

Konsumentenverhalten im Distanzhandel 2016

Pressekonferenz

Dr. Ernst Gittenberger

20. Juni 2015

... erstellt im Auftrag



Analysen u.a. zu:

- Zahl der KäuferInnen
- Bestellformen
- Ausgaben
- **Smartphone-Shopping**
- Lieferungen
- Retouren

Einkauf im Distanzhandel:

- Online-Shopping
- Versandhandel
- Teleshopping

Methodik:

- Telefonische Befragung von 2.000 ÖsterreicherInnen (ab 15 Jahre)
- Analysezeiträume 2016 von Mai 2015-April 2016

➤ **4,9 Mio** DistanzhandelskäuferInnen

➤ **Konstant** hohe Zahl gegenüber 2015

➤ **€ 7,3 Mrd** Ausgaben im Distanzhandel

➤ **+3%** mehr Ausgaben

➤ **1,3 Mio** Smartphone-ShopperInnen

➤ **+20%** höhere Ausgaben beim Smartphone-Shopping

Anmerkung: gerundete Werte, Analysezeiträume jeweils von Mai bis April (12 Monate)

Quelle: KMU Forschung Austria

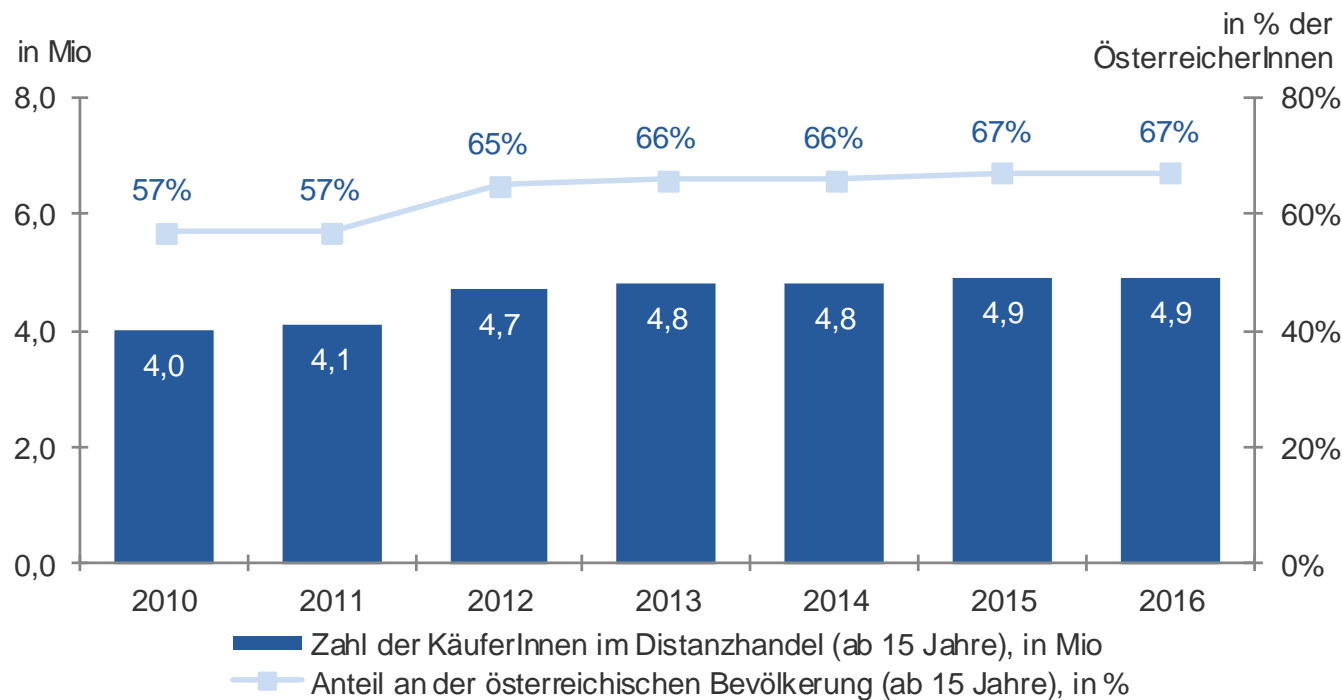
- **3/4** der Bestellungen werden im Distanzhandel in 2-6 Tagen zugestellt
 - **9 von 10** DistanzhandelskäuferInnen sind mit der Liefergeschwindigkeit zufrieden

