

## **PRESSEKONFERENZ**

# **Konsumentenverhalten im Distanzhandel Studie zum E-Commerce und Versandhandel in Österreich**

---

**Präsentation einer Studie des Handelsverbandes und der Plattform  
„Versandhandel & E-Commerce“ in Zusammenarbeit mit der KMU Forschung Austria**

Montag, 20. Juni 2016 um 10.30 Uhr  
Handelsverband, Alser Straße 45, 1080 Wien

\*\*\*PRESSEMITTEILUNG\*\*\*

## Rekordniveau im Distanzhandel dank Mobile-Commerce

**Die brandneue Studie „Konsumentenverhalten im Distanzhandel 2016“ des Handelsverbandes und der Plattform „Versandhandel und E-Commerce“ in Zusammenarbeit mit der KMU Forschung Austria zeigt eine konstante Käuferanzahl und steigende Ausgaben im Distanzhandel, verändertes Kaufverhalten und einen deutlichen Anstieg im Smartphone-Shopping.**

Wien, 20.06.2016 – „*Es führt kein Weg am Mobile-Commerce vorbei. Das Smartphone ist der kleinste Laden der Welt, mit den größten Umsatzzuwächsen. Das belegt jetzt auch unsere brandaktuelle Studie Konsumentenverhalten im Distanzhandel 2016 eindrucksvoll*“, erläutert Rainer Will, Geschäftsführer des Handelsverbandes. Die Studie befragte im Analysezeitraum Mai 2015 bis April 2016 2.000 ÖsterreicherInnen ab 15 Jahren zu ihrem Kaufverhalten im Distanzhandel, der neben dem Internethandel, auch den "klassischen" Versandhandel und Teleshopping mit einbezieht.

### **Kein Ende des Smartphone-Booms in Sicht: +20% mehr Ausgaben**

18 % der ÖsterreicherInnen haben im Analysezeitraum 2016 per Smartphone eingekauft. Damit steigt die Zahl der Smartphone-ShopperInnen von 1,0 Mio in der Vorjahresperiode auf 1,3 Mio nochmals deutlich an. „*Zurückzuführen ist das schnelle Wachstum vor allem auf die Alterskohorte 15-29 Jahre, in der bereits 43 % mittels Smartphone einkaufen*“, so Studienleiter Dr. Ernst Gittenberger von der KMU Forschung Austria. Die Gesamtausgaben beim Smartphone-Shopping steigen gegenüber der Vorjahresperiode um +20% auf € 420 Mio p.a. an, was 6 % der Distanzhandelsausgaben entspricht. Die höchsten Ausgaben beim Smartphone Shopping entfallen auf Bekleidung/Textilien, erstmals gefolgt von Elektroartikeln und erst an dritter Stelle von Büchern.

### **Käuferzahlen stagnieren, während der Onlineshop immer wichtiger wird**

67 % bzw. 4,9 Mio ÖsterreicherInnen haben zumindest einmal Einzelhandelswaren im Distanzhandel eingekauft. Gegenüber dem Vorjahr ist die Zahl der DistanzhandelskäuferInnen konstant damit hoch geblieben. Veränderungen zeigen sich hingegen in der Nutzung der verschiedenen Bestellmöglichkeiten im Distanzhandel. Während der Anteil der ÖsterreicherInnen, die in Online-Shops kaufen, erstmals die 50 %-Marke erreicht, stagnieren die „traditionellen“ Bestellformen, wie postalische und telefonische Bestellung im Versandhandel auf geringem Niveau. Steigende Käuferzahlen im Distanzhandel zeigen sich aktuell insbesondere bei Sportartikeln. Generell kaufen die DistanzhandelskäuferInnen aber wieder bewusster Waren aus nur einigen wenigen Sortimenten ein, so dass viele Warengruppen sinkende Käuferzahlen verzeichnen.

