

# Internet-Einzelhandel 2018

## Key Facts

für das Basisjahr 2017

Nachfrageseite:

### KonsumentInnen

<b>88 %</b>	nutzen das Internet
<b>75 %</b>	suchen Informationen zu Einzelhandelswaren im Internet
<b>62 %</b>	kaufen im Internet Einzelhandelswaren ein
<b>4,1 Mio</b>	Online-ShopperInnen
<b>€ 7,0 Mrd</b>	Jahresausgaben beim Einkauf im in- & ausländischen Internet-Einzelhandel

Angebotsseite:

### Einzelhandelsunternehmen

<b>95 %</b>	verfügen über einen Internet-Zugang
<b>75 %</b>	betreiben eine Website
<b>22 %</b>	betreiben einen Online-Shop
<b>9.000</b>	Online-Shops
<b>€ 3,2 Mrd</b>	Jahresumsätze im Internet-Einzelhandel (brutto, inkl. Ust.)

KonsumentInnen in Österreich (16-74 Jahre)  
Einzelhandelsunternehmen (nach ÖNACE 2008, exkl. Tankstellen) mit Sitz in Österreich  
Quellen: KMU Forschung Austria, Statistik Austria

## für die Analysejahre 2006 / 2010 / 2013 /2017

Nachfrageseite:

### KonsumentInnen

2006	2010	2013	2017	
64 %	75 %	82 %	88 %	...nutzen das Internet
47 %	59 %	70 %	75 %	...suchen Infos im Internet
30 %	39 %	54 %	62 %	...kaufen im Internet ein
1,9 Mio	2,5 Mio	3,5 Mio	4,1 Mio	Online-ShopperInnen
€ 1,5 Mrd	€ 3,7 Mrd	€ 5,6 Mrd	€ 7,0 Mrd	Jahresausgaben für Einkäufe via Internet

KonsumentInnen in Österreich (16-74 Jahre), gerundete Werte  
 Quellen: KMU Forschung Austria, Statistik Austria

Angebotsseite:

### Einzelhandelsunternehmen

2006	2010	2013	2017	
70 %	80 %	90 %	95 %	...verfügen über einen Internet-Zugang
40 %	50 %	70 %	75 %	...betreiben eine Website
8 %	15 %	19 %	22 %	...betreiben einen Online-Shop
3.200	5.700	7.500	9.000	Online-Shops
€ 0,7 Mrd	€ 1,6 Mrd	€ 2,4 Mrd	€ 3,2 Mrd	Jahresumsätze im Internet-Einzelhandel (inkl. Ust.)

Einzelhandelsunternehmen (nach ÖNACE 2008, exkl. Tankstellen) mit Sitz in Österreich, gerundete Werte  
 Quelle: KMU Forschung Austria

## Executive Summary

Die Studie „Internet-Einzelhandel 2018“ wurde im Auftrag der Wirtschaftskammer Österreich – Sparte Handel mit Unterstützung des Bundesministeriums für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort durchgeführt.

### Immer mehr KonsumentInnen kaufen und immer mehr Einzelhandelsunternehmen verkaufen via Internet

Das Internet hat eine nie dagewesene Informationstransparenz geschaffen. 75 % der ÖsterreicherInnen (16-74 Jahre) suchen vor ihrem Einkauf (auch) im Internet nach Informationen zu Einzelhandelsprodukten. So spielt auch die Sichtbarkeit im WWW für den Einzelhandel eine immer größere Rolle. 75 % der Einzelhandelsunternehmen (mit Sitz in Österreich) stellen mittlerweile Informationen auf der eigenen Website zur Verfügung.