- **39%** der DistanzhandelskäuferInnen senden bestellte Waren wieder retour
 - **Hohe** Unterschiede in der Retourquote nach Bestellform

Anmerkung: gerundete Werte, Analysezeiträume jeweils von Mai bis April (12 Monate)

Quelle: KMU Forschung Austria

Konstant hohe Zahl an DistanzhandelskäuferInnen: 4,9 Mio



4,0 Mio
kaufen via Internet

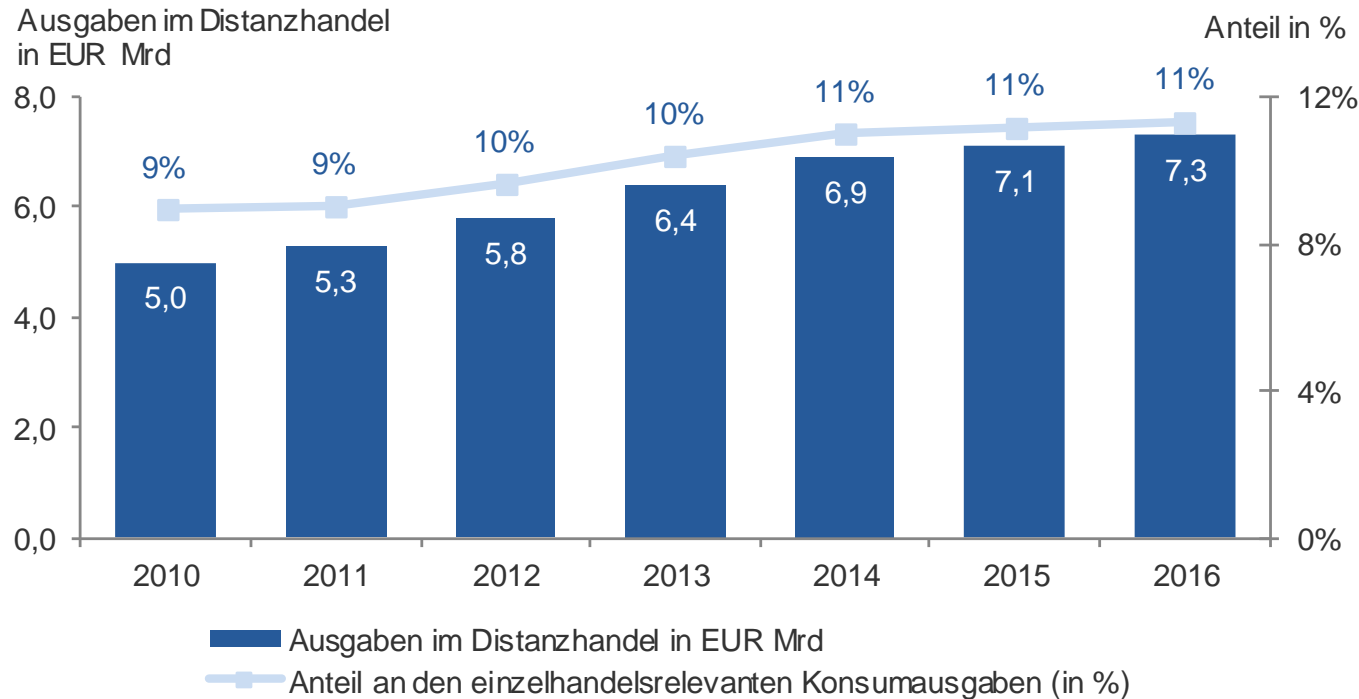
1,4 Mio
bestellen
postalisch/telefonisch

220 Tsd
kaufen via
Teleshopping

Anmerkung: gerundete Werte, Analysezeiträume jeweils von Mai bis April (12 Monate)

