

E-Commerce-Studie Österreich 2019

10. Studie zum Konsumentenverhalten im Distanzhandel

Key Facts

Zentrale Daten 2019 im Überblick

Analysezeitraum 2019: Mai 2018 bis April 2019 / Veränderung zu 2018: Mai 2017 bis April 2018

Einkauf im Distanzhandel	Online-Shopping	Smartphone-Shopping
<ul style="list-style-type: none"> ▶ Versandhandel ▶ Internet-Einzelhandel ▶ Internet via Smartphone 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Internet-Einzelhandel ▶ Internet via Smartphone 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Internet via Smartphone
5,1 Mio	4,4 Mio	2,0 Mio
Distanzhandelskäufer_innen	Online-Shopper_innen	Smartphone-Shopper_innen
+ 100.000	+ 100.000	+ 200.000
+ 2 %	+ 2 %	+ 11 %
von 7,5 Mio Konsumentinnen und Konsumenten (ab 15 Jahre) kaufen		
68 %	58 %	26%
im Versandhandel und/oder im Internet-Einzelhandel ein	im Internet-Einzelhandel ein	im Internet-Einzelhandel via Smartphone ein
€ 8,1 Mrd	€ 7,5 Mrd	€ 800 Mio
Ausgaben beim Einkauf im Internet-Einzelhandel & Versandhandel	Ausgaben beim Einkauf im Internet-Einzelhandel	Ausgaben beim Einkauf im Internet-Einzelhandel via Smartphone
+ € 200 Mio	+ € 300 Mio	+ € 160 Mio
+ 3 %	+ 4 %	+ 25 %
von den gesamten, einzelhandelsrelevanten Konsumausgaben fließen		
11 %	10 %	1 %
in den Versandhandel & Internet-Einzelhandel	in den Internet-Einzelhandel	in den Internet-Einzelhandel via Smartphone

Quelle: KMU Forschung Austria

Detaildaten 2019 im Überblick

Analysezeitraum 2019: Mai 2018 bis April 2019 / Veränderung zu 2018: Mai 2017 bis April 2018

Durchschnittliche Ausgaben im Distanzhandel 2019

€ 1.600,-
 pro Distanzhandelskäufer_in p.a.

+ 1 %
 pro Distanzhandelskäufer_in

Ausgaben im Distanzhandel nach Warengruppen 2019

Top-Warengruppen 2019

€ 1,9 Mrd

Bekleidung/Textilien

€ 1,2 Mrd

Elektrogeräte

€ 0,6 Mrd

Bücher/Zeitschriften

Top-Gewinner 2019

+ 18 %

Möbel/Deko

+ 12 %

Kosmetik

+ 9 %

Schuhe/Lederwaren

Anteil der Distanzhandelsausgaben nach Warengruppen 2019 an den gesamten, einzelhandelsrelevanten Konsumausgaben

30 %
 Bücher/Zeitschriften

29 %
 Spielwaren

27 %
 Sportartikel

27 %
 Elektrogeräte

Telefonische Befragung von 1.400 Österreicher_innen (ab 15 Jahre)
 Analysezeiträume von Mai bis April (12 Monate), gerundete Werte
 Quelle: KMU Forschung Austria

Executive Summary

Zahl der Distanzhandelskäufer_innen steigt auf 5,1 Mio – die Distanzhandelsausgaben auf € 8,1 Mrd

Die 10. Studie zum Konsumentenverhalten im Distanzhandel im Auftrag Handelsverband Österreich bestätigt die Trends der letzten Jahre. Sowohl die Zahl der Käufer_innen als auch die Ausgaben im Distanzhandel steigen im aktuellen Analysezeitraum 2019 (Mai 2018 bis April 2019) weiter an.

