



# Konsumentenverhalten im Distanzhandel 2012

Wien, Juni 2012

*Diese Studie wurde im Auftrag Handelsverbands - Verband österreichischer Mittel- und Großbetriebe des Einzelhandels durchgeführt.*

VERFASSER DES BERICHTS:

Ernst Gittenberger (Projektleitung)

Wolfgang Ziniel

INTERNES REVIEW/BEGUTACHTUNG:

Peter Voithofer

LAYOUT:

Susanne Fröhlich

*Die vorliegende Studie wurde nach allen Maßstäben der Sorgfalt erstellt.*

*Die KMU Forschung Austria übernimmt jedoch keine Haftung für Schäden oder Folgeschäden, die auf diese Studie oder auf mögliche fehlerhafte Angaben zurückgehen.*

Mitglied bei:



## **Inhaltsverzeichnis**

<b>1. Executive Summary .....</b>	<b>1</b>
<b>2. Methodische Vorbemerkungen .....</b>	<b>4</b>
<b>3. Einkauf im Distanzhandel.....</b>	<b>6</b>
<b>4. Ausgaben im Distanzhandel .....</b>	<b>13</b>
<b>5. M-Commerce .....</b>	<b>19</b>
<b>6. Assoziationen zum Distanzhandel .....</b>	<b>24</b>
<b>7. Resümee .....</b>	<b>28</b>
<b>8. Tabellenanhang mit Detailergebnissen .....</b>	<b>31</b>

## Grafikverzeichnis

Grafik 1	Zahl der EinkäuferInnen im Distanzhandel, 2010 - 2012 .....	6
Grafik 2	Abschätzung der Zahl der EinkäuferInnen im Distanzhandel nach Altersgruppen, 2012 .....	8
Grafik 3	Nutzung der verschiedenen Bestellmöglichkeiten im Distanzhandel – Anteil der ÖsterreicherInnen in % (Mehrfachnennungen), 2010 - 2012 .....	10
Grafik 4	Abschätzung der Zahl der EinkäuferInnen im Distanzhandel nach Top-10-Warengruppen in Tausend, 2010 - 2012 .....	12
Grafik 5	Ausgaben im Distanzhandel pro Jahr, nach Ausgabenkategorien in %, 2012 .....	13
Grafik 6	Gesamtausgaben im Distanzhandel in EUR Mrd., 2010 - 2012.....	14
Grafik 7	Abschätzung der Gesamtausgaben im Distanzhandel nach Altersgruppen, 2012 .....	16
Grafik 8	Abschätzung der Gesamtausgaben im Distanzhandel nach ausgewählten Warengruppen, 2012.....	18
Grafik 9	Nutzung/Besitz eines Gerätes mit mobilem Internetzugang – Anteil der ÖsterreicherInnen in %, 2012.....	19
Grafik 10	Besitz eines Smartphones nach Geschlecht und Altersgruppen in %, 2012.....	20
Grafik 11	Nutzung von Smartphones – Anteil der Smartphone-BesitzerInnen in %, 2012.....	21
Grafik 12	Phasen im Einkaufsprozess via Smartphone, Anteil der SmartphonebesitzerInnen in %, 2012 .....	23
Grafik 13	Assoziationen zum Einkauf im Internet .....	24
Grafik 14	Erwartungen an „gute“ Händler im Internet .....	25
Grafik 15	Assoziationen zum Einkauf im klassischen Versandhandel.....	26
Grafik 16	Erwartungen an „gute“ Anbieter im „klassischen“ Versandhandel .....	27

## Tabellenverzeichnis

Tabelle 1	Einkauf im Distanzhandel – Anteil der ÖsterreicherInnen (ab 15 Jahren) in Prozent, 2011/2012 .....	31
Tabelle 2	Bestellmöglichkeiten im Distanzhandel - Anteil der ÖsterreicherInnen (ab 15 Jahren) in Prozent, 2012 .....	32
Tabelle 3	Gekaufte Warengruppen im Distanzhandel - Anteil der KäuferInnen (ab 15 Jahren) in Prozent, 2011 .....	33
Tabelle 4	Ausgaben im Distanzhandel – Anteil der KäuferInnen im Distanzhandel (ab 15 Jahren) in Prozent und in €, 2012 .....	34