Quelle: KMU Forschung Austria

Ausgaben im Distanzhandel steigen weiter: € 7,3 Mrd



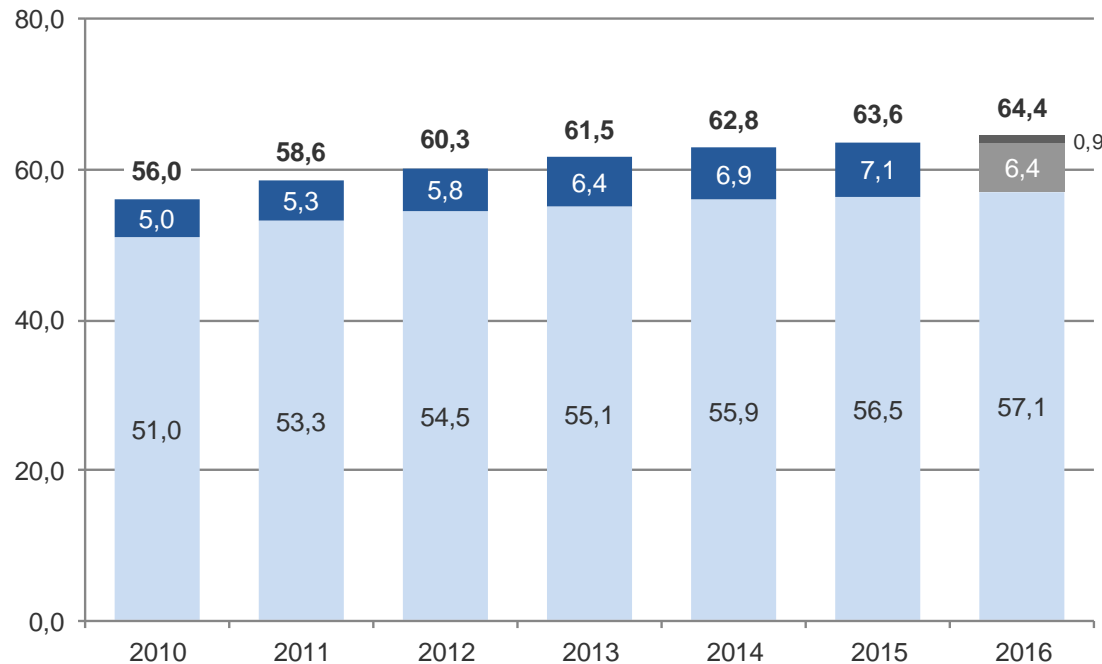
+ € 200 Mio
mehr Ausgaben
im Distanzhandel

€ 1.500,-
durchschnittliche
Ausgaben pro
KäuferIn steigen
auf Rekordniveau

Anmerkung: gerundete Werte, Analysezeiträume jeweils von Mai bis April (12 Monate)

Quelle: KMU Forschung Austria

87% der Distanzhandelsausgaben werden online getätigt



Einzelhandelsrelevante Konsumausgaben (gesamt)

- Ausgaben Versandhandel/Teleshopping
- Ausgaben Internet
- Ausgaben im Distanzhandel (Versand/Teleshopping/Internet)
- Ausgaben im stationären Einzelhandel

