

HANDEL AKTUELL

Studie: Einzelhandel im Internet 2014

Lorentsich: Online-Geschäft österreichischer Händler im Aufwind, Gegenwind durch Wettbewerbsnachteile

Appell an die Politik: Fair Play für stationäre und Onlinehändler aus Österreich gegenüber Anbietern aus dem Ausland - Studie zu Online-Angeboten des Handels und deren Nutzung präsentiert



Immer mehr Einzelhändler in Österreich verkaufen ihre Waren via Internet und immer mehr Konsumenten kaufen online ein.

In diesem Newsletter präsentieren wir Ihnen die Ergebnisse der aktuellen Studie "Internet-Einzelhandel 2014"

Der Bruttojahresumsatz im heimischen Internet-Einzelhandel steigt 2013 auf 2,9 Mrd. Euro, das entspricht bereit 4,5 % des gesamten Einzelhandelsvolumens. Diese Entwicklung ist extrem dynamisch - der Umsatz hat ist in innerhalb von 3 Jahren um 30 % gestiegen. Auch die Zahl der Onlineshops hat sich seit 2010 vergrößert, mittlerweile verkaufen 7.500 Handelsunternehmen ihre Waren via Internet, im Jahr 2010 waren es noch 5.700, im Jahr 2006 3.200.

Für den heimischen Einzelhandel spielt das Internet eine immer größere Rolle, und zwar sowohl zur Präsentation als auch zum Verkauf von Waren: Die KMU Forschung Austria hat darum nach 2007 und 2011 neuerlich eine umfassende Analyse des heimischen Internet-Einzelhandels durchgeführt. Die Ergebnisse der Studie (im Auftrag der Bundessparte Handel mit Unterstützung des Bundesministeriums für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft) für das Jahr 2013 präsentierte Handelsobfrau Bettina Lorentschitsch, heute, Donnerstag.

Vergleich: Ausgaben der Österreicher - Umsatz des österreichischen Internethandels

„Stellt man die Ausgaben der österreichischen Konsument/-innen im Netz dem Umsatz des heimischen Internethandels gegenüber, zeigt sich der Wermutstropfen der Entwicklung: Die heimischen Unternehmen decken mit 2,9 Milliarden Euro nämlich nur knapp die Hälfte der Internet-Ausgaben der Österreicher ab, während die zweite Hälfte - ebenfalls rund 3 Milliarden Euro - in den ausländischen Internet-Einzelhandel bzw. auch zu (Marken-) Herstellern fließt“, so Handelsobfrau Lorentschitsch.

Wermutstropfen Kaufkraftabfluss, daher fordert Lorentschitsch „Fair Play auf allen Linien“

„Daher braucht es faire Bedingungen für den österreichischen Handel: Ich fordere von der österreichischen und der europäischen Politik faire, d.h. gleiche Rahmenbedingungen auf allen Ebenen. Außerdem appelliere ich an die Lieferanten, faire Konditionen mit dem heimischen Handel zu vereinbaren. Nur so wird auch in Zukunft eine vielfältige Handelslandschaft bestehen bleiben können.“

Dynamische Entwicklung im Internet-Einzelhandel: Online-Jahresumsatz österreichischer Händler bereits knapp 3 Milliarden Euro

Der Brutto-Jahresumsatz im heimischen Internet-Einzelhandel ist 2013 auf rund 2,9 Milliarden Euro gestiegen, was bereits 4,5% des gesamten Einzelhandelsvolumens in Österreich entspricht. „Die Entwicklung ist damit extrem dynamisch, der Umsatz des österreichischen Internethandels ist innerhalb von nur 3 Jahren um 30% gewachsen“, so Bundesspartenobfrau Lorentschitsch und Ernst Gittenberger, Handelsexperte der KMU Forschung Austria.

Stichwort „Multichanneling“: Die Kombination von Ladengeschäft und Online-Shop ist auf dem Vormarsch. 65 % der Umsätze im heimischen Internet-Einzelhandel entfallen auf die Online-Shops von stationären Einzelhandelsunternehmen (25% auf den „klassischen“ Versandhandel und 10 % auf den reinen Internethandel). Der Fokus im heimischen Internet-Einzelhandel liegt auf dem österreichischen Markt, die „Exportquote“ liegt unverändert bei 9%.

