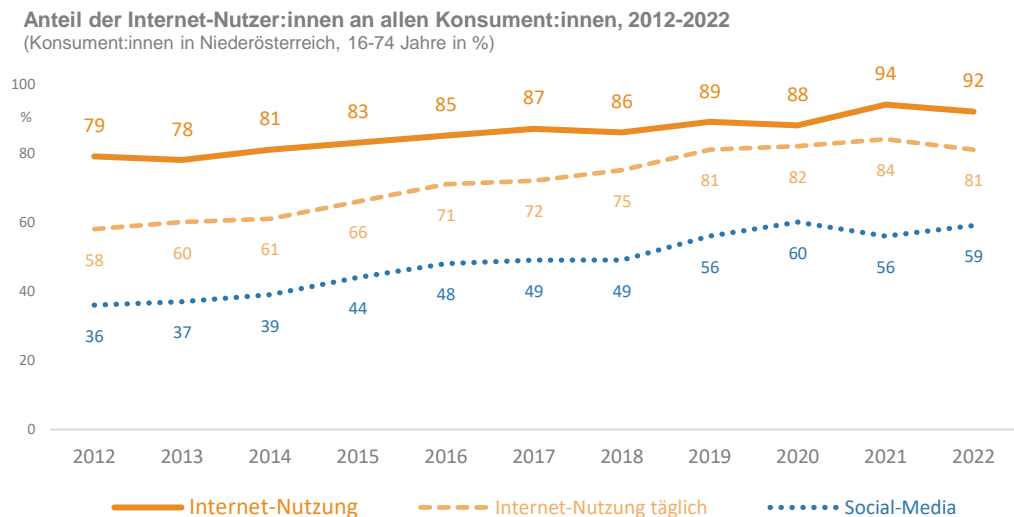


# Online-Shopping 2022 in Niederösterreich

## 92 % der Niederösterreicher:innen nutzen das Internet

92 % der Niederösterreicher:innen zählen zu den Internet-Nutzer:innen (16-74 Jahre). 81 % nutzen das Internet (fast) täglich. Gegenüber 2021 zeigt sich somit ein geringfügiger Rückgang der Internet-Nutzer:innen von rd. 1,19 Mio. auf rd. 1,17 Mio. (bzw. um -2 %). Social-Media gewinnt – nach einem Rückgang 2021 – wieder an Bedeutung. Der Anteil der Niederösterreicher:innen (16-74 Jahre), die Social-Media-Kanäle verwenden, steigt von 56 % (2021) auf 59 % (2022) wieder an.

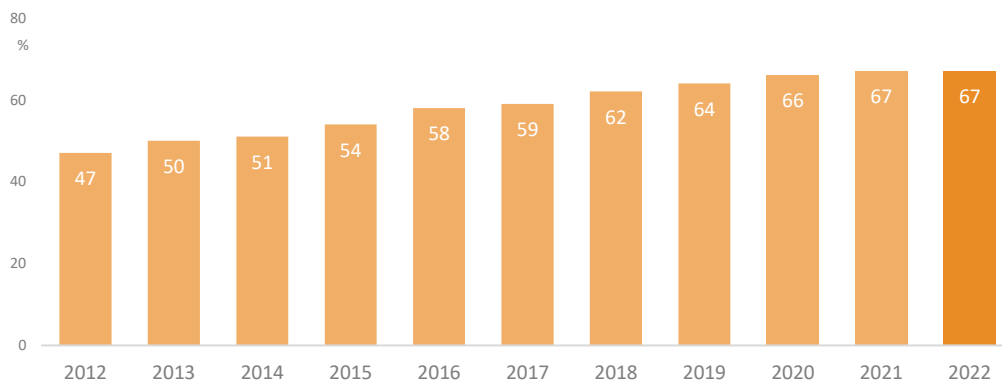


Anmerkung: gerundete Werte  
Quelle: Eurostat/Statistik Austria

## 67 % der Niederösterreicher:innen shoppen online

Die Online-Shopping-Durchdringung zeigt in Niederösterreich in den Pandemie Jahren eine nahezu konstante Entwicklung. Wie 2021 shoppen auch 2022 67 % der Konsument:innen (in der Zielgruppe 16-74 Jahre) online. Die Zahl der Online-Shopper:innen bleibt mit rd. 840.000 konstant. Zwei Drittel der Online-Shopper:innen bestellen (auch) im internationalen Internet-Handel.

**Anteil der Online-Shopper:innen an allen Konsument:innen, 2012-2022**  
 (Konsument:innen in Niederösterreich, 16-74 Jahre in %)