€ 6,4 Mrd
via Internet eingekauft

€ 0,9 Mrd
postalisch/telefonisch
und/oder via
Teleshopping bestellt

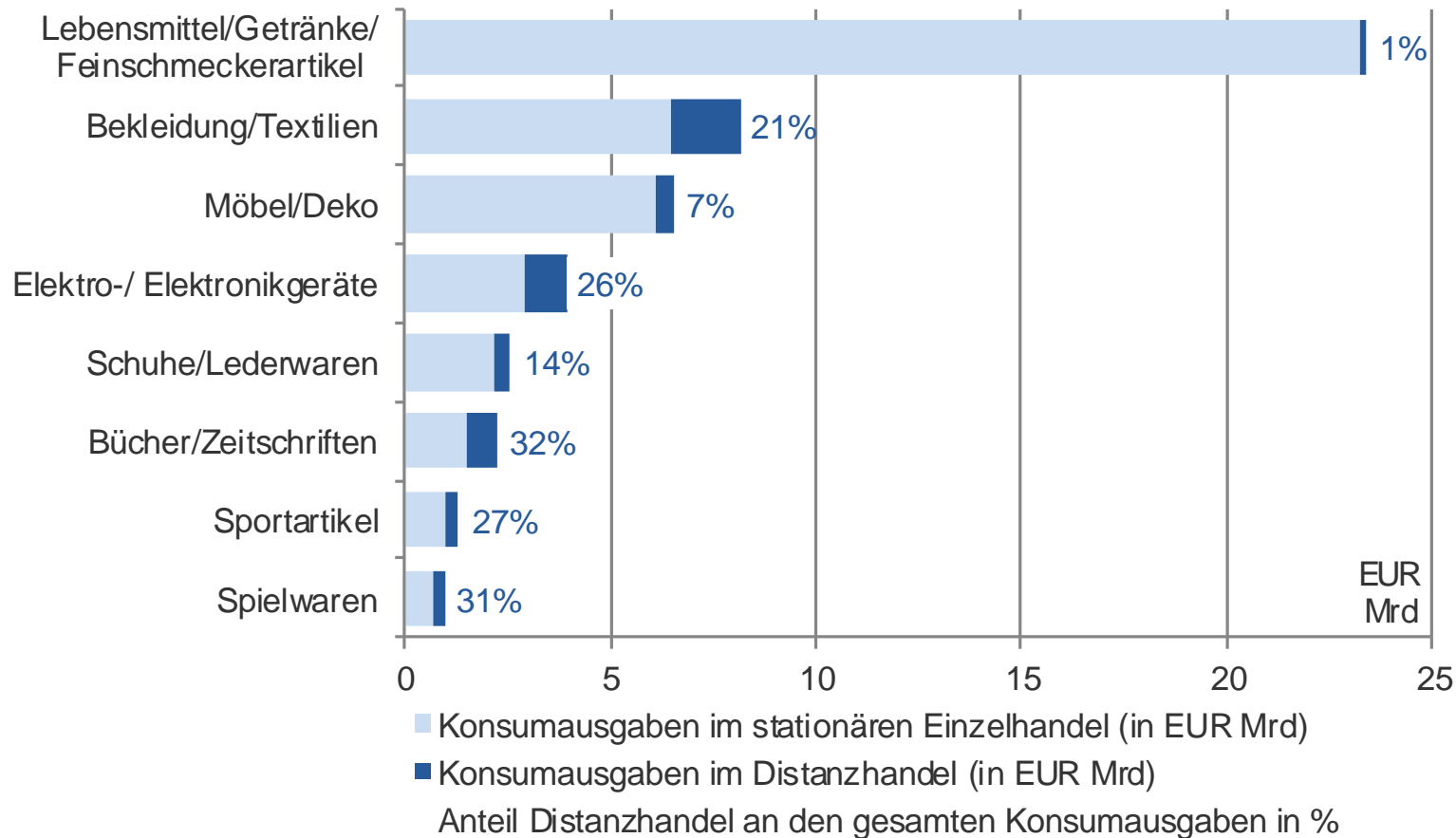
Anmerkung: gerundete Werte:

Abschätzung der einzelhandelsrelevanten Konsumausgaben auf Basis VGR (nicht 1:1 vergleichbar mit Umsatzdaten zum Einzelhandel in Österreich)

Analysezeiträume der Ausgaben im Distanzhandel jeweils von Mai bis April (12 Monate); Ausgaben bei in- und ausländischen Distanzhandelsanbietern