### **Ausgaben auf Rekordniveau: Distanzhandel macht 11% des gesamten Einzelhandels aus**

Die Ausgaben der ÖsterreicherInnen im Distanzhandel steigen nochmals um +3 % an und erreichen € 7,3 Mrd, was 11 % der einzelhandelsrelevanten Konsumausgaben entspricht. Ermöglicht wird der Ausgabenanstieg, anders als in der Vorjahresperiode 2015 nicht durch steigende Käuferzahlen, sondern durch wachsende durchschnittliche Ausgaben pro KäuferIn, die aktuell das Rekordniveau von € 1.500,- p.a. erreichen. Die Veränderungen in der Nutzung der einzelnen Bestellformen führen auch zu Ausgabenverschiebungen. Bereits 87 % der Gesamtausgaben im Distanzhandel entfallen auf den Einkauf im Internet. Von den steigenden

Gesamtausgaben im Analysezeitraum 2016 profitieren nahezu alle Warengruppen. Die höchsten Ausgaben werden im Distanzhandel weiterhin für Bekleidung/Textilien getätigt.

„Die Entwicklung hin zum E-Commerce und Smartphone-Shopping beobachten wir auch in der UNITO-Gruppe, wo wir mittlerweile 86,2 % des Gesamtumsatzes online erwirtschaften. Der Einkauf per Smartphones entwickelt sich mit einem Nachfrageplus von 60 Prozent im Vorjahresvergleich sogar um einiges rasanter als im österreichischen Durchschnitt“, so Harald Gutschi, Geschäftsführer der UNITO-Gruppe

### **ÖsterreicherInnen sind zufrieden: schnellere Lieferungen werden kaum verlangt**

74 % aller Bestellungen im Distanzhandel werden innerhalb von 2-6 Tagen zugestellt. Schnellere Lieferservices sind ebenso eine Ausnahme, wie Bestellungen, die länger als eine Woche Lieferzeit ausweisen. 93 % der DistanzhandelskäuferInnen sind mit der Liefergeschwindigkeit zufrieden. Die hohe Zufriedenheit mag auch ein Grund sein, dass schnellen Lieferservices (noch) keine hohe Bedeutung beigemessen wird. Daher sind „nur“ 24 % der DistanzhandelskäuferInnen prinzipiell bereit für 24-Stunden-Lieferungen zu bezahlen. In jüngeren Altersgruppen zeigt sich tendenziell eine etwas höhere Zahlungsbereitschaft. Die meisten KäuferInnen würden maximal € 5,- für schnelle Lieferservices ausgeben.

### **Click & Collect mit der geringsten Retourenquote**

39 % der DistanzhandelskäuferInnen haben bestellte Einzelhandelswaren auch wieder zurückgesendet. Damit ist die Retourenquote gegenüber der erstmaligen Analyse im Jahr 2014 konstant geblieben. Große Unterschiede in den Retourenquoten zeigen sich bei den verschiedenen Bestellmöglichkeiten im Distanzhandel. Die höchsten Retourenquoten weisen die Internet-Einkäufe bei Onlineshops auf, die auch über jenen von Bestellungen via Internetplattformen liegen. Telefonische Bestellungen werden häufiger als postalische retourniert. Die geringste Retourenquote ist beim Einkauf im Internet und Abholung im Ladengeschäft zu beobachten, wobei „Click & Collect“ noch sehr wenig genutzt wird.

Unter [www.handelsverband.at/Studie2016](http://www.handelsverband.at/Studie2016) können Sie folgende Unterlagen downloaden:

- Pressemitteilung
- Präsentation der Studienergebnisse
- Executive Summary der Studie
- Pressfotos der Studienpräsentation

## Ihre Gesprächspartner



**Dr. Ernst GITTENBERGER | Projektleiter, KMU Forschung Austria**

Ernst Gittenberger ist seit 2002 bei KMU Forschung Austria und hier seit 2003 als Projektleiter im Bereich Branchen- & Strukturanalysen tätig. Spezialisiert auf Wirtschaftsanalysen, insbesondere im (Einzel-)Handel, zeichnet er für zahlreiche Studien zur Unternehmens- bzw. zur Konsumentenforschung verantwortlich.

