapp zwölf Prozent (2023: 17%) können oder wollen das Potenzial der Technologie noch nicht beurteilen.

HV-Geschäftsführer Rainer Will (Bild) dürfte zu ersteren zu zählen sein: „Die Anwendungsgebiete sind nahezu unendlich und reichen von der Optimierung und Beschleunigung des Kerngeschäfts über die Entlastung von Routine- und Kontrollaufgaben bis hin zur Schaffung innovativer Geschäftsmodelle und damit neuer Marktchancen. Für die Kundinnen und Kunden bedeutet das zum Beispiel, dass sie künftig ein personalisiertes und ultraflexibles Einkaufserlebnis erwarten dürfen.“ (red)



© Katharina Schiffl



© Guenther Perouka

240 Jahre Tabakmonopol

„Unternehmen Inklusion“ im Wiener MQ gefeiert.

WIEN. Am 8. Mai 1784 erließ Josef II. das „Tabakpatent“ und legte damit den Grundstein für ein weltweit einzigartiges Inklusionsmodell. Auf den Tag genau 240 Jahre danach wurde dieses nun im Wiener Museumsquartier gebührend zelebriert – und die Geschichte des österreichischen Tabakmonopols sowie der heimischen Trafiken anhand von Anekdoten beleuchtet.

Monopolverwaltung-Geschäftsführer Hannes Hofer (im Bild r. mit WKÖ-Handelsobmann Rainer Trefelik) sprach über die Bedeutung der Inklusion in der heutigen Gesellschaft und Blind Climber Andy Holzer machte Mut, „den Schritt ins Ungewisse zu wagen“. Finanzminister Magnus Brunner bekannte sich via Videobotschaft zur Zukunft des Monopols. (red)