

## **PRESSEKONFERENZ**

# **E-Commerce-Studie Österreich 2017**

## **Konsumentenverhalten im Distanzhandel**

---

**Präsentation einer Studie des Handelsverbandes und der Plattform  
"Versandhandel & E-Commerce" in Zusammenarbeit mit der KMU Forschung Austria**

Dienstag, 20. Juni 2017 um 10.30 Uhr  
Handelsverband, Alser Straße 45, 1080 Wien

\*\*\*PRESSEMITTEILUNG\*\*\*

## Rekordausgaben im österreichischen E-Commerce 2017 dank Smartphone

Die brandneue "E-Commerce-Studie Österreich 2017" des Handelsverbandes und der Plattform "Versandhandel und E-Commerce" in Zusammenarbeit mit der KMU Forschung Austria zeigt ein Allzeit-Ausgabenhoch im Distanzhandel, ein verändertes Kaufverhalten bei Jung und Alt sowie einen anhaltenden Trend zum Mobile-Commerce (Smartphone-Shopping).

Wien, 20.06.2017 – „Die österreichischen Distanzhandelsausgaben werden vom E-Commerce mit einem Anteil von 89% getragen und erreichen mit 7,6 Mrd. Euro einen absoluten Rekordwert. Von 6,8 Mrd. Euro Onlineumsatz fallen bereits 530 Mio. Euro auf den M-Commerce, was einem Zuwachs von +25 % entspricht. Das Smartphone wird damit zum besten Freund des Händlers. Die österreichischen Händler profitieren vom wachsenden Markt leider nur begrenzt, da mehr als jeder Zweite im Ausland bestellt und so den Kaufkraftabfluss verstärkt“, kommentiert **Rainer Will**, Geschäftsführer des Handelsverbandes, die Ergebnisse der E-Commerce-Studie Österreich 2017.

### Käuferzahlen konstant, Online-Einkauf immer wichtiger

67 % bzw. 4,9 Mio. ÖsterreicherInnen haben im Untersuchungszeitraum zumindest einmal Einzelhandelswaren im Distanzhandel eingekauft. Gegenüber dem Vorjahr ist die Zahl der DistanzhandelskäuferInnen damit konstant hoch geblieben. Veränderungen zeigen sich allerdings in der Nutzung der verschiedenen Bestellmöglichkeiten im Distanzhandel. Während der Anteil der ÖsterreicherInnen, die im Internet einkaufen, auf einen neuen Rekordwert von 56 % gestiegen ist, sinken die traditionellen Bestellformen wie telefonische und postalische Bestellung im Versandhandel. Im 5-Jahresvergleich 2012 bis 2017 ist die Zahl der Online-ShopperInnen in Österreich um +24 % gestiegen, während die Zahl der VersandhandelskäuferInnen um -37% zurückgegangen ist. Selbst in der Generation 60+ hat Online-Shopping mittlerweile die telefonischen bzw. postalischen Bestellungen im Versandhandel überholt.

### € 7,6 Mrd.: Distanzhandelsausgaben erreichen historisches Hoch

Die Ausgaben der ÖsterreicherInnen im Distanzhandel sind gegenüber dem Vorjahr nochmals um +4 % gestiegen und erreichen € 7,6 Mrd., was 11 % der einzelhandelsrelevanten Konsumausgaben entspricht. Damit steigen die Ausgaben im Distanzhandel viermal so stark wie die Umsätze im stationären Einzelhandel. Ermöglicht wird der Ausgabenanstieg, anders als etwa 2015, nicht durch eine steigende Zahl an Käufern, sondern durch wachsende durchschnittliche Ausgaben pro KäuferIn. Diese erreichen 2017 das Rekordniveau von € 1.550,- p.a. Entgegen der landläufigen Meinung geben Männer im Distanzhandel mit € 1.730 p.a. übrigens signifikant mehr Geld aus als Frauen (€ 1.370 p.a.).

Die Veränderungen in der Nutzung der einzelnen Bestellformen führen auch zu Ausgabenverschiebungen. Bereits 89 % der Gesamtausgaben im Distanzhandel werden online getätigt, das entspricht € 6,8 Mrd.. Von den steigenden Gesamtausgaben im Analysezeitraum 2017 profitieren nahezu alle Warengruppen, mit Ausnahme von Möbeln und Einrichtungsgegenständen. Die höchsten Ausgaben werden im Distanzhandel weiterhin für Bekleidung/Textilien (€ 1,7 Mrd.) getätigt, gefolgt von Elektro-/Elektronikgeräten (€ 1,1 Mrd.). „Die mobilen Zeiten sind längst angebrochen. Couch Commerce befindet sich weiterhin auf dem Vormarsch. Die UNITO-Gruppe verzeichnet mittlerweile einen mobilen Anteil von 42 % der Gesamtnachfrage.