---



**Mag. Harald GUTSCHI | Sprecher der Geschäftsführung, Unito/ Otto Group**

Harald Gutschi ist als Sprecher der Geschäftsführung der UNITO-Gruppe zuständig für Otto, Universal, Quelle, Ackermann und Alpenwelt. Die Otto Group ist Europas größter Onlinehändler für Mode und Lifestyle. Seit 2014 leitet Gutschi die Handelsverband-Plattform „Versandhandel & E-Commerce“.

---



**Ing. Mag. Rainer WILL | Geschäftsführer, Handelsverband Österreich**

Ende 2014 übernahm Will die Geschäftsführung im Handelsverband. Zuvor war er im Kabinett von Vizekanzler und Wirtschaftsminister Mitterlehner als wirtschaftspolitischer Berater und beim Austria Wirtschaftsservice (aws) tätig. Überdies sammelte Will jahrelang in der Privatwirtschaft Erfahrung. Er studierte Betriebswirtschaft an der WU Wien und der London School of Economics

## Die Studie

**Vertretern der Presse** wird die vollständige Studie auf Anfrage kostenfrei zur Verfügung gestellt: [andreas.weigl@handelsverband.at](mailto:andreas.weigl@handelsverband.at).

---

**Die Studie „Konsumentenverhalten im Distanzhandel 2016“ ist auf der Homepage des Handelsverbandes erhältlich.** [www.handelsverband.at/Distanzhandel2016](http://www.handelsverband.at/Distanzhandel2016)

**Kontakt:** Andreas Weigl, [andreas.weigl@handelsverband.at](mailto:andreas.weigl@handelsverband.at)

<b>Kosten:</b> Mitglieder Plattform Versandhandel & E-Commerce:	kostenfrei
Mitglieder & Partner des Handelsverbands:	€ 249,-
Andere Unternehmen:	€ 498,-

---

### **Handelsverband – Verband österreichischer Handelsunternehmen**

Der Handelsverband ist als Interessensvertretung, Sprecher und Partner des Handels seit knapp 100 Jahren aktiv und hat sich 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. 8 Ressorts mit über 20 Sitzungen pro Jahr 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. [www.handelsverband.at](http://www.handelsverband.at)

### **Plattform Versandhandel & E-Commerce**

Die Plattform ist ein wesentlicher Bestandteil der freiwilligen Interessenvertretung Handelsverband. Als zentrale Informationsdrehscheibe informiert sie ihre Mitglieder über aktuelle Marktentwicklungen sowie Innovationen und Trends. Durch das starke Wachstum im Bereich E-Commerce ist die Bedeutung der Plattform weiter gestiegen. Weitere Themen die in der Plattform behandelt werden sind: neue Vertriebskanäle, Marketingmethoden und Zahlungssysteme, sowie rechtlichen Rahmenbedingungen. Zudem hat der Versandhandel ein vitales Interesse an kundenorientierten Öffnungs- und Zustellzeiten der Postdienstleister. [www.handelsverband.at](http://www.handelsverband.at)

### **Rückfragenhinweise:**

#### **Handelsverband**

Mag. Andreas Weigl  
Communications Manager  
Alser Straße 45, 1080 Wien  
T +43 (1) 406 22 36 - 77  
E [andreas.weigl@handelsverband.at](mailto:andreas.weigl@handelsverband.at)  
W [www.handelsverband.at](http://www.handelsverband.at)

#### **KMU Forschung Austria**

Dr. Ernst Gittenberger  
Projektleiter  
Gußhausstraße 8, 1040 Wien  
T +43 (1) 505 97 61 - 26  
E [e.gittenberger@kmuforschung.ac.at](mailto:e.gittenberger@kmuforschung.ac.at)  
W [www.kmuforschung.ac.at](http://www.kmuforschung.ac.at)