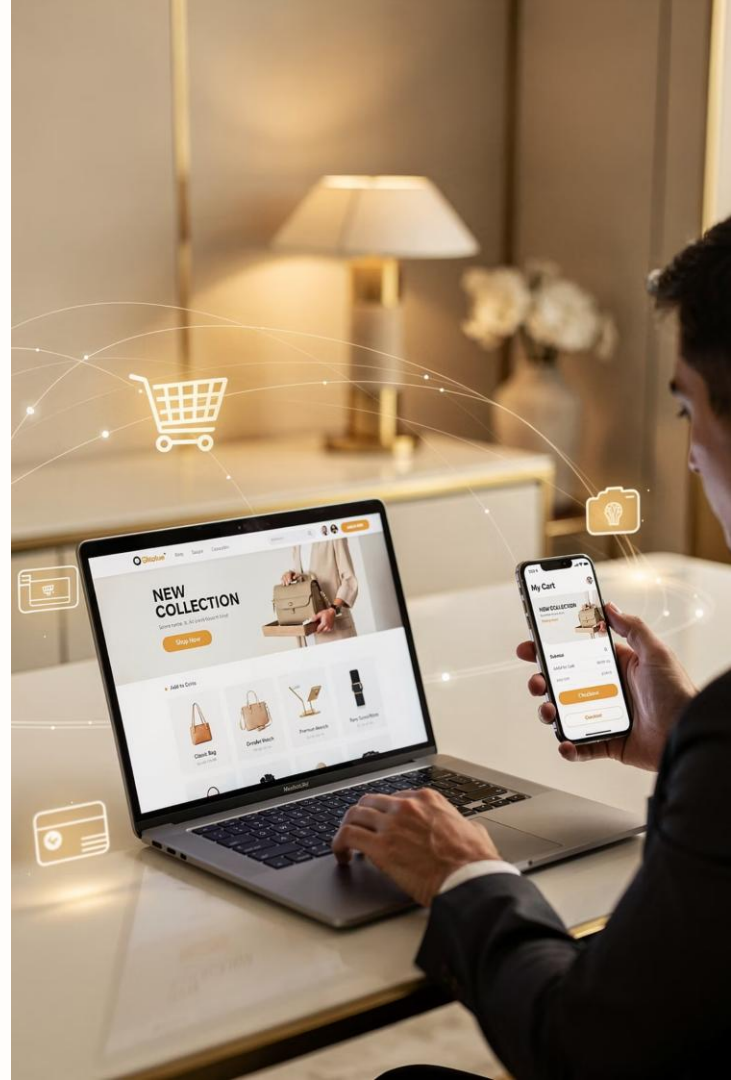


Konjunktur im B2C-E-Commerce 2025

Jahresbilanz 2025

Pressekonferenz · 1. Juni 2026 · Wirtschaftskammer Österreich



Ihre Gesprächspartner:innen

Dr. Rainer Trefelik
Bundesspartenobmann Handel

Mag. Iris Thalbauer
Bundesspartengeschäftsführerin Handel

Mag. Peter Voithofer
Institut für Österreichs Wirtschaft (ifow)



B2C-E-Commerce 2025: Wachstumssprung auf Rekordniveau

11,5 Mrd.

Bruttoumsatz

Neues Allzeithoch in Österreich

+9,5%

Wachstum 2025

Zweithöchster Konjunkturanstieg der letzten acht Jahre

10,1%

Online-Anteil

Am gesamten Einzelhandelsvolumen – Allzeithoch

Nach der Konsolidierungsphase 2023 und der Erholung 2024 (+4,9%) kehrt der Markt 2025 auf einen klar dynamischen Wachstumspfad zurück. Besonders hohe Wachstumsraten verzeichnen Pflegeprodukte (+13,2 %), Lebensmittel (+11,7 %) und Mode (+10,9 %). Das größte Segment bleibt Mode, das die Marktentwicklung weiterhin maßgeblich prägt.

Onlinehandel wächst stärker als Einzelhandel

Internationale Plattformen dominieren das Wachstum – heimische Händler profitieren unterdurchschnittlich.

**B2C-E-Commerce:
+9,5% (2025)**

**Einzelhandel:
+2,6% (2025)**



**+67%
(2017–2025)**

**+28%
(2017–2025)**

Versandhandel: +23% (2017–2025)

Marktkonzentration 2025

Top-10 Anbieter vereinen 58,1 % Marktanteil

- Im EU-Vergleich liegt Österreich 2025 mit +9,5% über dem EU-Durchschnitt (+7,1%), langfristig jedoch hinter Deutschland und der EU.