*Aber von Nichts kommt Nichts. Wir haben viel in wettbewerbsfähige Angebote, Services und Technologien investiert. Diese Früchte ernten wir jetzt. Ich kann nur jedem Unternehmen empfehlen, sich auf das neue Konsumentenverhalten einzustellen und rechtzeitig zu agieren“, so Harald Gutschi, Geschäftsführer der UNITO-Gruppe.*

### **Mobile-Commerce boomt: 21 % der ÖsterreicherInnen kaufen direkt via Smartphone**

Bereits 68 % der ÖsterreicherInnen (über 15 Jahre) besitzen ein Smartphone, 42 % nutzen es für Produktrecherchen im Internet und 21 Prozent kaufen damit online ein (Vorjahr: 18 %). Damit steigt die Zahl der Smartphone-ShopperInnen von 1,3 Mio. in der Vorjahresperiode um +17 % auf nunmehr 1,5 Mio. nochmals deutlich an. Zwischen 2012 und 2017 hat sich die Zahl der Smartphone-ShopperInnen versechsfacht. „Die steigenden Käuferzahlen sind hauptsächlich auf junge Konsumentengruppen zurückzuführen. Den größten Sprung beim Smartphone-Shopping hat im aktuellen Analysezeitraum die Alterskohorte 30-39 Jahre gemacht – von 24 % in der Vorjahresperiode auf nunmehr 33 %. Es ist aber nur eine Frage der Zeit, bis die nächstältere Konsumentenkohorte nachzieht“, so Studienleiter **Dr. Ernst Gittenberger** von der KMU Forschung Austria. Die Gesamtausgaben beim Smartphone-Shopping steigen gegenüber der Vorjahresperiode um +25 % auf € 530 Mio. p.a. an, was 7 % der Distanzhandelsausgaben entspricht. Die höchsten Ausgaben beim Smartphone Shopping entfallen auf Bekleidung/Textilien, gefolgt von Elektroartikeln und Büchern.

### **13 % kaufen ausschließlich bei ausländischen Anbietern**

Die Zahlen der Distanzhandelskäufer, die unter anderem bei Händlern in Österreich (54 %) bzw. bei Händlern im Ausland (53 %) gekauft haben, halten sich annähernd die Waage. 14 % kaufen ausschließlich bei heimischen Händlern, 13 % ausschließlich bei ausländischen Distanzhändlern. Dabei ist allerdings zu beachten, dass 4 von 10 Konsumenten nicht genau einordnen können, ob sie bei einem Händler im In- oder Ausland bestellen. Schließlich verfügen auch Händler aus dem Ausland über Onlineshops mit einer „at“-Endung. Ohnehin ist für 57 % der Konsumenten nicht der Standort des Onlineshops das entscheidende Kriterium, sondern der Preis. Für jeden zweiten Distanzhandelskäufer ist es allerdings generell wichtig, bevorzugt im heimischen Versand- und Internethandel einzukaufen.

### **Click & Collect gewinnt an Bedeutung**

Der Trend zu Click & Collect hält ungebrochen an: Bereits 9 % der ÖsterreicherInnen kaufen Produkte online und holen die bestellten Waren dann direkt im Ladengeschäft ab (6 % in der Vorjahresperiode). Die Click & Collect-Funktion wird mittlerweile auf vielen Händler-Webseiten als ergänzende Option angeboten. Wesentliche Vorteile für die Kunden bestehen im Entfall von Versandkosten sowie flexiblen Abholmöglichkeiten.

Für die Studie wurden im Analysezeitraum Mai 2016 bis April 2017 2.000 ÖsterreicherInnen ab 15 Jahren zu ihrem Kaufverhalten im Distanzhandel befragt, der neben dem Internethandel (E-Commerce) auch den klassischen Versandhandel und Teleshopping umfasst.

Unter [www.handelsverband.at/Studie2017](http://www.handelsverband.at/Studie2017) können Sie folgende Unterlagen downloaden:

- Pressemitteilung
- Präsentation der Studienergebnisse
- Executive Summary der Studie
- Pressefotos der Studienpräsentation

## Ihre Gesprächspartner



**Dr. Ernst GITTENBERGER | Projektleiter, KMU Forschung Austria**

Ernst Gittenberger ist seit 2002 bei KMU Forschung Austria und hier seit 2003 als Projektleiter im Bereich Branchen- & Strukturanalysen tätig. Spezialisiert auf Wirtschaftsanalysen, insbesondere im (Einzel-)Handel, zeichnet er für zahlreiche Studien zur Unternehmens- bzw. zur Konsumentenforschung verantwortlich.

