

Pressemitteilung

Von der Renaissance der Heizdecke bis zum Boom von Energieeffizienzgeräten: So sehr verändert die Energiekrise das Konsumverhalten der Österreicher*innen

Graz, am 9. November 2022

- **Wachstumsraten von mehreren 100 Prozent: Suchbegriffe für Artikel, mit denen man sich für den Winter in der Energiekrise rüstet, schnellen in den Shops der UNITO-Gruppe in die Höhe.**
- **Österreich dreht das Thermostat runter und fährt den Konsum bei gasfreien Heizalternativen, smarten Wärmesteuerungen, flauschigen Flanellbettwäschen oder stromsparenden Waschmaschinen hoch.**
- **Kein Winter wie damals: Der größte heimische Onlinehändler gibt sich bei der Prognose für die Black Week und das Weihnachtsgeschäft zurückhaltend, rechnet aber mit Umsatz über Vor-Corona-Niveau.**

Plus 534 Prozent bei Infrarotheizungen, plus 181 Prozent bei Elektroheizungen, plus 107 Prozent bei Heizdecken oder plus 95 Prozent bei Flanellbettwäschen – die Wachstumsraten der Suchbegriffe¹ im Online-shop ottoversand.at belegen: Die aktuelle Energiekrise hat starken Einfluss auf das Konsumverhalten der Österreicherinnen und Österreicher. *„Von den Suchbegriffen, die unsere Kundinnen und Kunden verwenden, können wir viele Rückschlüsse ziehen, wie Österreich kauft. Wir sind dadurch in der privilegierten Lage, quasi ein Stimmungsbild der Gesellschaft im Kleinen ableiten zu können“*, erklärt Harald Gutsch, Sprecher der Geschäftsführung der UNITO (OTTO Österreich, Universal, Quelle, Ackermann, Lascana).

¹ Datenbasis September und Oktober 2022 im Vorjahresvergleich;

Und was sind nun die wichtigsten Rückschlüsse, die man momentan ziehen kann? Besonders stark nachgefragt werden in den Onlineshops des größten österreichischen E-Commerce-Players gasfreie Heizalternativen, smarte Thermostate, Artikel, die Menschen selbst und ihr Zuhause wärmen, aber auch energie-effiziente Haushaltsgeräte. *„Unsere Kundinnen und Kunden bestellen momentan besonders häufig Heizalternativen – sogar solche, die mit Strom betrieben werden. Die Panik vor dem Frieren in Folge eines Gasstopps scheint größer zu sein als die Angst vor hohen Stromkosten“*, stellt Harald Gutschi fest.

Heizdecke in Animal-Print als Verkaufsschlager

Außerdem kuschelt sich das Land ein. Die Nachfrage nach dicken Decken, wärmenden Socken und flauschigen Flanellbettwäschen sei laut dem Sprecher der Geschäftsführung der UNITO-Gruppe heuer deutlich höher als vor einem „normalen“ Winter. Zudem falle auf, dass durch die aktuelle Energiekrise wieder zu Produkten gegriffen werde, die lange Zeit komplett in Vergessenheit geraten waren. Ein gutes Beispiel dafür sei die Heizdecke, die zurzeit eine wahre Renaissance erlebe. *„Das hat uns bei unseren Auswertungen wirklich überrascht. Die Heizdecke ist ja eigentlich etwas, das die meisten von uns nur noch von der Oma kennen. Jetzt ist sie aber wieder da – und das in optisch ansprechender und moderner Interpretation“*, führt Harald Gutschi aus. So war etwa eine Variante mit Leopardmuster in den vergangenen Wochen im Onlineshop von OTTO Österreich restlos ausverkauft.

Nicht restlos ausverkauft, aber ebenfalls sehr gut nachgefragt werden in den UNITO-Onlineshops aktuell energieeffiziente Haushaltsgeräte. *„Die Sorge vor exorbitant hohen Stromrechnungen forciert offensichtlich den Kauf dieser Produkte. Wir haben auch die Auszahlung des Klimabonus durch den Staat Österreich stark gespürt. Ab Ende des Sommers war das vermehrte Interesse etwa an stromsparenden Kühlschränken und Waschmaschinen deutlich spürbar“*, merkt der Sprecher der Geschäftsführung der UNITO-Gruppe an.

Zurückhaltende Prognose für Black Week und Weihnachtsgeschäft

Im Vorfeld der nahenden Black Week und auch im Hinblick auf das anstehende Weihnachtsgeschäft gibt man sich beim größten österreichischen Onlinehändler in Sachen Umsatz-Prognosen heuer zurückhaltend. Harald Gutschi erklärt: *„Mit der Konsumunlust aufgrund der Teuerung und der Energiekrise hat im Handel momentan jeder zu kämpfen – ganz egal ob stationär oder online. Man darf auch nicht vergessen, dass der Onlinehandel in den vergangenen beiden Jahren von den Lockdowns profitiert hat. Allein im Vorjahr gab es ab 22. November 20 bundesweite Lockdown-Tage. Wir rechnen aber dennoch damit, dass wir in der Black Week und im Weihnachtsgeschäft mit unseren Umsätzen bei OTTO Österreich auch heuer wieder über Vor-Corona-Niveau liegen werden.“*

Zusätzliche Informationen, Bilder sowie Logos zur UNITO-Gruppe finden Sie online unter <https://www.unito.at/presse/>.

*Wichtigste Märkte für die UNITO-Gruppe sind Österreich, die Schweiz und Deutschland (DACH-Raum), wo man mit den E-Commerce-Marken OTTO Österreich, Universal, Quelle, Ackermann und Lascana aktiv ist. Gesteuert werden die Onlineshops von den Standorten in Salzburg und Graz aus. Die UNITO Versand & Dienstleistungen GmbH zählt als Tochterunternehmen der Baur-Gruppe zur Hamburger Otto Group. Im Geschäftsjahr 2021 (1. März 2021 bis 28. Februar 2022) erzielte die UNITO einen Gesamtumsatz von 395 Millionen Euro lt. IFRS 15. Der größte österreichische Onlinehändler hat mehr als 3,7 Millionen Kund*innen, 555 Menschen arbeiten für die Unternehmensgruppe.*

Pressekontakt:

UNITO Versand & Dienstleistungen GmbH
Mag. Martina Stix
Unternehmenskommunikation & Medienarbeit
Mobil +43 664 8253461
martina.stix@unito.at

OTTO

universal

Quelle

Ackermann

LASCANA