Methodik

B2C-E-Commerce

Datengrundlagen und methodischer Zugang

Datenquellen

ECDB

Gesamtmarkt inkl.
internationaler
Plattformen

Statistik Austria

Inländischer Online- und
Versandhandel

Eurostat

EU-weite Vergleichsperspektive

Analyseperspektiven

- Entwicklung nach Sortimentsgruppen
- Vergleich zum gesamten Einzelhandel
- Vergleich zum heimischen Versand- und Internethandel
- EU-weiter Ländervergleich

Die Kombination mehrerer Quellen ist notwendig, da kein einzelnes System den gesamten Online-Markt vollständig abbildet.

Konjunktur im B2C-E-Commerce

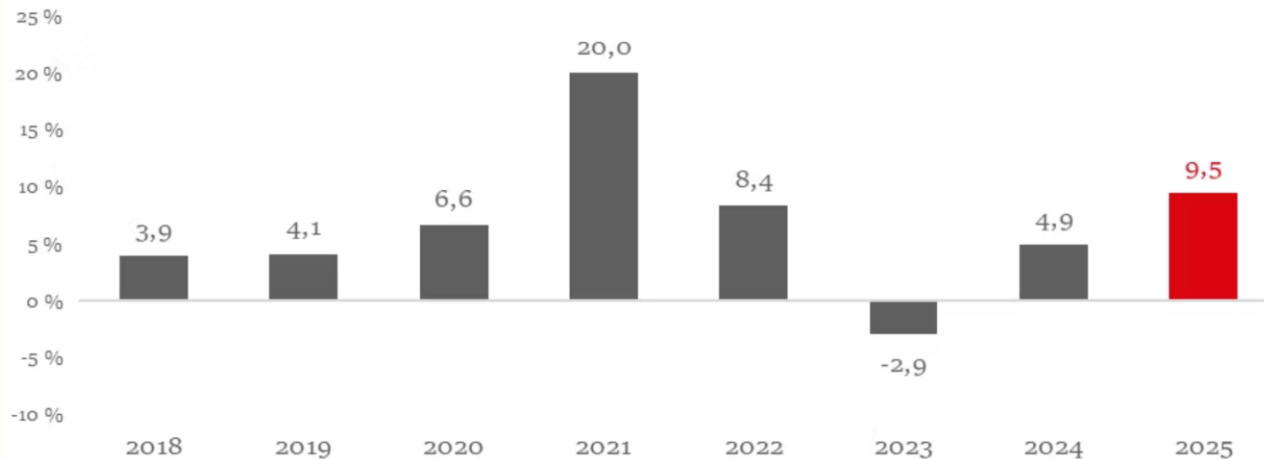
B2C-E-Commerce



Dynamischer Anstieg der E-Commerce Umsätze 2025

Konjunktur im B2C-E-Commerce-Markt Österreich - 2018 bis 2025

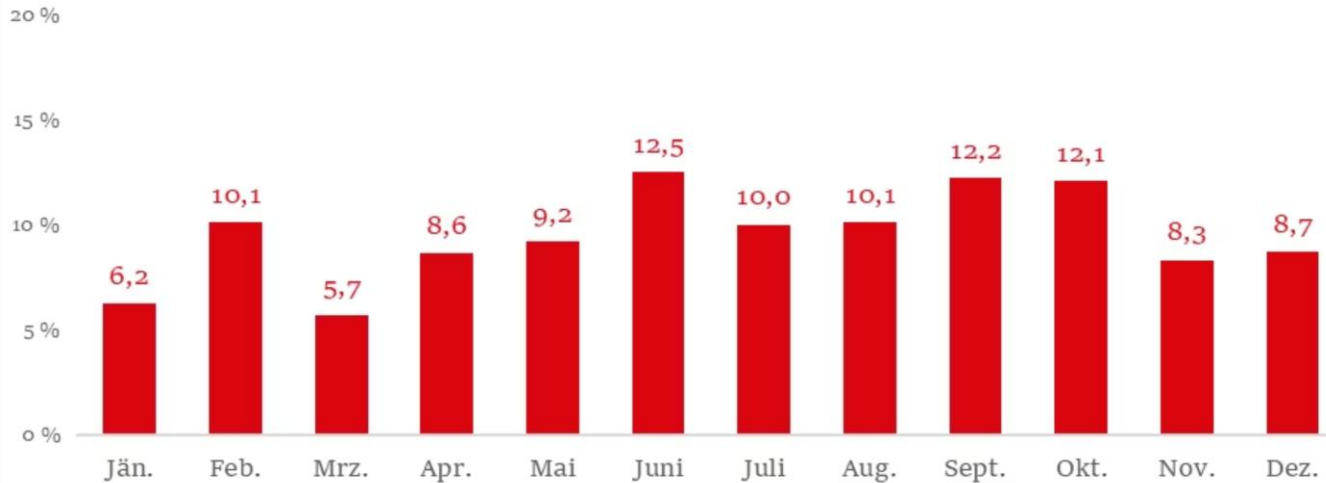
Nominelle Umsatzentwicklung im Vergleich zum Vorjahr in %