---



**Mag. Harald GUTSCHI | Sprecher der Geschäftsführung, Unito/ Otto Group**

Harald Gutschi ist als Sprecher der Geschäftsführung der UNITO-Gruppe zuständig für Otto, Universal, Quelle, Ackermann und Alpenwelt. Die Otto Group ist Europas größter Onlinehändler für Mode und Lifestyle. Seit 2014 leitet Gutschi die Handelsverband-Plattform "Versandhandel & E-Commerce".

---



**Ing. Mag. Rainer WILL | Geschäftsführer, Handelsverband Österreich**

Ende 2014 übernahm Rainer Will die Geschäftsführung im Handelsverband. Zuvor war er im Kabinett des Vizekanzlers und Wirtschaftsministers als wirtschaftspolitischer Berater sowie beim Austria Wirtschaftsservice (aws) tätig. Überdies sammelte Will jahrelang in der Privatwirtschaft Erfahrung. Er studierte Betriebswirtschaft an der WU Wien und der London School of Economics.

## Die Studie

**Vertretern der Presse** wird die vollständige Studie auf Anfrage kostenfrei zur Verfügung gestellt: [gerald.kuehberger@handelsverband.at](mailto:gerald.kuehberger@handelsverband.at)

---

Die "E-Commerce-Studie Österreich 2017" ist auf der Website des Handelsverbandes erhältlich: [www.handelsverband.at/Distanzhandel2017](http://www.handelsverband.at/Distanzhandel2017)

**Kontakt:** Gerald Kühberger, [gerald.kuehberger@handelsverband.at](mailto:gerald.kuehberger@handelsverband.at)

<b>Kosten:</b> Mitglieder Plattform Versandhandel & E-Commerce:	kostenfrei
Mitglieder & Partner des Handelsverbands:	€ 249,-
Andere Unternehmen:	€ 498,-

---

### Handelsverband – Verband österreichischer Handelsunternehmen

Der Handelsverband - Sprecher und Partner des Handels – ist seit knapp 100 Jahren als freie Interessensvertretung und Innovationsplattform aktiv, um seine Mitglieder im Umfeld der sich verändernden Marktherausforderungen bestmöglich zu begleiten. Neben den Handelsunternehmen, die in Österreich mit ca. 200.000 Mitarbeitern an 10.000 Standorten einen Jahresumsatz von rund 40 Mrd. Euro erzielen, sind dem Handelsverband an die 100 Unternehmen diverser Spezialisierungen als Partner assoziiert. Das Portfolio des Verbandes umfasst vier innovative Branchenkongresse, das Diskussionsformat [handels]zone, das Networking-Breakfast Good Morning Retail, das retail-Magazin, die Publikation von Studien sowie die Handelsverband Akademie. Fachressort-Sitzungen vermitteln Know-how und bieten den Mitgliedern die Möglichkeit, sich strukturiert auszutauschen. Die Online-Plattform RETAIL 24/7 bietet allen österreichischen Handelsunternehmen Know-how, Handelsdaten und Rechtssicherheit. Der Import Information Hub Austria ist das Forum für heimische Importeure und internationale Exporteure. Mit dem Gütesiegel Trustmark Austria setzt der Handelsverband Standards und fördert das Qualitätsbewusstsein und Vertrauen der Konsumentinnen und Konsumenten zum Online-Handel.

[www.handelsverband.at](http://www.handelsverband.at)

### Plattform Versandhandel & E-Commerce

Die Plattform ist ein wesentlicher Bestandteil der freiwilligen Interessenvertretung Handelsverband. Als zentrale Informationsdrehscheibe informiert sie ihre Mitglieder über aktuelle Marktentwicklungen sowie Innovationen und Trends. Durch das starke Wachstum im Bereich E-Commerce ist die Bedeutung der Plattform weiter gestiegen. Weitere Themen, die in der Plattform behandelt werden, sind: neue Vertriebskanäle, Marketingmethoden und Zahlungssysteme, sowie rechtlichen Rahmenbedingungen. Zudem hat der Versandhandel ein vitales Interesse an kundenorientierten Öffnungs- und Zustellzeiten der Postdienstleister.

[www.handelsverband.at](http://www.handelsverband.at)

**Rückfragenhinweise:**

**Handelsverband**

Mag. Gerald Kühberger, MA

Communications Manager

Alser Straße 45, 1080 Wien

**T** +43 (1) 406 22 36 - 77

**E** [gerald.kuehberger@handelsverband.at](mailto:gerald.kuehberger@handelsverband.at)

**W** [www.handelsverband.at](http://www.handelsverband.at)

**KMU Forschung Austria**

Dr. Ernst Gittenberger

Projektleiter

Gußhausstraße 8, 1040 Wien

**T** +43 (1) 505 97 61 - 26

**E** [e.gittenberger@kmuforschung.ac.at](mailto:e.gittenberger@kmuforschung.ac.at)

**W** [www.kmuforschung.ac.at](http://www.kmuforschung.ac.at)