Mehr Präsenz im WWW und Onlineshops von Händlern aus Österreich

Laut der aktuellen Internet-Einzelhandelsstudie verfügen bereits 90% der Einzelhandelsunternehmen mit Unternehmenssitz in Österreich über einen Internet-Zugang, 70% betreiben eine Webseite. Auch die Zahl der Onlineshops hat sich seit 2010 vergrößert: Mittlerweile verkaufen 19% bzw. rund 7.500 Einzelhandelsunternehmen ihre

Produkte über einen eigenen Webshop bzw. über Online-Plattformen online. 2010 waren es noch 5.700, im Jahr 2006 3.200. „Wir freuen uns, dass wir mit den Aktivitäten der Bundessparte Handel, darunter die Roadshow ‚Handel goes WWW‘, einen Beitrag zur besseren Präsenz des österreichischen Handels im World Wide Web leisten konnten.“

Immer mehr Österreicher/-innen geben immer mehr Geld im Internet aus

Im Jahr 2013 haben bereits 57% der Konsumenten per Mausclick eingekauft - auch hier ist ein enormer Anstieg (plus 90%!) seit dem Jahr 2006 zu verzeichnen. Neben dem Umsatz des heimischen Internethandels sind auch die Ausgaben von Herrn und Frau Österreicher für die Interneteinkäufe deutlich gestiegen: Im Jahr 2013 haben die Online-Shopper bereits knapp 6 Milliarden Euro im Netz ausgegeben. Im Jahr 2006 waren es 1,5 Milliarden.

Unterschiedliche Entwicklung in den einzelnen Branchen

Betrachtet man die einzelnen Branchen, die im Internet Produkte zum Verkauf anbieten, so tritt eine von Branche zu Branche sehr unterschiedliche Entwicklung zu Tage: „Die größten Umsatzzuwächse kann der Lebensmittelhandel verzeichnen, der im Jahr 2013 online 220 Millionen Euro Umsatz erwirtschaften konnte. Im Jahr 2006 waren es noch 20 Millionen Euro. Obwohl der Lebensmittelhandel in nur sieben Jahren 11 Mal so viel Umsatz erzielen konnte, beträgt der Umsatz gemessen am Gesamtumsatz der Branche lediglich 1%“, erläutert Ernst Gittenberger die Ergebnisse der Erhebung.

Im Computerhandel hat sich der Umsatz beispielsweise im Vergleich dazu „nur“ knapp mehr als verdoppelt - von 80 Millionen im Jahr 2006 auf 170 Millionen Euro im Jahr 2013 - gemessen am Gesamtumsatz der Branche beträgt der Anteil der übers Netz umgesetzt wird, aber bereits 21%.

Heimischer Handel unter Druck: Nur die Hälfte der Ausgaben im WWW bleibt in Österreich

Dass trotz Internetauftritt mit integriertem Webshop das Leben der heimischen Internethändler nicht immer rosig ist, zeigen die Erfahrungsberichte von zwei betroffenen Händlern. Die hohen Abgaben - etwa in den Bereichen Entsorgung, Urheberrecht und Künstlersozialversicherung - belasten die Ertragsituation der Händler und begünstigen ausländische Mitbewerber, ärgert sich Wolfgang Krejcik, ein Elektrohändler aus Wien: „Ich bin als Händler mit Abgaben konfrontiert, die von ausländischen Händlern nicht eingehoben werden.“

Funktionierende Nahversorgung braucht faire Einkaufskonditionen!

Auch Peter Hinterberger, ein Spielwarenhändler aus Niederösterreich, fühlt sich in die Enge getrieben: „Meine Einkaufspreise liegen teilweise über dem Verkaufspreis von ausländischen Internetplattformen und die Versandkosten ausländischer Logistiker sind astronomisch“. Neben der Preisthematik spielt für Hinterberger der Beratungsdiebstahl eine große Rolle: „Die Kunden kommen in mein Geschäft, lassen sich die Funktionalitäten der Ware erklären und kaufen dann das Produkt im Internet beim ausländischen Mitbewerber“, erklärt Hinterberger seine Situation.

Roadshow „Handel goes WWW“ wird im Herbst fortgesetzt

Die erfolgreiche Veranstaltungsreihe „Handel goes WWW“ wird ab Herbst wieder quer durch Österreich touren. Stets aktualisierte Informationen sind auf www.derhandel.at zu finden.



Weiterführende Infos:

- [Präsentation der Studienergebnisse vom 5.6.2014](#)
- [Internet-Einzelhandel 2014 - Executive Summary](#)
- [Studie der KMU FORSCHUNG AUSTRIA: Internet-Einzelhandel 2014](#)