Quelle: ECDB

Hohe Wachstumsdynamik insbesondere von Juni bis Oktober

Konjunktur im B2C-E-Commerce-Markt Österreich - Jänner bis Dezember 2025



Quelle: ECDB

Konjunktur nach Sortimentsgruppen

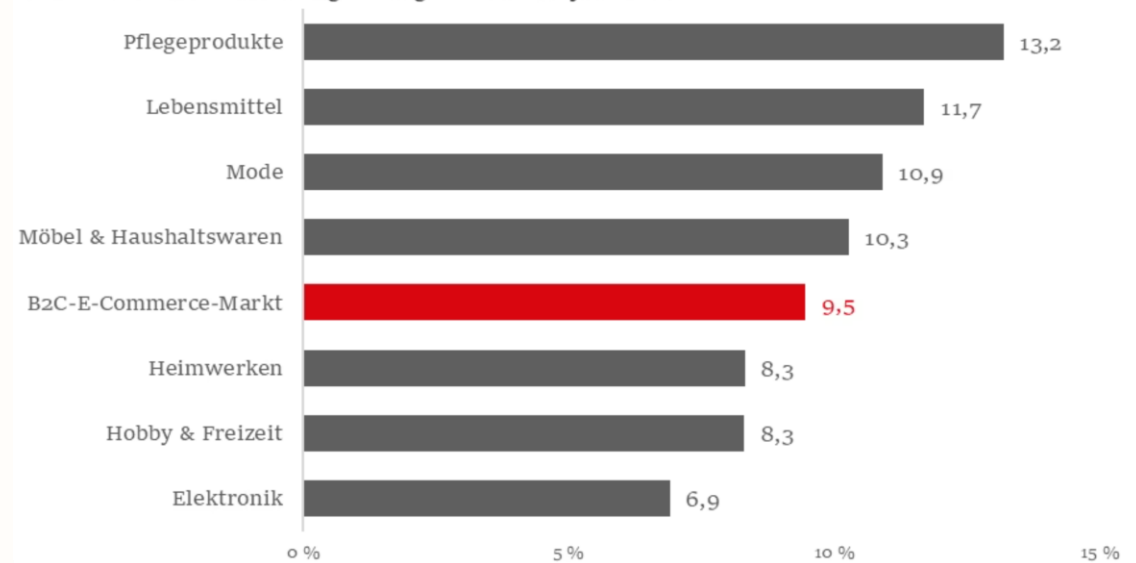
B2C-E-Commerce



Hohe Online-Wachstumsraten bei Pflegeprodukten, Lebensmitteln und Mode

Konjunktur im B2C-E-Commerce-Markt Österreich nach Sortimentsgruppen - 2025

Nominelle Umsatzentwicklung im Vergleich zum Vorjahr in %

