

# HERZLICH WILLKOMMEN!

Online-Pressekonferenz:

## EU-27-Online-Shopping 2021

5. Mai 2022

Wirtschaftskammer Österreich



Ihre Gesprächspartner:innen

**Dr. Rainer Trefelik**

Bundesspartenobmann Handel

**Mag. Iris Thalbauer**

Bundesspartengeschäftsführerin Handel

**Univ.Prof. Dr. Christoph Teller**

**& Dr. Ernst Gittenberger**

IHaM Institut für Handel, Absatz und Marketing

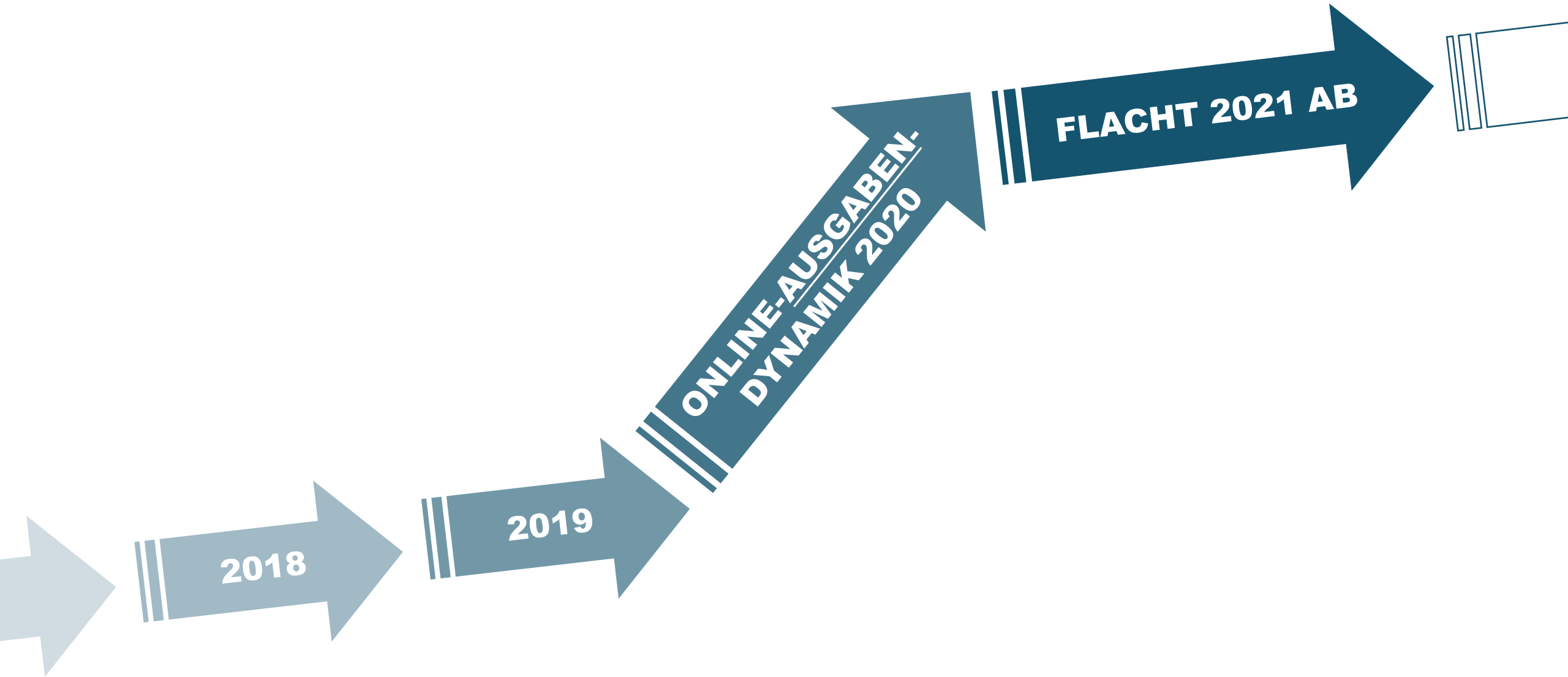




# EU-Online-Shopping 2021

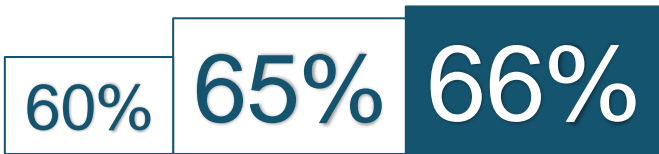
*anders als im ersten Pandemie-Jahr*

*...vor allem in Österreich*

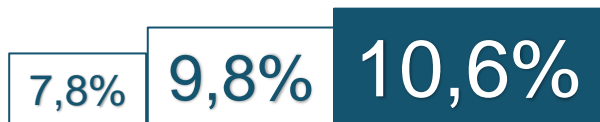


# KEY FACTS **EU-27**

2019 2020 **2021**



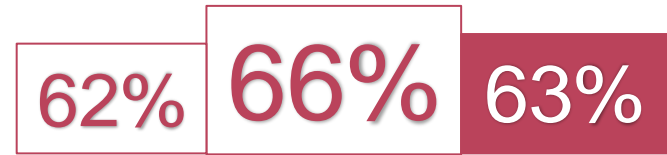
Online-Shopper:innen



Online-Ausgaben

# **Österreich**

2019 2020 **2021**



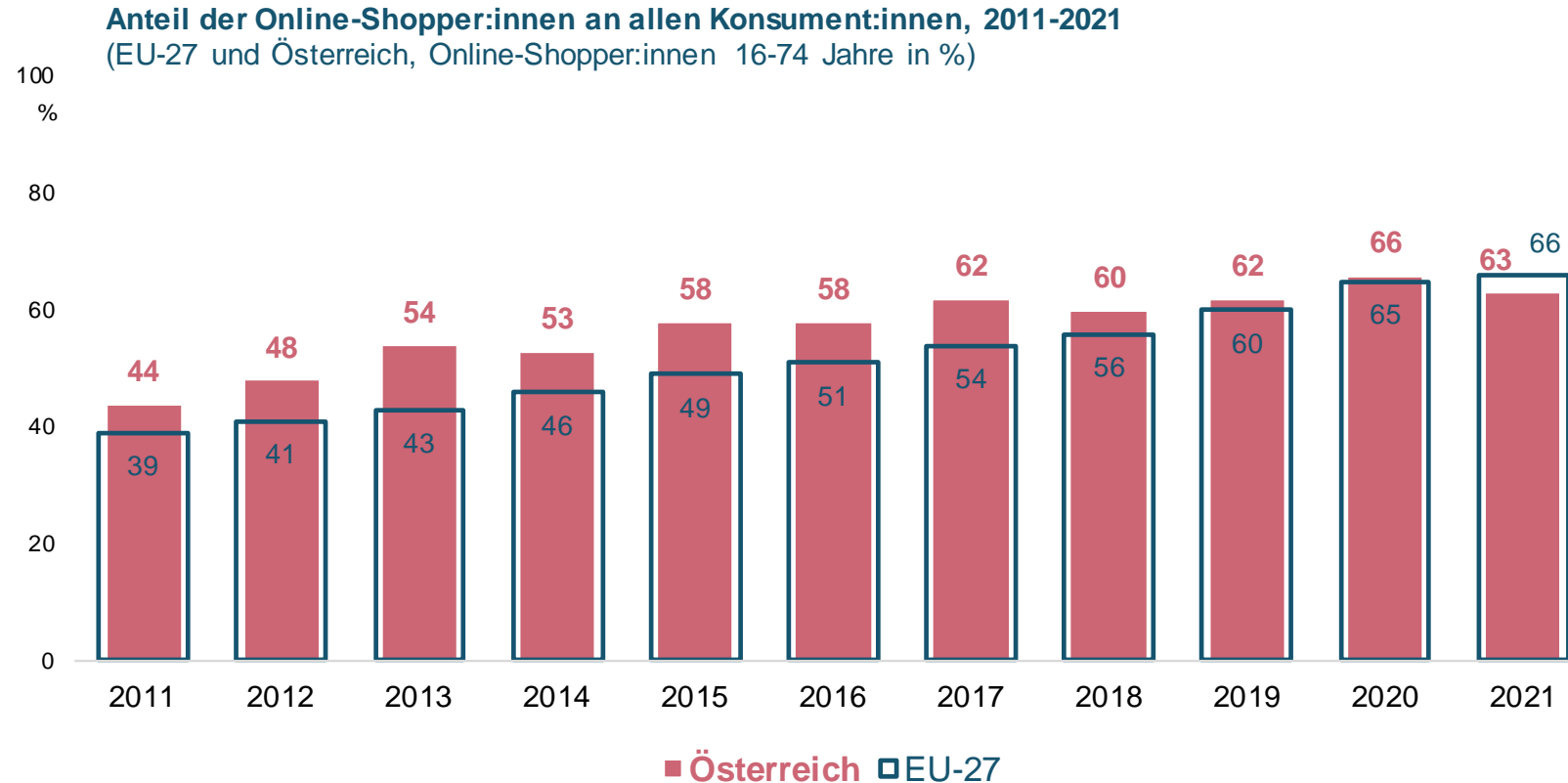