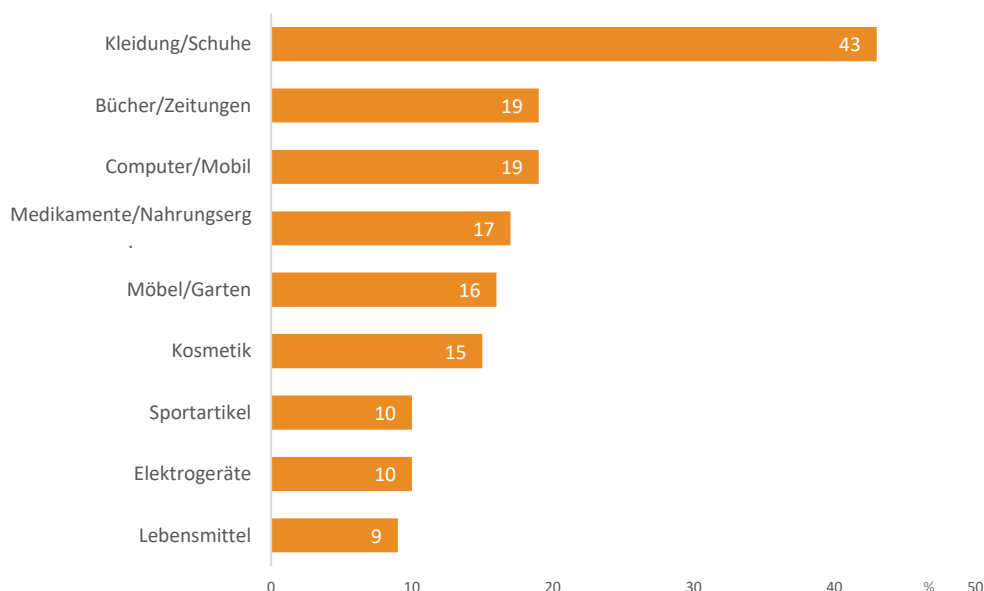


Anmerkung: gerundete Werte  
 Quelle: Eurostat/Statistik Austria

**43 % der Niederösterreicher:innen shoppen online Mode – 9 % Lebensmittel**

Die beliebteste Warengruppe beim Online-Shopping ist Bekleidung/Schuhe. 43 % der Konsument:innen (16-74 Jahre) kaufen Modeartikel via Internet ein. An zweiter Stelle folgen Bücher/Zeitungen (19 %). An dritter Stelle liegt die Warengruppe Computer/Mobil (19 %). Lebensmittel bestellen 9 % online.

**Anteil der Online-Shopper:innen nach Warengruppen an allen Konsument:innen, 2022**  
 (Konsument:innen in Niederösterreich, 16-74 Jahre in %)



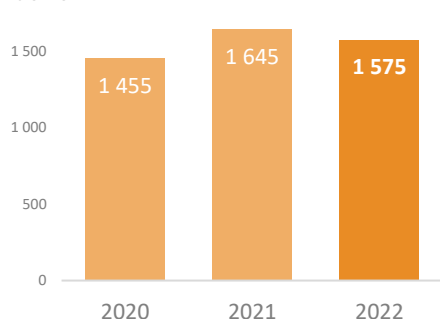
Anmerkung: Abschätzung, gerundete Werte  
 Datenbasis: Institut für Handel, Absatz und Marketing (IHaM)  
 Berechnungen: Economica

### 9,8 % ihrer Einzelhandelsausgaben geben die Niederösterreicher:innen online aus

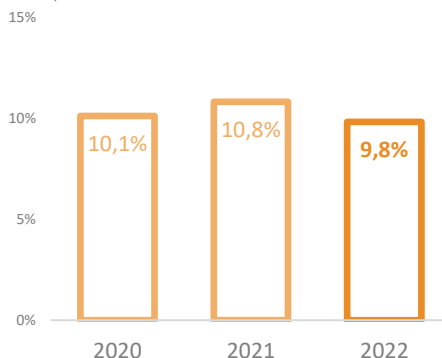
Fast paradoxe Entwicklungen zeigt das Jahr 2022. Die Zahl der Online-Shopper:innen bleibt in Niederösterreich zwar konstant hoch (+/-0 % gegenüber 2021), die Gesamtausgaben beim Online-Shopping sinken hingegen (-4 %). In absoluten Zahlen verringern sich die Online-Ausgaben von knapp € 1,65 Mrd. (2021) auf knapp € 1,58 Mrd. Davon fließen rd. 6 von 10 Euro zu internationalen Internet-Händlern.

In Relation zu den gesamten einzelhandelsrelevanten Konsumausgaben bedeutet dies, dass 9,8 % der Einzelhandelsausgaben online getätigt werden – nach 10,8 % im Jahr 2021. Zurückzuführen ist der sinkende Online-Anteil 2022 darauf, dass die Ausgaben im stationären Einzelhandel um +7 % ansteigen, die Online-Ausgaben jedoch sinken (-4 %). Das Vertrauen der Konsument:innen verschiebt sich in der Teuerungswelle wieder in Richtung Ladengeschäfte. Die dynamische Entwicklung der Covid-19-Pandemiejahre 2020 und 2021 brems sich 2022 deutlich ein.

**Online-Ausgaben 2020 - 2022**  
(der Konsument:innen in Niederösterreich in Euro Mio)  
Euro Mio



**Anteil der Online-Ausgaben 2020 - 2022**  
(an den Einzelhandelsausgaben in Niederösterreich in %)



Anmerkung: Abschätzung, gerundete Werte  
Datenbasis: Institut für Handel, Absatz und Marketing (IHaM)  
Berechnungen: Economica

Economica Institut für Wirtschaftsforschung

Ernst Gittenberger / Peter Voithofer

Wien, April 2023

**Methodik:** Die Ergebnisse basieren erstens auf regionalen Daten von Eurostat/Statistik Austria zu Online-Shopper:innen. Zweitens hat das Institut für Handel, Absatz und Marketing (IHaM) der Johannes Kepler Universität Linz (JKU) bundeslandspezifische Erhebungsdaten aus vier Befragungswellen 2022 zu Online-Ausgaben sowie zwei Befragungswellen 2022 zu Online-Shopping nach ausgewählten Warengruppen zur Verfügung gestellt. Darauf aufbauend hat Economica Institut für Wirtschaftsforschung Berechnungen und Hochrechnungen erstellt. Die Berechnungen zu den Warengruppen sowie die Hochrechnungen zu den Online-Ausgaben sind als Abschätzung zu verstehen.