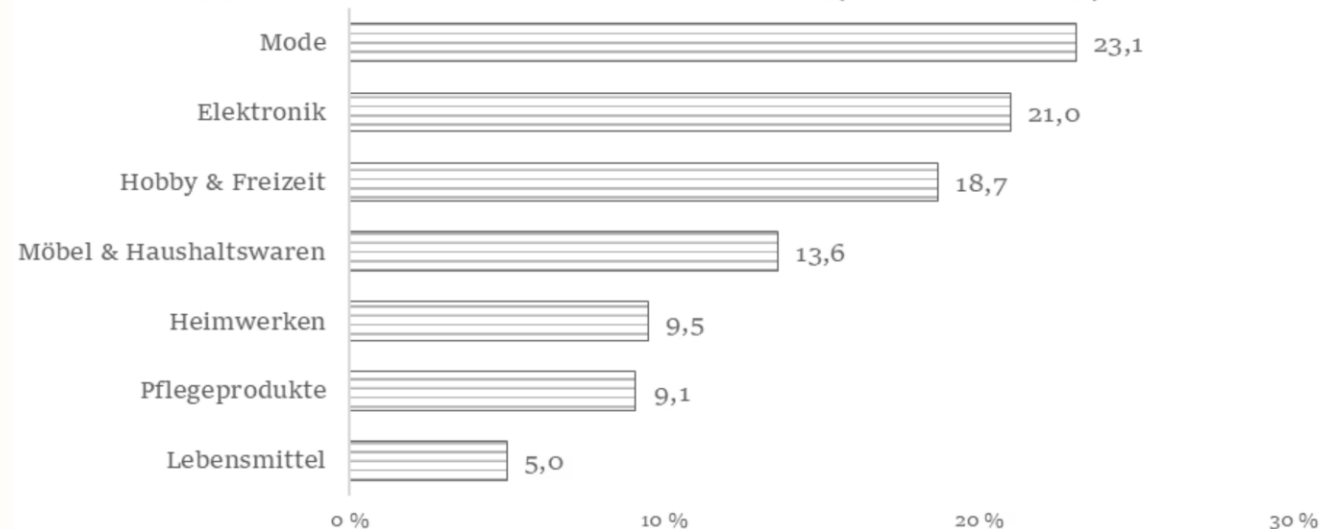


Quelle: ECDB

23,1 % aller Onlineumsätze entfallen auf Modeartikel – nur 5,0 % auf Lebensmittel

Marktanteile der Sortimentsgruppen am B2C-E-Commerce-Markt Österreich - 2025

Anteil am Bruttoumsatz im E-Commerce-Markt in Österreich in % (summiert auf 100%)



Quelle: ECDB

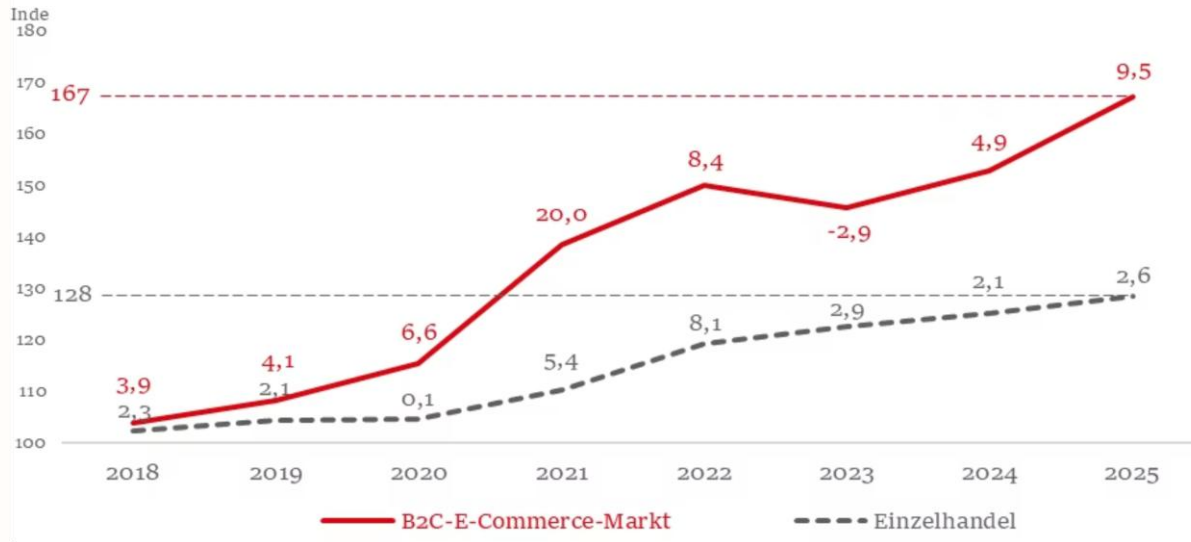
Konjunktur in Relation zur Einzelhandelsentwicklung