Online-Shopper:innen



Online-Ausgaben



## Online-Shopping-Durchdringung entwickelt sich in Österreich gegen EU-Trend



Datenquelle: Eurostat

## Anteil der Online-Shopper:innen an allen Konsument:innen 2021

(in den EU-27-Ländern, Online-Shopper:innen 16-74 Jahre, in %)



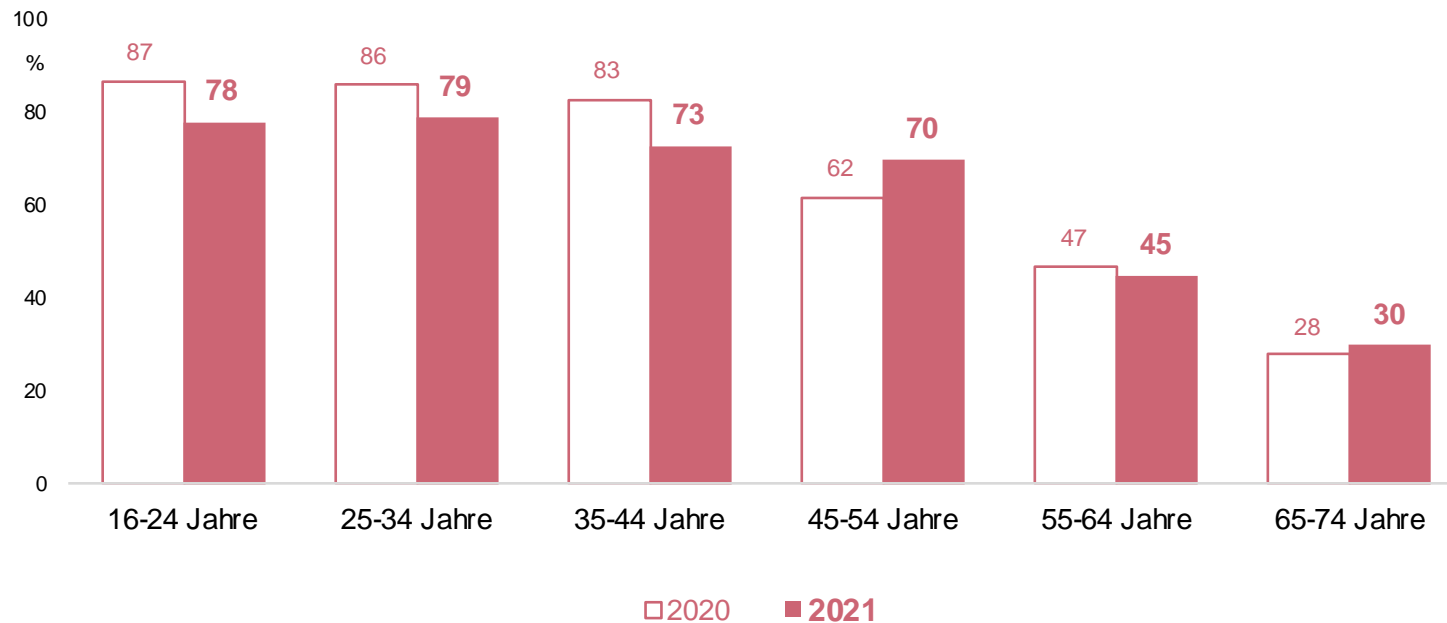
Anteil der  
Online-Shopper\*innen  
bis 50%  
bis 60%  
bis 70%  
über 70%