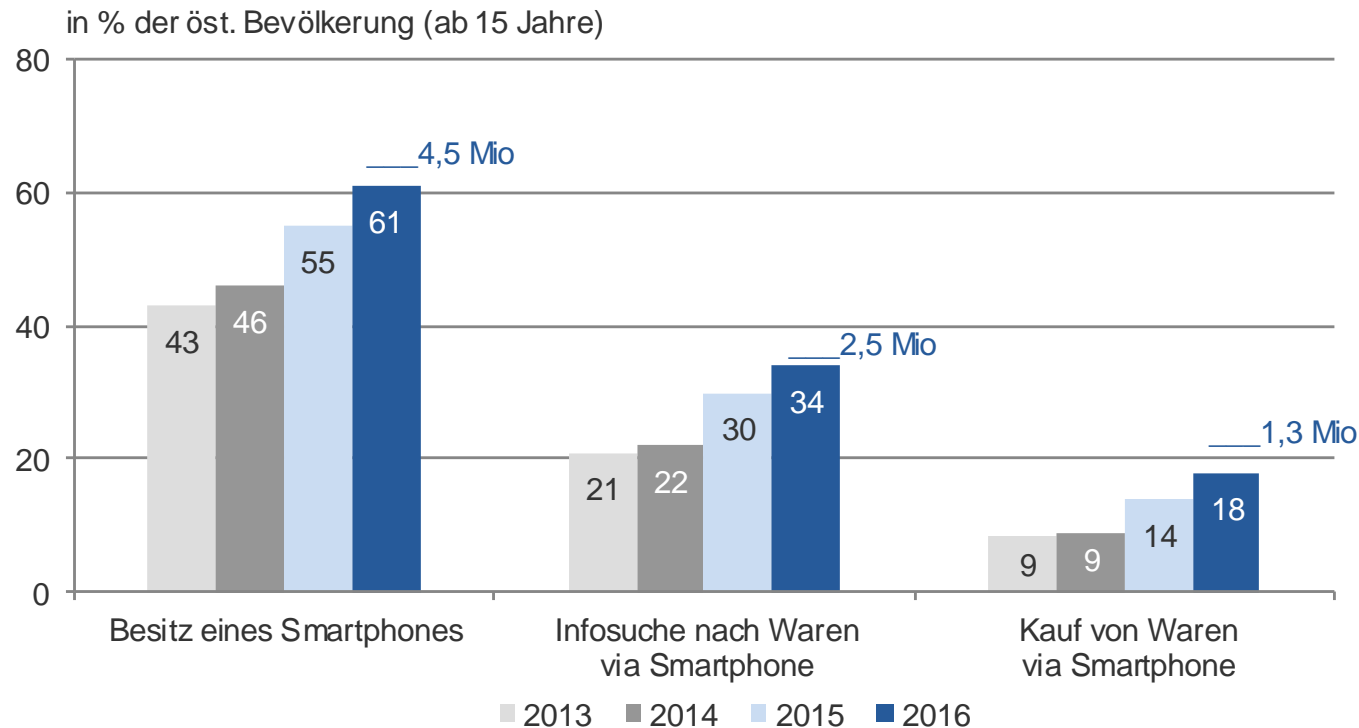
Quelle: KMU Forschung Austria

17% der Non-Food-Ausgaben fließen in den Distanzhandel



Datenbasis für einzelhandelsrelevante Konsumausgaben: Konsumerhebung Statistik Austria (2009/10) / Hochrechnungsbasis: Wifo/Statistik Austria (Veränderung der privaten Konsumausgaben)

Quelle: KMU Forschung Austria



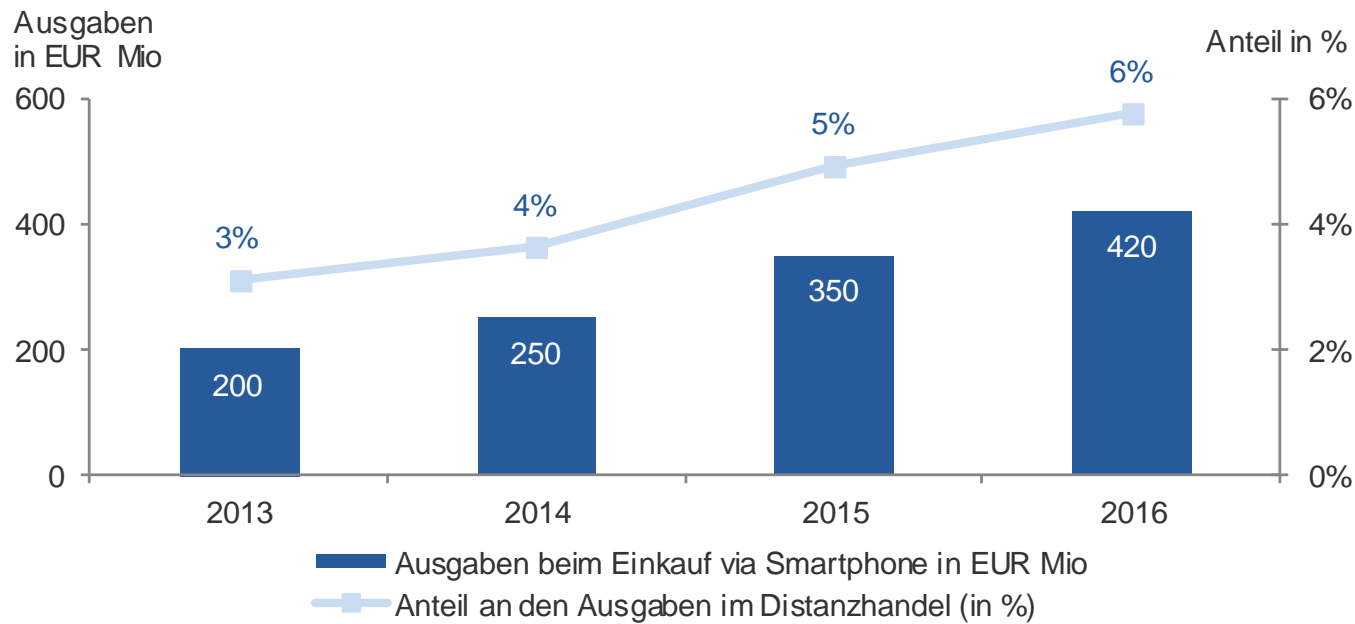
43 %
der 15-29 jährigen
ÖsterreicherInnen
kaufen via
Smartphone ein