B2C-E-Commerce



E-Commerce entwickelt sich deutlich dynamischer als der Einzelhandel insgesamt

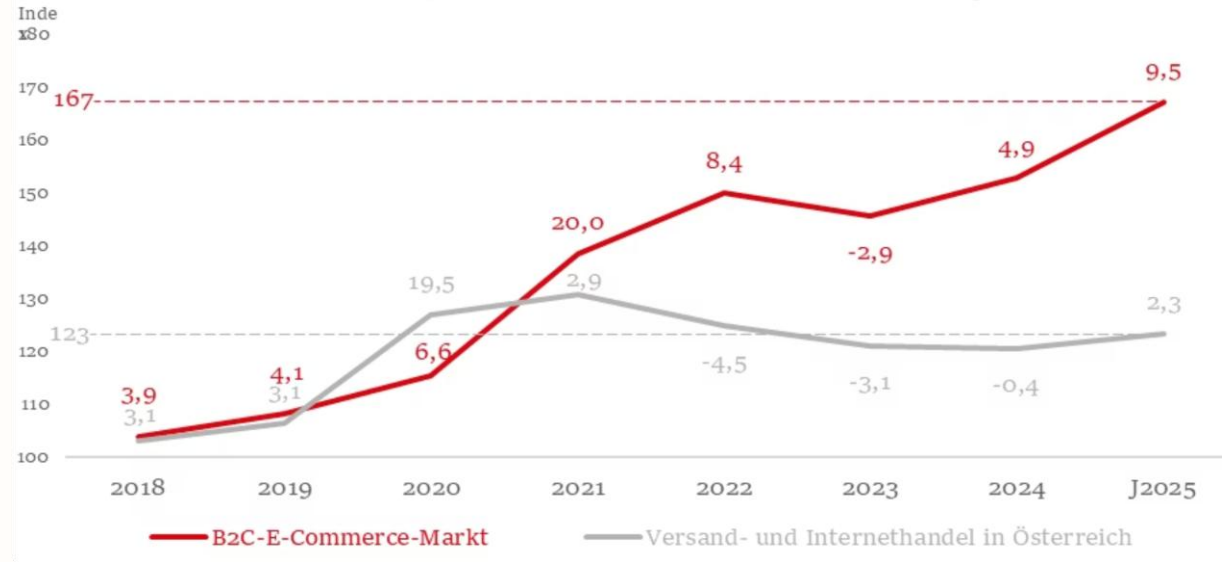
Konjunktur im B2C-E-Commerce-Markt und im Einzelhandel (insgesamt)* in Österreich - 2018 bis 2025 (Index 2017 = 100 und nominelle Veränderung in %)



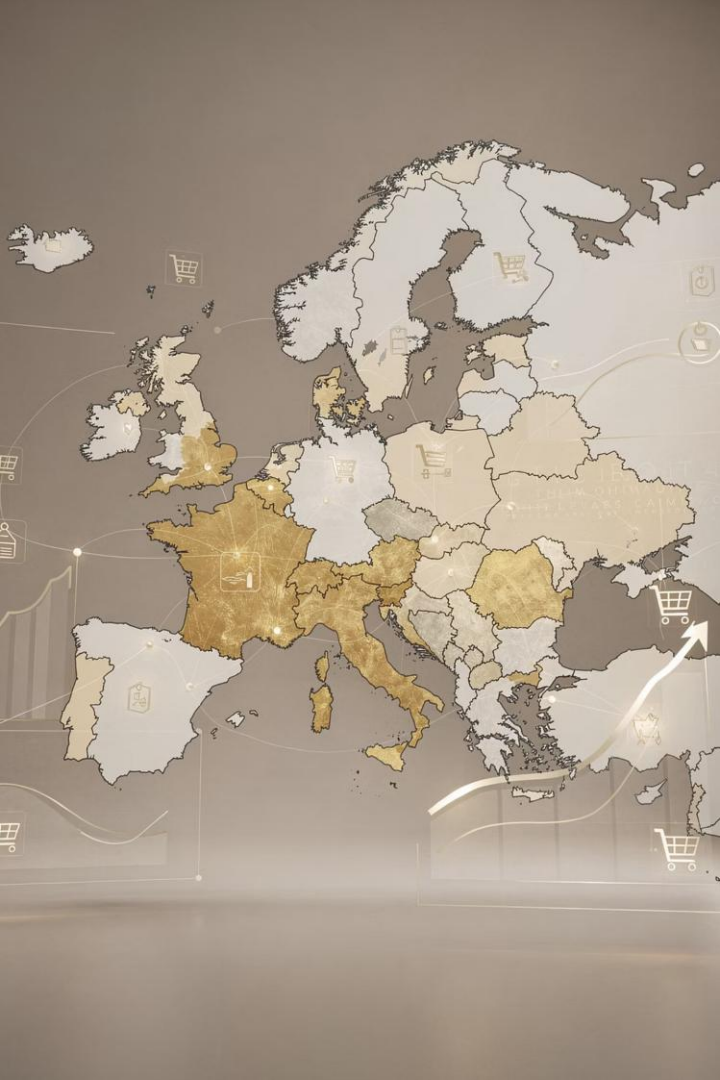
Quelle: Statistik Austria / ECDB

Heimischer Versand- und Internethandel kann mit dem E-Commerce-Wachstum konjunkturell nicht mithalten