Datenquelle: Eurostat  
Grafik: IHaM



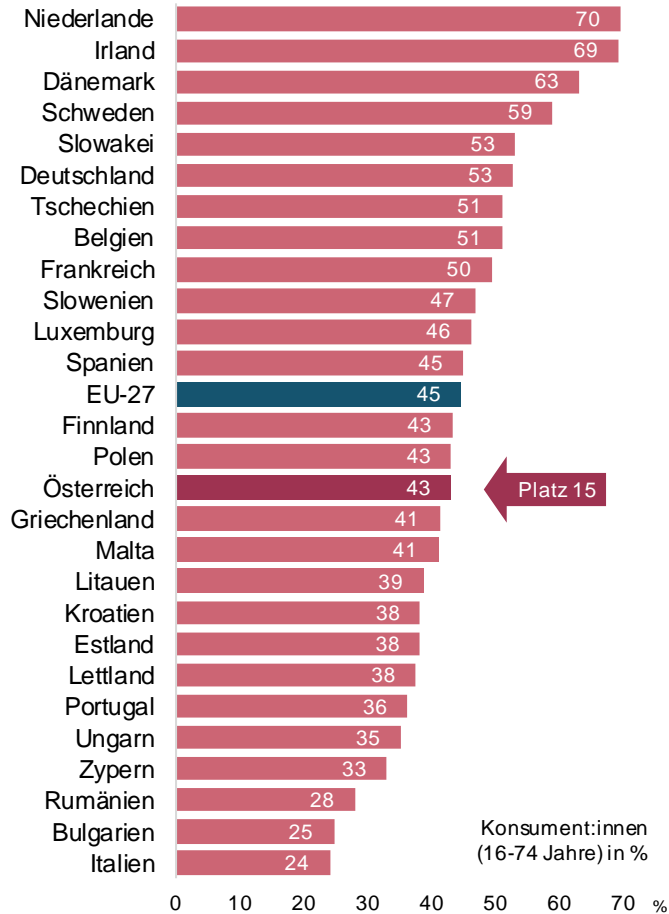
# Online-Boom stoppt in Ö bei jüngeren Konsument:innengruppen

Anteil der Online-Shopper:innen an allen Konsument:innen nach Alterskohorten, 2020/2021  
(in Österreich, Online-Shopper:innen 16-74 Jahre in %)