Anmerkung:

In Prozent der österreichischen Bevölkerung ab 15 Jahre gerundete Werte; Analysezeiträume jeweils von Mai bis April (12 Monate)
Smartphone (z.B. iPhone, Blackberry, Samsung Galaxy)

Quelle: KMU Forschung Austria

Ausgaben beim Smartphone-Shopping steigen: € 420 Mio



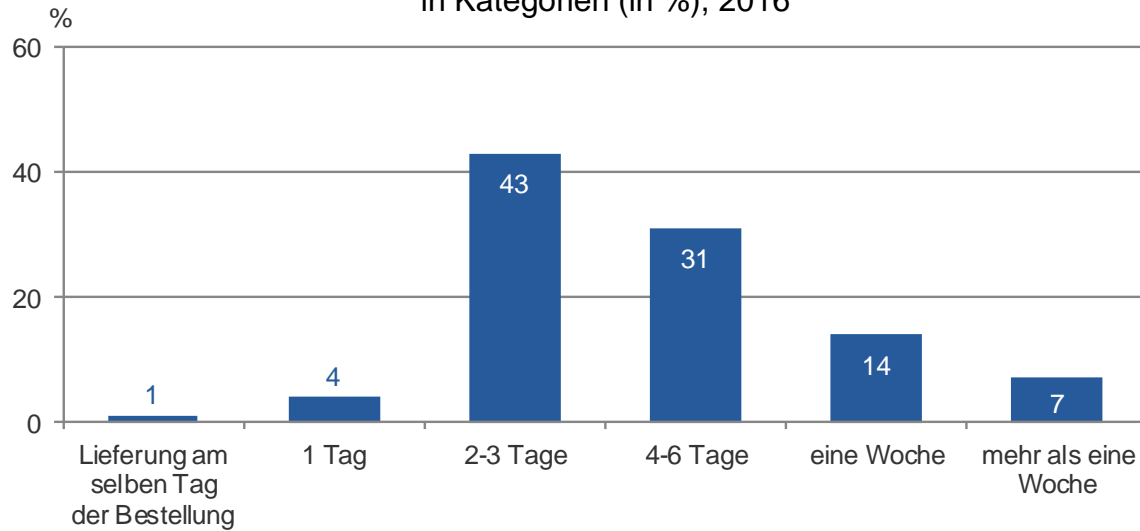
+ 20%
mehr Ausgaben
beim Smartphone-
Shopping

6% der
Distanzhandels-
ausgaben werden
via Smartphone
getätigt

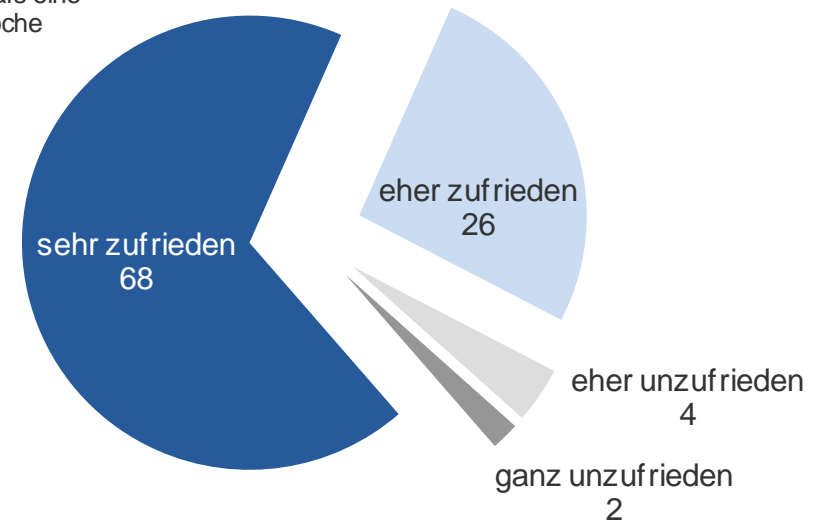
Anmerkung: gerundete Werte, Analysezeiträume jeweils von Mai bis April (12 Monate); Ausgaben bei in- und ausländischen Distanzhandelsanbietern