Konjunktur im B2C-E-Commerce-Markt und im Versand- und Internethandel* in Österreich - 2018 bis 2025 (Index 2017 = 100 und nominelle Veränderung in %)



Quelle: Statistik Austria / ECDB



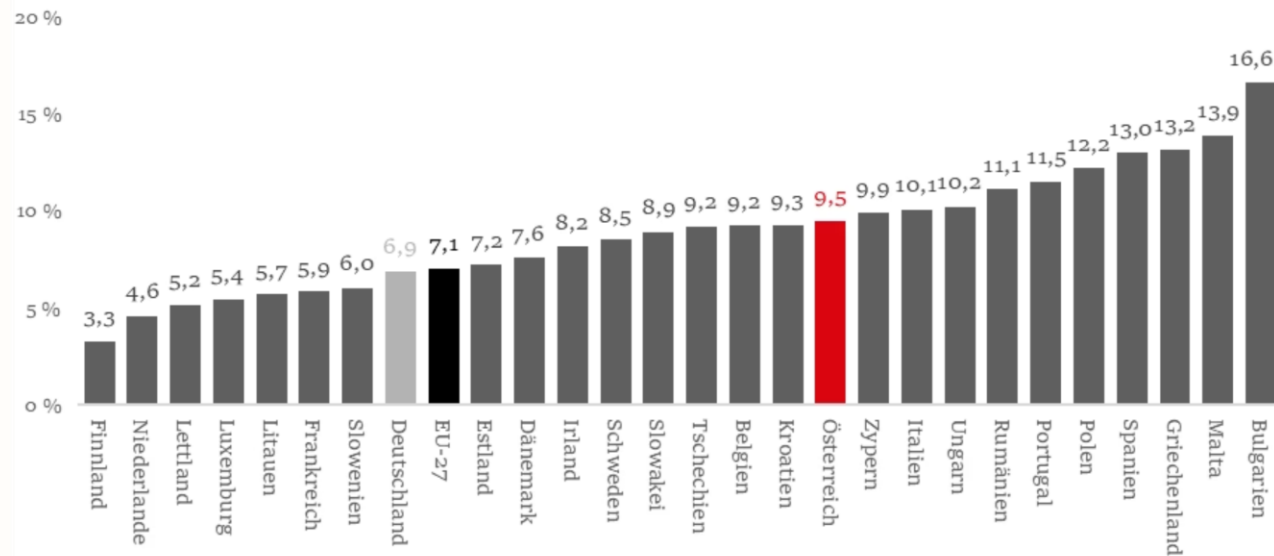
Konjunktur im EU- Vergleich

B2C-E-Commerce

Onlineumsätze steigen 2025 in allen EU-Ländern

Konjunktur im B2C-E-Commerce-Markt in der EU - 2025

Nominelle Umsatzentwicklung im Vergleich zum Vorjahr in %

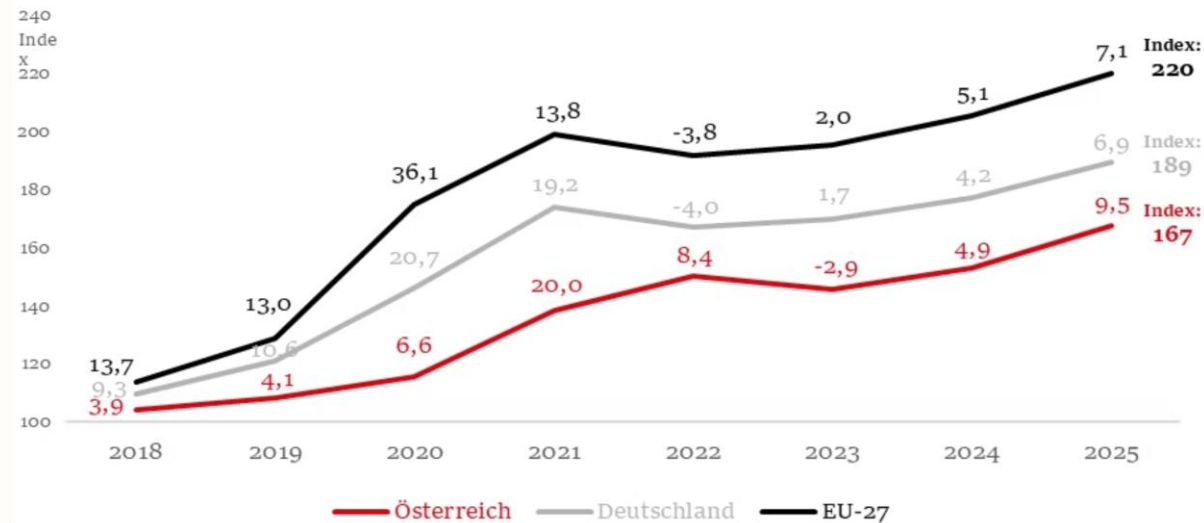