68 % bzw. rd. 5,1 Mio Österreicher_innen (ab 15 Jahre) kaufen im Internet-Einzelhandel bzw. im Versandhandel ein. Gegenüber der Vorjahresperiode bedeutet dies einen Anstieg um +2 % bzw. um rd. +100.000 Distanzhandelskäufer_innen. Zweistellige Prozentwachstumsraten bei den Käuferzahlen verzeichnen 2019 die Warengruppen Lebensmittel/Getränke sowie Möbel/Deko, wiewohl Bekleidung/Textilien mit knapp 3,0 Mio Käufer_innen weiterhin das Ranking der meistgekauften Waren im Distanzhandel anführen. Interessant ist in diesem Zusammenhang, dass die Retourquoten erstmals wieder sinken, was insbesondere das Modesegment betrifft.

Die Distanzhandelsausgaben übertreffen im Analysezeitraum 2019 erstmals die € 8 Mrd-Marke. Steigende Käuferzahlen (+2 %) und höhere Durchschnittsausgaben (+1 % auf rd. € 1.600,- pro Käufer_in) führen im Vergleich zur Vorjahresperiode zu einem Ausgabenwachstum von insgesamt +3 % bzw. von rd. +€ 200 Mio. Mit rd. € 8,1 Mrd p.a. geben die Österreicher_innen rd. 11 % ihrer gesamten Einzelhandelsausgaben im in- und ausländischen Internet-Einzelhandel bzw. Versandhandel aus. Damit liegt der Anteil der Distanzhandelsausgaben in Österreich auf dem Niveau der Schweiz (ebenfalls rd. 11 %) aber unter dem Wert von Deutschland (rd. 13 %).

Mit knapp € 1,9 Mrd p.a. entfallen die höchsten Ausgaben im Distanzhandel nach wie vor auf Bekleidung/Textilien, gefolgt von Elektrogeräten (rd. € 1,2 Mrd) und Büchern/Schreibwaren (rd. € 0,6 Mrd). Während jedoch in den beiden erstgenannten Sortimentsgruppen die Ausgaben weiter ansteigen, scheint der Zenit bei Büchern und Schreibwaren bereits überschritten zu sein. Dennoch geben die Österreicher_innen rd. 30 % ihrer gesamten Ausgaben für Bücher/Schreibwaren im Internet-Einzelhandel bzw. Versandhandel aus. An zweiter Stelle liegen Spielwaren mit rd. 29 %. Deutlich zugenommen hat in den letzten Jahren der Distanzhandelsanteil bei Sportartikeln. Die Distanzhandelsausgaben stellen bereits rd. 27 % der Gesamtausgaben in dieser Warengruppe dar. Dies trifft auch auf Elektrogeräte zu. Die höchsten prozentuellen Ausgabenzuwächse verzeichnen im Analysezeitraum 2019 jedoch die Warengruppen Möbel/Deko (+18 %), Kosmetik (+12 %) und Schuhe/Lederwaren (+9 % gegenüber der Vorjahresperiode).

56 % der Distanzhandelsausgaben geben die Österreicher_innen (ab 15 Jahre) nach eigenen Angaben bei ausländischen Anbietern aus. Das entspricht rd. € 4,5 Mrd p.a., während in den heimischen Internet-Einzelhandel und Versandhandel rd. € 3,6 Mrd p.a. fließen.

Verschiebungen im Distanzhandel hin zu Online-Shopping, Smartphone-Shopping und Voice-Shopping

Die Trends der letzten Jahre beim Konsumentenverhalten im Distanzhandel setzen sich im aktuellen Analysezeitraum 2019 (Mai 2018 bis April 2019) weiter fort. Während immer weniger Konsumentinnen und Konsumenten postalisch bzw. telefonisch im klassischen Versandhandel bestellen, hält die Dynamik beim Online-Shopping weiter an. Zurückzuführen ist dies auch auf den anhaltenden Boom beim Smartphone-Shopping. Voice-Shopping entwickelt sich zwar ebenfalls sehr dynamisch, bleibt aber (noch) ein Nischenprogramm.

