

# Konsumentenverhalten im Distanzhandel 2015

## Executive Summary

Die – im Auftrag Handelsverband / Verband österreichischer Mittel- und Großbetriebe des Einzelhandels – durchgeführte Studie zum Konsumentenverhalten im Distanzhandel zeigt für den aktuellen Analysezeitraum 2015 (Mai 2014-April 2015) eine steigende Zahl an DistanzhandelskäuferInnen und steigende Ausgaben der ÖsterreicherInnen (ab 15 Jahre) im Distanzhandel (Versandhandel/Internethandel/Teleshopping).

### **Zahl der KäuferInnen im Distanzhandel steigt auf 4,9 Mio**

Nach einer konstanten Entwicklung in der Vorjahresperiode ist die Zahl der DistanzhandelskäuferInnen im aktuellen Analysezeitraum 2015 (Mai 2014-April 2015) wieder angestiegen. Gegenüber dem Analysezeitraum 2014 zeigt sich ein Plus von +3 % bzw. rd. +120.000 auf insgesamt rd. 4,9 Mio DistanzhandelskäuferInnen (ab 15 Jahre). Den stärksten Anstieg hat dabei die Alterskohorte 50-59 Jahre verzeichnet.

Die beliebteste Informationsquelle (vor dem Einkauf im Distanzhandel) ist nach wie vor die Homepage der Distanzhändler. An Bedeutung gewonnen haben auch die Internetseiten der Warenhersteller, die bereits die gedruckten Kataloge im Ranking der am häufigsten genutzten Informationsmedien „überholt“ haben.

### **Ausgaben im Distanzhandel erhöhen sich auf € 7,1 Mrd**

Durch die steigende Zahl an DistanzhandelskäuferInnen (+3 %) sind im Analysezeitraum 2015 auch die Gesamtausgaben im Distanzhandel (+3 % bzw. +€ 200 Mio) angewachsen und haben erstmals die € 7 Mrd-Hürde „geknackt“. Die durchschnittlichen Ausgaben pro KäuferIn haben sich mit € 1.450,- pro Jahr nicht verändert. Ausgabensteigerungen weisen vor allem die Warengruppen Bekleidung, Möbel und Sportartikel auf.

Gegenüber den Vorjahresperioden hat sich das Wachstum bei den Distanzhandelsausgaben verlangsamt, was einerseits auf die verhaltene Konsumnachfrage der privaten Haushalte in Österreich und andererseits auf Ausgabenverschiebungen beim Einkauf im Distanzhandel – weg von traditionellen Bestellformen hin zum Online-Shopping – zurückzuführen ist.

### ***Smartphone-Shopping boomt: +40 % mehr Ausgaben***

Immer beliebter wird der Einkauf via Smartphone. Im aktuellen Analysezeitraum haben bereits mehr ÖsterreicherInnen via Smartphone im Internet bestellt als postalisch im klassischen Versandhandel geordert. Gegenüber der Vorjahresperiode ist die Zahl der Smartphone-ShopperInnen um +60 % auf 1,0 Mio ÖsterreicherInnen (ab 15 Jahre) gestiegen.

Dynamisch entwickeln sich auch die Ausgaben beim Einkauf via Smartphone. Mit einem Plus von +40 % bzw. +€ 100 Mio (gegenüber der Vorjahresperiode) betragen die Smartphone-Ausgaben bereits rd. € 350 Mio p.a. Besonders im modischen Sortiment wachsen die Smartphone-Ausgaben rapide.

### ***„Mobile“ und „Multi“ interessieren vor allem jungen KonsumentInnen***

Mobile-Commerce und Multi-Channel sind zwei zentrale Themen im Distanzhandel, die besonders junge KonsumentInnen ansprechen. So kaufen bereits 31 % der 15-29 Jährigen via Smartphone Einzelhandelswaren ein – in der Gesamtbevölkerung trifft dies „erst“ auf 14 % zu. Auch nutzen junge KonsumentInnen deutlich häufiger ihr Smartphone, um direkt im Ladengeschäft Preise im Internet zu vergleichen, wie sie sich auch deutlich öfter im Ladengeschäft informieren, um anschließend im Internet einzukaufen.

Auch ist „Click & Collect“ – die Bestellung im Internet kombiniert mit der Abholung im Ladengeschäft – vor allem in den Alterskohorten 15-29 und 30-39 Jahre ein Thema. Junge KonsumentInnen sind VorreiterInnen bei neuen Entwicklungen im Distanzhandel und verbinden „online“ und „offline“ in ihrem Informations- und Kaufverhalten wie keine andere Alterskohorte.

### ***Resümee: aktueller Analysezeitraum bringt mehr Ausgabenverschiebungen als Ausgabenwachstum***

Der aktuelle Analysezeitraum 2015 ist – stärker noch als die Vorjahresperioden – geprägt von Ausgabenverschiebungen. Einerseits zeigt sich eine Umschichtung der Ausgaben – vom klassischen Versandhandel zum Einkauf im Internet. Andererseits entwickelt sich der Einkauf via Smartphone wesentlich dynamischer als das Online-Shopping insgesamt.

Deutlich zeigen sich die Ausgabenverschiebungen in der unterschiedlichen Nutzung der einzelnen Bestellformen im Distanzhandel. Während die Zahl der ÖsterreicherInnen (ab 15 Jahre), die direkt im Online-Shop der Händler bestellen, in den letzten Jahren konstant steigt (von 2,3 Mio im Analysezeitraum 2010 auf aktuell 3,5 Mio ÖsterreicherInnen ab 15 Jahre), nimmt jene der „traditionellen“ Bestellformen wie postalisch oder telefonisch langfristig ab.

Noch dynamischer steigt die Zahl der Smartphone-ShopperInnen, was auch ein deutliches Ausgabenwachstum nach sich zieht. Mittlerweile machen die Ausgaben beim Smartphone-Einkauf 5 % der gesamten Distanzhandelsausgaben aus – Tendenz steigend.

**Die Studie „Konsumentenverhalten im Distanzhandel 2015“ ist direkt beim Handelsverband erhältlich unter: [www.handelsverband.at](http://www.handelsverband.at)**

**Rückfragen bitte direkt an den Handelsverband unter:**

Susanne Schönagl  
Communications Manager  
Handelsverband  
Alser Straße 45  
1080 Wien, Österreich  
T +43 (1) 406 22 36-77  
F +43 (1) 408 64 81  
E [susanne.schoefnagl@handelsverband.at](mailto:susanne.schoefnagl@handelsverband.at)  
W [www.handelsverband.at](http://www.handelsverband.at)

**Projektleitung KMU Forschung Austria:**

Dr. Ernst Gittenberger  
KMU Forschung Austria  
[e.gittenberger@kmuforschung.ac.at](mailto:e.gittenberger@kmuforschung.ac.at)  
+43 1 5059761  
[www.kmuforschung.ac.at](http://www.kmuforschung.ac.at)