Quelle: ECDB

Onlineumsätze verdoppeln sich in der EU zwischen 2017 und 2025

Konjunktur im B2C-E-Commerce-Markt in Österreich, Deutschland, EU-27

- 2018 bis 2025 (Index 2017 = 100 und nominelle Veränderung in %)

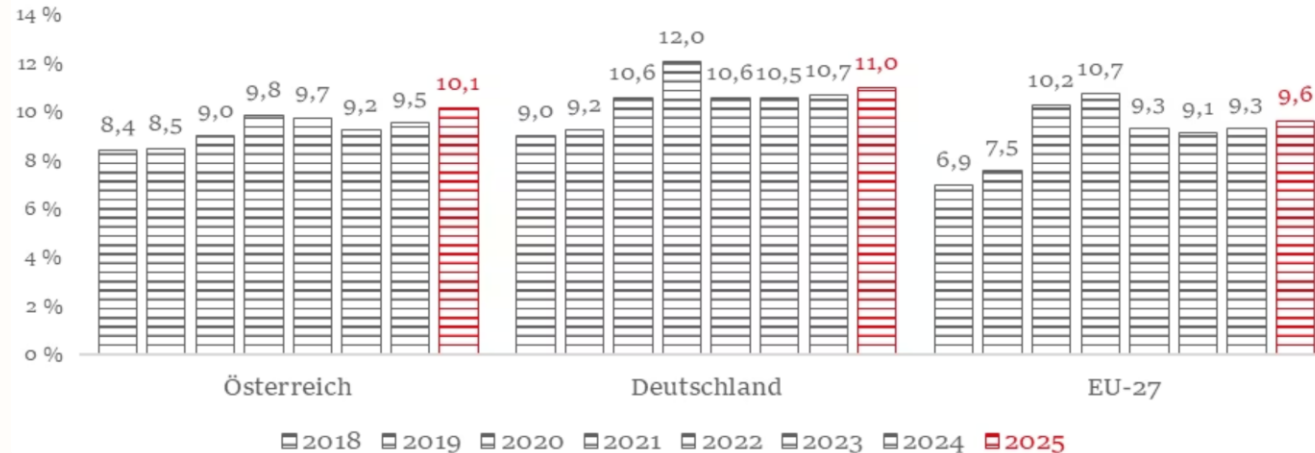


Quelle: ECDB

E-Commerce Markt in Österreich erreicht 2025 mit 10,1 % ein neues Allzeithoch

Relation B2C-E-Commerce-Markt zum gesamten Einzelhandel* in Österreich, Deutschland, EU-27 - 2018 bis 2025