Quelle: KMU Forschung Austria

Lieferdauer der Bestellungen im Distanzhandel
in Kategorien (in %), 2016



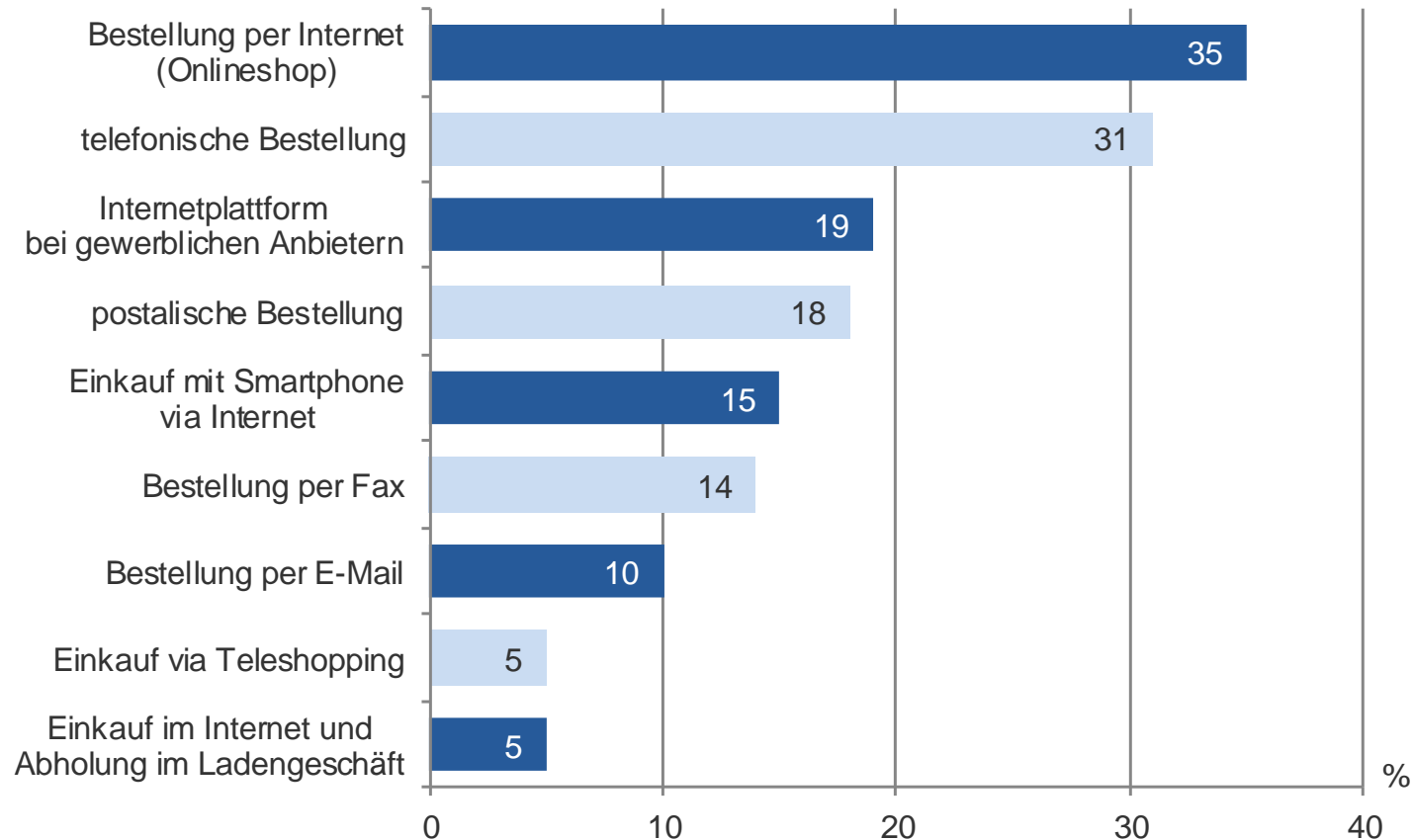
Zufriedenheit mit der Liefergeschwindigkeit –
Anteil der Distanzhandels-käuferInnen (in %), 2016



Quelle: KMU Forschung Austria

39 % der DistanzhandelskäuferInnen senden Waren retour

Anteil der DistanzhandelskäuferInnen, die bestellte Waren wieder retourniert haben, nach genutzten Bestellmöglichkeiten (in %, Mehrfachnennungen), 2016



Anmerkungen: Gerundete Werte, Analysezeitraum 2016 (Mai 2015-April 2016)