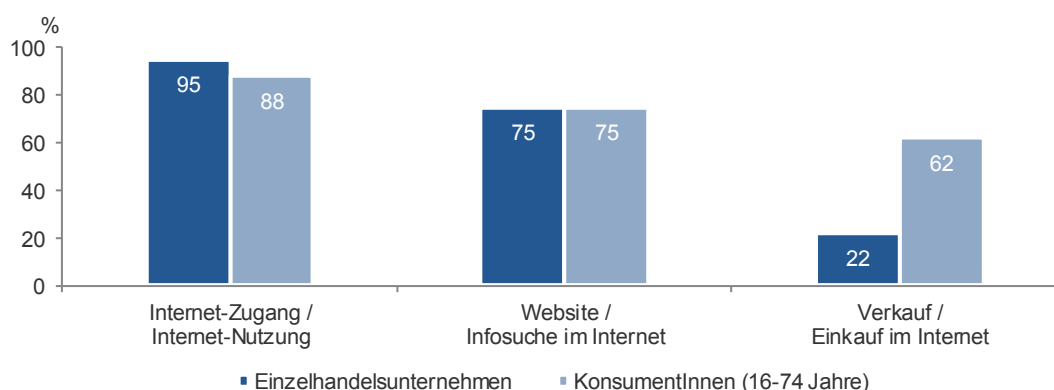
Die Zahl der Online-ShopperInnen hat sich in der letzten Dekade verdoppelt. 62 % der KonsumentInnen (16-74 Jahre) kaufen online ein, wobei Online-Shopping vor allem bei jungen Alterskohorten und Haushalten mit hohem Einkommen beliebt ist. Von „guten“ Internetanbietern erwarten sich die österreichischen Online-ShopperInnen vor allem günstige Preise und schnelle, kostenfreie Lieferungen. Im EU-28-Vergleich belegt Österreich beim Online-Shopping Platz 9.

Die Zahl der Online-Shops im heimischen Internet-Einzelhandel hat sich in der letzten Dekade auf 9.000 nahezu verdreifacht. 22 % der Einzelhandelsunternehmen mit Sitz in Österreich verkaufen via Internet, wobei der Anteil bei Großunternehmen (ab 250 Beschäftigte) mit 90 % deutlich höher ausfällt.

#### 4,1 Mio ÖsterreicherInnen kaufen online ein / 9.000 Einzelhandelsunternehmen verkaufen online

Grafik 1 | Angebots- und Nachfrageseite im Internet-Einzelhandel im Überblick, 2017

Anteil der Einzelhandelsunternehmen (exkl. Tankstellen) und der KonsumentInnen (16-74 Jahre) (in %)



Quellen: KMU Forschung Austria, Statistik Austria

## Ausgaben & Umsätze im Internet-Einzelhandel steigen dynamisch an, wenngleich auf unterschiedlich hohem Niveau

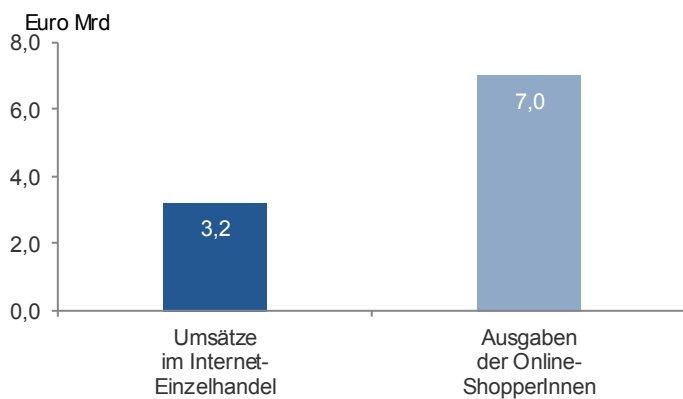
4,1 Mio ÖsterreicherInnen (16-74 Jahre) shoppen online und geben dafür im Durchschnitt pro Jahr € 1.700 aus, was sich für das Analysejahr 2017 auf € 7,0 Mrd summiert. Einkommensstarke Haushalte shoppen öfter online und geben dafür auch mehr aus, was letztlich das hohe Ausgabenniveau erklärt.

Mit dem dynamischen Anstieg der Online-Shops im heimischen Einzelhandel steigen auch die Online-Umsätze in den letzten Jahren (prozentuell) deutlich stärker als im stationären Einzelhandel und summieren sich für das Analysejahr auf € 3,2 Mrd (brutto, inkl. Ust.), was 4,3 % des Einzelhandelsvolumens in Österreich (exkl. Tankstellen) entspricht.