in %

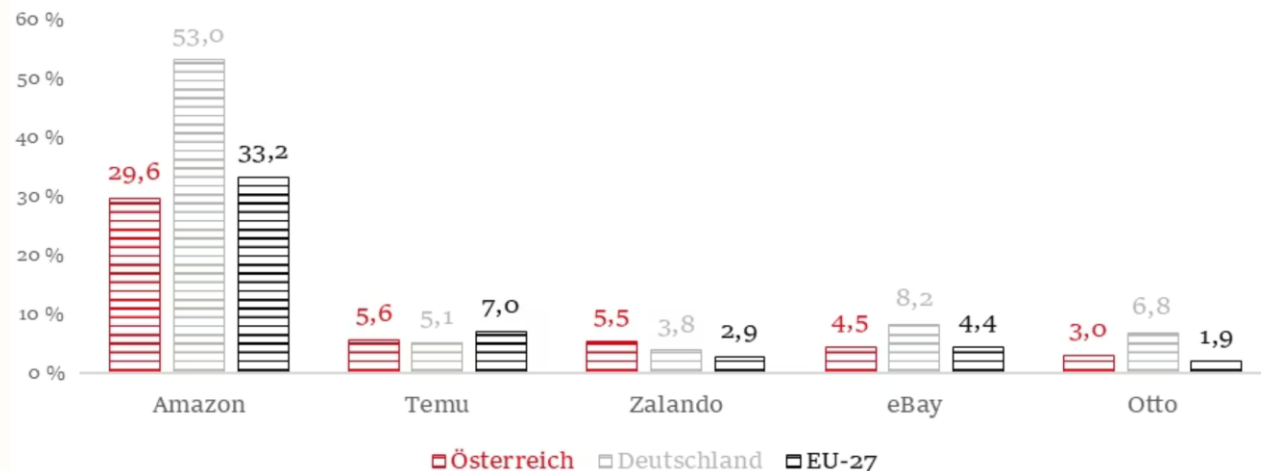


Quelle: Eurostat / ECDB

Amazon hält in Deutschland bei einem Marktanteil von 53,0 %

Marktanteile der Top-Player in Österreich, Deutschland, EU-27 - 2025

Anteil am Bruttowarenwert im B2C-E-Commerce-Markt in %



Quelle: ECDB

Resümee & interessenspolitische Ableitungen



Resümee: Dynamisches Wachstum im B2C-E-Commerce 2025

Konsolidierung überwunden

Der Markt 2025 ist mit +9,5 % wieder klar auf einem dynamischen Wachstumspfad.

Covid als Game-Changer

Die Pandemie war rückblickend der wesentliche Beschleuniger für den E-Commerce in Österreich – die nachfolgende Erholung bestätigt die strukturelle Verlagerung.

Mode als Wachstumstreiber

Das umsatzstärkste Segment Mode prägt die Marktentwicklung weiterhin maßgeblich und trägt wesentlich zur hohen Gesamtdynamik bei.

Bedeutungsgewinn im Einzelhandel

Der Onlinehandel gewinnt weiter an Gewicht – 10,1 % des gesamten Einzelhandelsvolumens werden bereits online umgesetzt.



„Neue“ Realität im Einzelhandel

Transformation – Omnichannel

Hin zu mehreren Vertriebskanälen – Verbindung von stationärem Einzel- und Onlinehandel als strategische Notwendigkeit.

Hohe Dynamik und Veränderungsgeschwindigkeit

Alle Stakeholder sind gefordert, hier Schritt zu halten und sich kontinuierlich anzupassen.

Hoher Kostendruck

Der Handel im Transformationsprozess



Stationärer Handel als Erlebniswelt

Der stationäre Handel bleibt auch künftig ein zentraler Bestandteil – das Geschäft entwickelt sich zunehmend zur Erlebniswelt.



Omnichannel-Potenziale nutzen

Die Potenziale des Vertriebs über mehrere Kanäle (Omnichannel) gezielt nutzen und ausschöpfen.



Internationale Märkte

Digitalisierung und E-Commerce eröffnen neue Chancen auf internationalen Märkten.



Erreichbarkeit sicherstellen

Die Erreichbarkeit muss weiterhin sichergestellt werden – für Kunden wie auch für alle Vorstufen entlang der Lieferketten.



Nischenprodukte österreichischer KMU

Hochwertige Nischenprodukte österreichischer KMU stoßen online auf besonders hohe Nachfrage.



Innovation als Wettbewerbsfaktor

Innovation gewinnt weiter an Bedeutung als zentraler Wettbewerbsfaktor im globalen Handel.



Vereinfachung statt regulatorischer Komplexität

KMU-geeignete
Rahmenbedingungen

Der Handel braucht praktikable
und KMU-geeignete
Rahmenbedingungen – keine
zusätzliche Bürokratie oder
neue Regulierungslasten.

Binnenmarkt harmonisieren

Der Binnenmarkt muss stärker
harmonisiert werden – derzeit
bestehen tlw. unterschiedliche
Auslegungen und Umsetzungen
von EU-Vorgaben in den
Mitgliedsstaaten.

Vorschriften reduzieren

Die Vielzahl und Komplexität bestehender Vorschriften reduzieren, z.B.
im Konsumentenschutz.



Wettbewerbsrahmen für den heimischen Handel im globalen Kontext

Konsequenterer und einheitliche Durchsetzung bestehender EU-Regeln

Betroffene Bereiche:

- Steuern und Zölle
- Produktsicherheit
- Marktüberwachung und Kontrollen
- Lizenzregelungen
- Entwaldungsverordnung und Lieferketten

⚠ Die EU hat die Problematik erkannt, muss jedoch rascher in der Umsetzung werden.

⊗ **Nationale Alleingänge sind kontraproduktiv und sollten vermieden werden.**



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

www.derhandel.at