

E-Commerce Österreich: Wachstum und Konzentration in den Top 250

Studie: Handelsverband, EHI und Statista erfassen E-Commerce-Markt in Österreich und der Schweiz

Wien, 23.11.2016 – Der E-Commerce-Markt legt sowohl in Österreich als auch der Schweiz zu, wobei das Wachstum im österreichischen Markt konstant hoch ist, während in der Schweiz vornehmlich die großen Händler am stärksten zulegen konnten. Zum sechsten Mal untersuchen Statista und EHI die E-Commerce-Märkte Österreich und Schweiz anhand der jeweils 250 umsatzstärksten B2C-Onlineshops für physische Güter.

Rainer Will, Geschäftsführer des Handelsverbandes, zu den Ergebnissen der Studie: *„2,3 Mrd. Euro Umsatz und +9% Zuwachs sind beachtliche Zahlen für die Top-250. Die besten 10 erzielen 50% davon. Amazon alleine sichert sich wiederum mehr als die Hälfte der Top-10-Umsätze und spielt damit in einer anderen Liga. Die Studie zeigt, dass sich Österreichs Top-Online-Händler in einem hartumkämpften Wettbewerbsfeld befinden, das von großen internationalen Playern dominiert wird. Bemerkenswert ist die zahlenmäßige Dominanz der Multichannel-Händler unter den Top-250. Der Konsument will mehr denn je kanalübergreifend einkaufen und bestmöglich serviert werden. Wir sehen auch eine enorme Dynamik im Markt. Das zeigt sich auch daran, dass die Shops bis Platz 200 im Durchschnitt ähnlich schnell wie die Top-Anbieter wachsen. Dass mit 44 neuen Online-Shops wieder frische innovative Kräfte ins Spitzenfeld vorstoßen konnten, unterstreicht dies.“*

Umsatz und Konzentration

Der Umsatz der Top-250-Onlineshops in Österreich liegt bei 2,3 Mrd. Euro. Das entspricht einem Wachstum von rund 9 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Die größten 250-Onlineshops der Schweiz haben einen Umsatz von 5,6 Mrd. Euro erwirtschaftet, im Vorjahr waren es noch 4,9 Mrd. Euro.* Die Marktkonzentration ist weiter gestiegen. In beiden Ländern macht die Spitze der ersten 10 in etwa so viel Umsatz wie der Rest des Rankings. Die zehn umsatzstärksten Händler in Österreich erwirtschaften zusammen 1,1 Mrd. Euro, was 49,1 Prozent des Gesamtumsatzes entspricht. In der Schweiz ist dieses Verhältnis ähnlich: Hier generieren die Top-10-Shops mit 2,4 Mrd. Euro rund 44 Prozent des Gesamtumsatzes.

„Während in Österreich die Spitze des Rankings eindeutig besetzt ist, dahinter aber gleichermaßen Wachstum vorherrscht, rangeln in der Schweiz mehr Shops um die Krone, lassen damit aber den restlichen Markt noch stärker hinter sich“, so **Christoph Langenberg**, Autor der Studie. Beide E-Commerce-Märkte entsprechen in ihrer Umsatzverteilung also dem Long-Tail-Modell: Während die Umsatzabstände auf den vordersten Plätzen immer größer werden, liegen die Onlineshops auf den hinteren Rängen des Rankings sehr nah beieinander.

Dynamik und Reife

Auch hinter der Spitze gibt es Dynamik: In Österreich wachsen die Shops bis Platz 200 im Durchschnitt ähnlich schnell wie die Top-Anbieter. Außerdem gab es 44 neue Onlineshops im Ranking, die in die Top 100 vordringen konnten. Der Schweizer E-Commerce zeigt sich hier mit einer höheren Einstiegshürde. Das Wachstum konzentriert sich hier stärker auf die Spitze. Die 31 Newcomer sind vor allem auf den hinteren Plätzen der Rangliste eingestiegen.

Multichannel und Mobile

Die Analyse der Mehrkanal-Aktivitäten zeigt erneut die zahlenmäßige Dominanz der Multichannel-Händler in beiden Ländern. In Österreich setzen 109 der 250 untersuchten Onlineshops auf Multichannel, in der Schweiz sind es 98 Anbieter. Eine Verknüpfung der Kanäle im Sinne des Cross- oder Omnichannel bieten im österreichischen Ranking 65 Shops an, in der Schweiz findet man dies bei 60

Händlern. Mobile Websites oder Apps sind in diesem Jahr zum Pflichtprogramm geworden – 82,8 Prozent der Anbieter in Österreich und 78,8 Prozent in der Schweiz haben ihren Onlineshop für mobile Endgeräte angepasst. Damit ist Mobile noch vor stationären Ladengeschäften im Inland in beiden Ländern der am stärksten angebotene zusätzliche Vertriebskanal.

