

## Pressemitteilung

### **UNITO-Gruppe erzielt Online-Rekordumsatz von knapp 400 Millionen Euro**

*Wien, am 10. April 2019*

- **Der größte heimische E-Commerce Player mit Sitz in Österreich erzielt einen Online-Umsatz von 396 Millionen Euro: Österreich als wichtigster Markt wächst um 3,3 Prozent zum Vorjahr**
- **UNITO bleibt trotz herausforderndem Marktumfeld auf dem eingeschlagenen Erfolgspfad: Seit 2009 wächst die Unternehmensgruppe jährlich durchschnittlich um 8 Prozent im Umsatz**
- **OTTO auf Wachstumskurs: In Österreich steigert die Leitmarke ihren Online-Umsatz um 10 Prozent im Vergleich zum Vorjahr und expandiert im 3. Quartal 2019 in die Schweiz**
- **Gemeinsam mit dem Berliner Start-up Grover setzt OTTO auf Sharing Economy: Das Miet-Konzept bietet derzeit 373 Artikel, Top-Mietprodukte sind Drohnen, TV und Smartphones**
- **Zukunftsziele: Die UNITO-Gruppe investiert insgesamt 20 Millionen Euro in Technologie, Logistik und Personal; ab Q4 2019 setzen alle UNITO-Marken auf das cloudbasierte Front-End „Emma“**

Die UNITO-Gruppe mit Sitz in Salzburg und Graz erzielt einen Online-Umsatz von knapp 400 Millionen Euro und erreicht damit einen neuen Unternehmensrekord. Im abgelaufenen Geschäftsjahr 2018/19 (Zeitraum: 1. März 2018 bis 28. Februar 2019) wächst die

Gruppe mit einem Online-Umsatz von 396 Millionen Euro<sup>1</sup> zum neunten Mal in Folge. Wichtigster Markt für den E-Commerce Player, der fünf Marken in sechs Ländern unter einem Dach vereint, ist und bleibt Österreich. Im heimischen Markt, der 61 Prozent des Gesamtumsatzes der Gruppe ausmacht, gelingt UNITO ein Online-Umsatzplus von 3,3 Prozent.

Trotz eines herausfordernden Marktumfeldes schaut UNITO auf ein solides Geschäftsjahr zurück. *„Das Jahr 2018 war herausfordernd. Der Extrem-Sommer hat vor allem im Textil- und Living-Geschäft seine Spuren hinterlassen. Große Innovationsschübe in der Unterhaltungselektronik sind ausgeblieben. Auch diesem Übergangsphänomen müssen wir uns als Online-Händler stellen. Angesichts der großen Marktherausforderungen sind wir mit dem letzten Geschäftsjahr einigermaßen zufrieden“*, resümiert Mag. Harald Gutsch, Geschäftsführer der UNITO-Gruppe.

Auch langfristig betrachtet, befindet sich UNITO auf Erfolgskurs. Seit 2009 wächst UNITO durchschnittlich im Umsatz um 8 Prozent per anno. Mit einer Umsatzrendite von 2 bis 4 Prozent im abgelaufenen Geschäftsjahr 2018/19 bewegt sich UNITO weiterhin im Zielkorridor und fokussiert sich auf profitables Wachstum. Mit einem Gesamtumsatz von 441 Millionen Euro im zurückliegenden Geschäftsjahr bewegt sich der Online Player etwa auf Vorjahresniveau.

## **OTTO treibt Wachstum an**

Zu den Wachstumstreibern der Unternehmensgruppe gehört vor allem die Leitmarke OTTO, die im Kernmarkt Österreich online um 10 Prozent im Vorjahresvergleich wächst. Diese positive Entwicklung basiert auf der konsequenten Weiterentwicklung vom Online Player hin zu einem Plattform-Händler. Neben der erhöhten Attraktivität für potentielle Partner profitieren vor allem Kunden von einem noch umfassenderen Sortiment, günstigeren Preisen und besseren Service-Leistungen. Der Umbau zur inspirierenden Lifestyle-Plattform nimmt etwa drei bis fünf Jahre in Anspruch und wird bei Erfolg auf weitere UNITO-Auslandsmärkte übertragen. Die Wachstumskurve der Leitmarke OTTO ist europaweit im Steigen begriffen. Im Nachbarmarkt Deutschland erzielt OTTO ein Online-Plus von über 8 Prozent, in Tschechien, Slowakei und Ungarn wächst die Marke um plus 5 Prozent, in den Niederlanden gar um plus 11 Prozent.

---

<sup>1</sup> Gesamtumsatz lt. IFRS 15 inkl. MwSt.

## **Sharing Economy: OTTO und Partner Grover mit Miet-Konzept am Start**

Seit Ende März können OTTO-Kunden 373 Produkte mieten – auf monatlicher Basis. Für das neue Miet-Konzept zeichnet ein junges Team am Standort in Graz in Kooperation mit dem Berliner Start-up Grover verantwortlich. Zum Start stehen Artikel aus der Unterhaltungselektronik zur Verfügung, zu den Top-Mietprodukten zählen Drohnen, Fernseher, Smartphones und Notebooks. *„Mieten statt kaufen ist unsere Antwort auf die sich dynamisch verändernden Einkaufsgewohnheiten unserer Kunden. Mieten ist die perfekte Alternative für alle, die nicht lange warten und auf nichts verzichten möchten. Sharing Economy trifft den Zeitgeist“*, so Gutschi.

## **Blick in die Zukunft**

Bereits im 3. Quartal 2019 expandiert UNITO mit der Marke OTTO in die Schweiz. Damit erschließt die Lifestyle-Plattform OTTO neben Österreich, Tschechien, der Slowakei und Ungarn einen weiteren, fünften Markt im UNITO-Portfolio. Neben der Expansion der Marke OTTO stehen massive Investitionen an. Insgesamt fließen 20 Millionen Euro in Technologie, Logistik und Personal. So werden etwa ab dem 4. Quartal 2019 alle UNITO-Marken auf das cloudbasierte, innovative Front-End „Emma“ wechseln. Die UNITO-Gruppe hält weiter am Wachstumsziel fest: Das Unternehmen will jährlich durchschnittlich 5 bis 10 Prozent online wachsen. Zudem soll der App-Anteil am Umsatz bis Ende 2021 auf 50 Prozent anwachsen.

## **Otto Group steigert Umsatz um 3,5 Prozent**

Die internationale Handels- und Dienstleistungsgruppe mit Hauptsitz in Hamburg erwirtschaftet im Geschäftsjahr 2018/19 einen Gesamtumsatz von 13,5 Milliarden Euro, das entspricht einem bereinigten Umsatzzuwachs von 3,5 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. *„Wir haben uns in einem herausfordernden Marktumfeld gut behauptet, auch wenn wir unsere eigenen, ambitionierten Planungen nicht vollumfänglich umsetzen konnten. Gleichwohl halten wir weiterhin konsequent an unseren fokussierten Investitions- und Wachstumszielen fest“*, sagt Alexander Birken, Vorstandsvorsitzender der Otto Group.

Weitere Informationen, Fotos und Logos finden Sie im Internet unter [www.unito.at/presse](http://www.unito.at/presse).

---

**Pressekontakt:**

UNITO Versand & Dienstleistungen GmbH

**Mag. Jürgen Pock**

PR & Unternehmenskommunikation

Telefon +43 316 5460 417 · Mobil +43 664 8253461

[juergen.pock@unito.at](mailto:juergen.pock@unito.at)