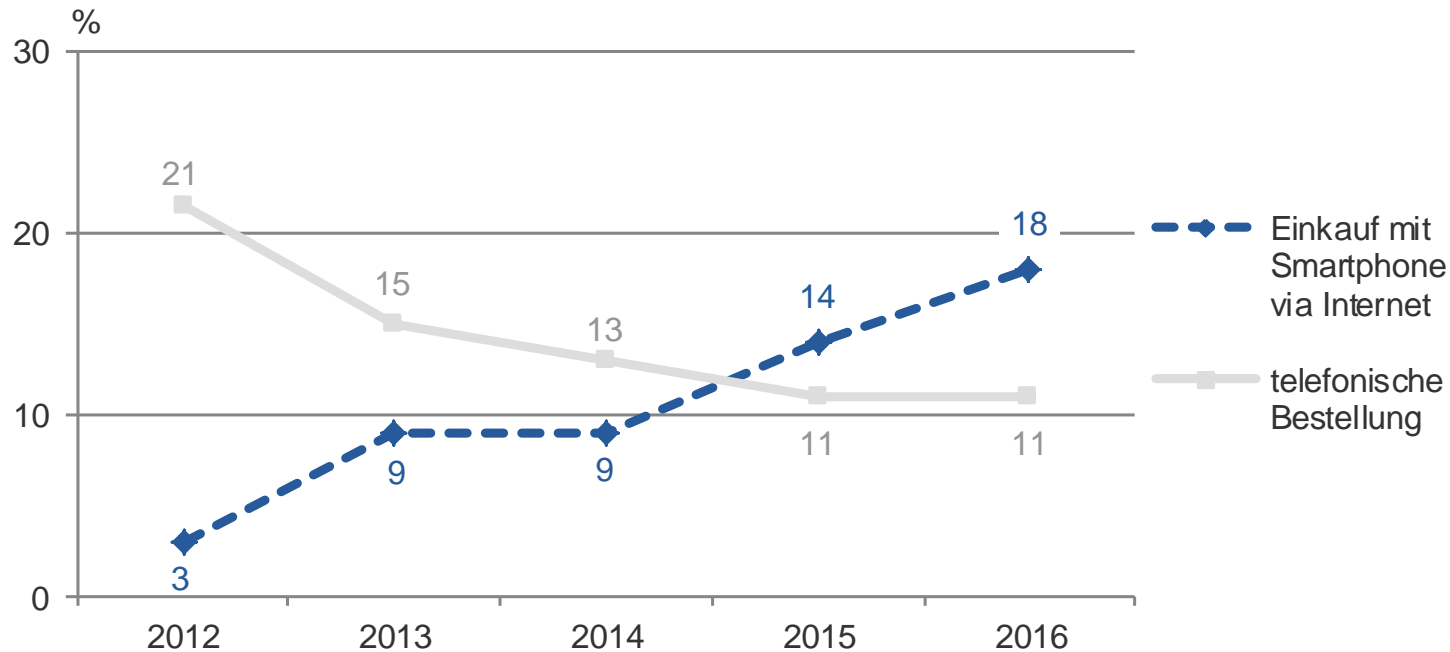
Quelle: KMU Forschung Austria

- ✓ **Analysezeitraum 2016 vergleichbar mit 2014**
 - aber weniger dynamisch
 - ✓ Konstant hohe Zahl an DistanzhandelskäuferInnen
 - ✓ Steigende durchschnittliche Jahresausgaben p.a.
 - ✓ Konsumstimmung beeinflusst auch Distanzhandelsausgaben

- ✓ **Wandel der Bestellformen** von postalisch/telefonisch zu Online-Shopping ist weitgehend abgeschlossen
 - ✓ 87% der Distanzhandelsausgaben werden online ausgegeben

✓ Von der telefonischen Bestellung zum Smartphone-Shopping

Telefonische Bestellung und Smartphone-Shopping im Distanzhandel – Anteil der ÖsterreicherInnen (in %), 2012-2016



Junge
KonsumentInnen
„treiben“
Smartphone-
Shopping voran

Anmerkung: Gerundete Werte, Mehrfachnennungen möglich, Analysezeitraum jeweils von Mai bis April

Quelle: KMU Forschung Austria

Die Studie bekommen Sie direkt beim:

HANDELSVERBAND

Kontakt: Mag. Andreas Weigl

Unter: andreas.weigl@handelsverband.at

Mitglied bei / Member of