* Die unterschiedlichen Wechselkurse nach der Euro-Entkopplung des Franken führen zu Umrechnungseffekten, deshalb ist das prozentuale Wachstum nicht ausgewiesen.

Die Studie „[E-Commerce-Markt Österreich/Schweiz 2016](#)“ ist im EHI-Shop und über de.statista.com erhältlich.

Grafik für Journalisten als Download

Anmerkungen und Methodik

Die Angaben der Studie beruhen auf einer Händler-Befragung (EHI) und Statista-Hochrechnungen auf Basis einer Regressionsanalyse sowie Unternehmensangaben aus Geschäftsberichten, Pressemitteilungen und Unternehmenswebsites. Schwerpunkt der Untersuchung waren B2C-Onlineshops. Berücksichtigt wurde der Umsatz mit physischen Gütern. Shops, die ihren Umsatz schwerpunktmäßig mit digitalen Gütern (z. B. Apple iTunes oder Spotify) machen, wurden nicht berücksichtigt. Betreibt ein Unternehmen mehrere Onlineshops, so wurde jeder Shop separat betrachtet.

Definition E-Commerce-Umsatz: Nettoumsatz des jeweiligen Onlineshops im Jahr 2015, bereinigt von Retouren, exkl. Umsatzsteuer und nur aus der reinen Geschäftstätigkeit des Onlineshops (ohne sonstige betriebliche Erträge des Unternehmens).

Über den Handelsverband

Der Handelsverband ist als Sprecher und Partner des Handels seit knapp 100 Jahren aktiv und hat sich als Interessensvertretung und Innovationsplattform stets neu erfunden, um seine Mitglieder im Umfeld der sich verändernden Marktherausforderungen bestmöglich zu begleiten. Neben den Handelsunternehmen, die in Österreich mit ca. 100.000 Mitarbeitern an über 8.000 Standorten einen Jahresumsatz von rund 20 Mrd. Euro erzielen, sind dem Handelsverband an die 80 Unternehmen diverser Spezialisierungen als Partner assoziiert. Das Portfolio des Verbandes umfasst vier innovative Branchenkongresse, das Diskussionsformat [handels]zone, das retail-Magazin, die Publikation von Studien sowie die Handelsverband Akademie. Fachressorts vermitteln Know-how und bieten den Mitgliedern die Möglichkeit sich strukturiert auszutauschen. Mit dem Gütesiegel Trustmark Austria setzt der Handelsverband Standards und fördert das Qualitätsbewusstsein und Vertrauen der Konsumentinnen und Konsumenten zum Online-Handel.

Über das EHI

Das EHI Retail Institute ist ein Forschungs-, Bildungs- und Beratungsinstitut für den Handel und seine Partner mit rund 60 Mitarbeitern. Das internationale EHI-Netzwerk umfasst rund 750 Mitgliedsunternehmen aus Handel, Konsum- und Investitionsgüterindustrie. Gegründet wurde das Unternehmen 1951. Geschäftsführer ist Michael Gerling. Die GS1 Germany, eine jeweils 50-prozentige Tochtergesellschaft des EHI und des Markenverbandes, koordiniert die Vergabe der Global Trading Item Number (GTIN, ehem. EAN) in Deutschland. In Kooperation mit dem EHI veranstaltet die Messe Düsseldorf die EuroShop, die weltweit führende Investitionsgütermesse für den Handel und die EuroCIS, wo neueste Produkte, Lösungen und Trends der IT- und Sicherheitstechnik vorgestellt werden.

Über Statista

Statista.com ist eines der weltweit führenden Statistik-Portale mit Sitz in Hamburg, Frankfurt, Berlin, New York, London und Madrid. Das Portal hat jeden Monat mehr als 4 Millionen Nutzer und verzeichnet mittlerweile über 1.000.000 registrierte Nutzer. Rund 300 Mitarbeiter arbeiten an der Plattform, darunter Datenbank Experten, Redakteure und Statistiker. Im Jahr 2012 zählte Statista zu den Finalisten des Deutschen Gründerpreises und wurde 2014 & 2015 vom renommierten Library Journal zur besten statistischen Datenbank weltweit gewählt. Zusätzlich bietet Statista mit Statista Research & Analysis (www.statista-research.com) einen Recherche- und Analyseservice sowie einen Infografikservice, der Datenhaltung und Visualisierung aus einer Hand bietet.