Die Gegenüberstellung von Ausgaben beim Einkauf und Umsätzen beim Verkauf via Internet zeigt, dass 55 % der Ausgaben der ÖsterreicherInnen (16-74 Jahre) beim Online-Shopping zu internationalen Anbietern fließen. Mit Ausnahme von Luxemburg und Malta kaufen in keinem anderen EU-Land mehr KonsumentInnen bei ausländischen Internet-Anbietern ein als in Österreich.

### € 3,2 Mrd Umsätze / € 7,0 Mrd Ausgaben im Internet-Einzelhandel

Grafik 2 | Umsätze und Ausgaben im Internet-Einzelhandel, 2017  
der Einzelhandelsunternehmen mit Sitz in Österreich (inkl. Ust.)  
und Ausgaben der ÖsterreicherInnen (16-74 Jahre)



Quelle: KMU Forschung Austria

## Die Zukunft des Einzelhandels ist digital

Der Einzelhandel ist der von der Digitalisierung am drittstärksten betroffene Wirtschaftssektor. 81 % der befragten EinzelhändlerInnen stellen eine starke Bedrohung durch die aktuellen Entwicklungen im Online-Handel für den stationären Einzelhandel fest. Da vor allem Großunternehmen via Internet verkaufen, verstärken sich die Konzentrationstendenzen im österreichischen Einzelhandel zusätzlich.

Während die Zahl der Online-Shops stetig steigt, sinkt die Zahl der Ladengeschäfte in Österreich. Im Vergleich zwischen offline und online ist jedoch zu berücksichtigen, dass ein Ladengeschäft im Durchschnitt 5mal mehr Umsatz als ein durchschnittlicher Online-Shop im heimischen Einzelhandel erzielt. 56 % der befragten EinzelhändlerInnen gehen davon aus, dass in Zukunft im Internet-Einzelhandel mehr Umsatz als im stationären Einzelhandel generiert werden wird.

Das Betreiben von Online-Shops wird wahrscheinlich auch künftig eine Frage der Unternehmensgröße bleiben, wenngleich immer mehr KonsumentInnen on- und offline verbinden, wie ROPO und Showrooming zeigen. Auch Mobile-Commerce wird in Zukunft eine (noch) größere Rolle spielen. ■

### Methodik:

Die Studienergebnisse für das Analysejahr 2017 basieren auf umfangreichen Primärerhebungen sowohl der Nachfrageseite (telefonische Befragung von 2.000 KonsumentInnen) als auch der Angebotsseite (Online-Befragung von 1.171 Einzelhandelsunternehmen) sowie auf Sonderauswertungen von KMU Forschung Austria (805 Einzelhandelsunternehmen), von Statistik Austria und von Eurostat. Die Nachfrageseite fokussiert auf die KonsumentInnen im Alter zwischen 16 und 74 Jahren in Österreich. Die Angebotsseite fokussiert auf Einzelhandelsunternehmen mit Sitz in Österreich. Der Einzelhandel ist definiert nach der europaweit gültigen NACE-Klassifikation Rev.2 bzw. der nationalen Fassung ÖNACE 2008 (exkl. Tankstellen).

Die komplette Studie „Internet-Einzelhandel 2018“ ist kostenfrei downloadbar unter:  
[www.derhandel.at](http://www.derhandel.at) / [www.kmuforschung.ac.at](http://www.kmuforschung.ac.at)

Rückfragen bitte direkt an:

**Wirtschaftskammer Österreich**  
**Sparte Handel**

Mag. Iris Thalbauer  
Geschäftsführerin  
[bsh@wko.at](mailto:bsh@wko.at)  
+43 5 90 900 – 3339  
[www.derhandel.at](http://www.derhandel.at)

**KMU Forschung Austria**

Dr. Ernst Gittenberger  
Projektleiter  
[e.gittenberger@kmuforschung.ac.at](mailto:e.gittenberger@kmuforschung.ac.at)  
+43 1 505 97 61 - 26  
[www.kmuforschung.ac.at](http://www.kmuforschung.ac.at)

Wien, 6. Juni 2018