Dynamik im Online-Shopping: 4,4 Mio Shopper_innen und € 7,5 Mrd Ausgaben

Die Verschiebung der Einkaufsgewohnheiten im Distanzhandel weg vom Einkauf im klassischen Versandhandel hin zum Online-Shopping zeigt sich 2019 sowohl bei den Käuferzahlen als auch bei den Ausgaben. 58 % der Österreicher_innen (ab 15 Jahre) shoppen online und geben dafür rd. € 7,5 Mrd p.a. aus. Im klassischen Versandhandel bestellen rd. 11 % der Konsumentinnen und Konsumenten um rd. € 0,6 Mrd p.a. Während die Zahl der Online-Shopper_innen (ab 15 Jahre) im Analysezeitraum 2019 um +2 % weiter ansteigt, sinken die Käuferzahlen im Versandhandel um -10 % (gegenüber der Vorjahresperiode). Der Ausgabenzuwachs beim Online-Shopping beträgt +4 % bzw. rd. +€ 300 Mio. Im klassischen Versandhandel sinken die Ausgaben hingegen um -12 % bzw. um knapp -€ 100 Mio.

Boom im Smartphone-Shopping: 2,0 Mio Shopper_innen und € 0,8 Mrd Ausgaben

Online-Shopping wird immer mehr zum Smartphone-Shopping. Bereits 26 % der Österreicher_innen (ab 15 Jahre) kaufen im Internet direkt via Smartphone ein. Damit steigt die Zahl der Smartphone-Shopper_innen 2019 um +11 % bzw. um rd. +200.000 gegenüber der Vorjahresperiode an. Die jährlichen Ausgaben beim Smartphone-Shopping erhöhen sich um +25 % bzw. um rd. +€ 160 Mio. Damit übertreffen die Ausgaben beim Smartphone-Shopping (rd. € 0,8 Mrd p.a.) erstmals die Ausgaben bei telefonischen und postalischen Bestellungen im Versandhandel (rd. € 0,6 Mrd). Mittlerweile werden 11 % der gesamten Online-Ausgaben via Smartphone getätigt.

Start im Voice-Shopping: 30.000 Shopper_innen

6 % der Österreicher_innen (ab 15 Jahre) nutzen sprachgesteuerte, internetbasierte Assistenten wie Amazon Echo, Google Home, etc. Genutzt werden Alexa & Co vor allem zum Musikhören, für Fragen zu Wetter und Sport sowie zur Steuerung von kompatiblen Geräten. Rd. 65.000 Österreicher_innen (ab 15 Jahre) fragen Alexa & Co auch nach Informationen zu Einzelhandelswaren. Rd. 30.000 Konsumentinnen und Konsumenten haben bereits zumindest einmal via internet-basiertem Assistenten Einzelhandelswaren bestellt. Gegenüber der Vorjahresperiode hat sich die Zahl der Voice-Shopper_innen 2019 zwar verdoppelt, dies entspricht aber erst 0,4 % der Österreicher_innen (ab 15 Jahre) – nach 0,2 % in der Vorjahresperiode.■

Methodik:

Die E-Commerce-Studie Österreich 2019 basiert auf einer telefonischen Befragung von 1.400 Konsumentinnen und Konsumenten in Österreich (ab 15 Jahre, ohne Alterseinschränkung nach oben) repräsentativ für die österreichische Bevölkerung (ab 15 Jahre). Die vorliegende Studie – im Auftrag Handelsverband Österreich – wurde nach allen Maßstäben der Sorgfalt erstellt. Die KMU Forschung Austria übernimmt jedoch keine Haftung für Schäden oder Folgeschäden, die auf diese Analysen oder auf mögliche fehlerhafte Angaben zurückgehen.

Die **E-Commerce-Studie Österreich 2019** ist direkt beim Studienauftraggeber Handelsverband Österreich erhältlich. Rückfragen und Bestellungen bitte direkt an den Handelsverband:

Handelsverband

Mag. Gerald Kühberger, MA
Communications Manager
gerald.kuehberger@handelsverband.at
+43 1 406 22 36 – 77
www.handelsverband.at

KMU Forschung Austria

Dr. Ernst Gittenberger
Projektleiter
e.gittenberger@kmuforschung.ac.at
+43 1 505 97 61 - 26
www.kmuforschung.ac.at

Wien, 12. Juni 2019