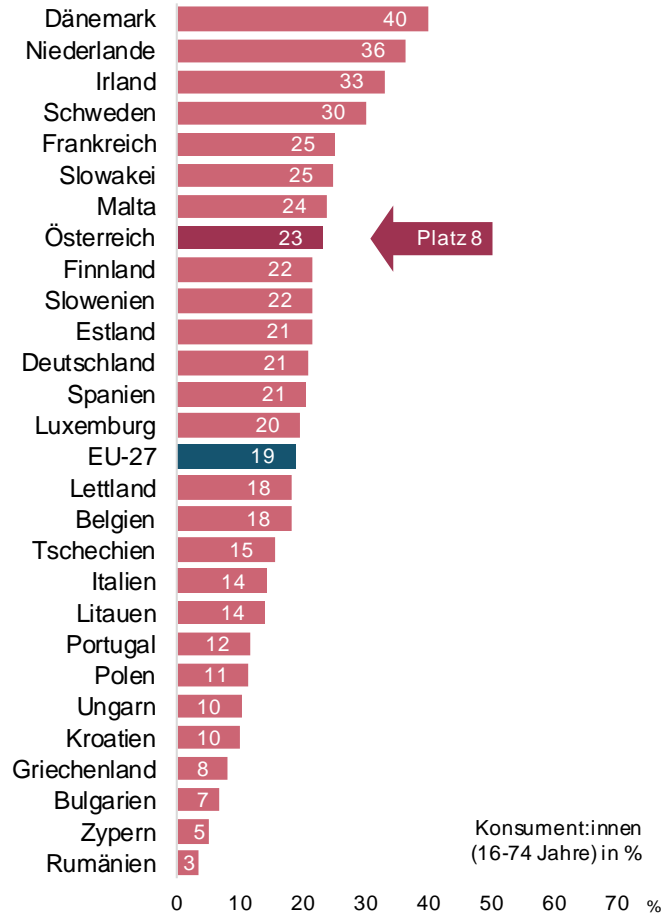


# Dynamische Online-Entwicklung in Ö bei Mode

## Bekleidung, Schuhe

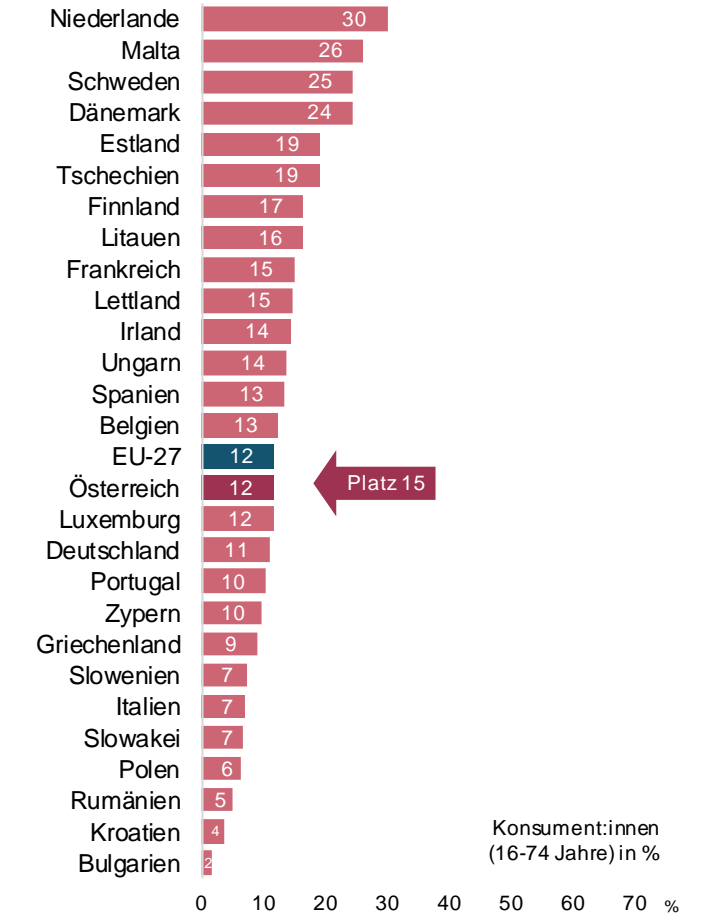


## Möbel, Heimzubehör, Gartenartikel



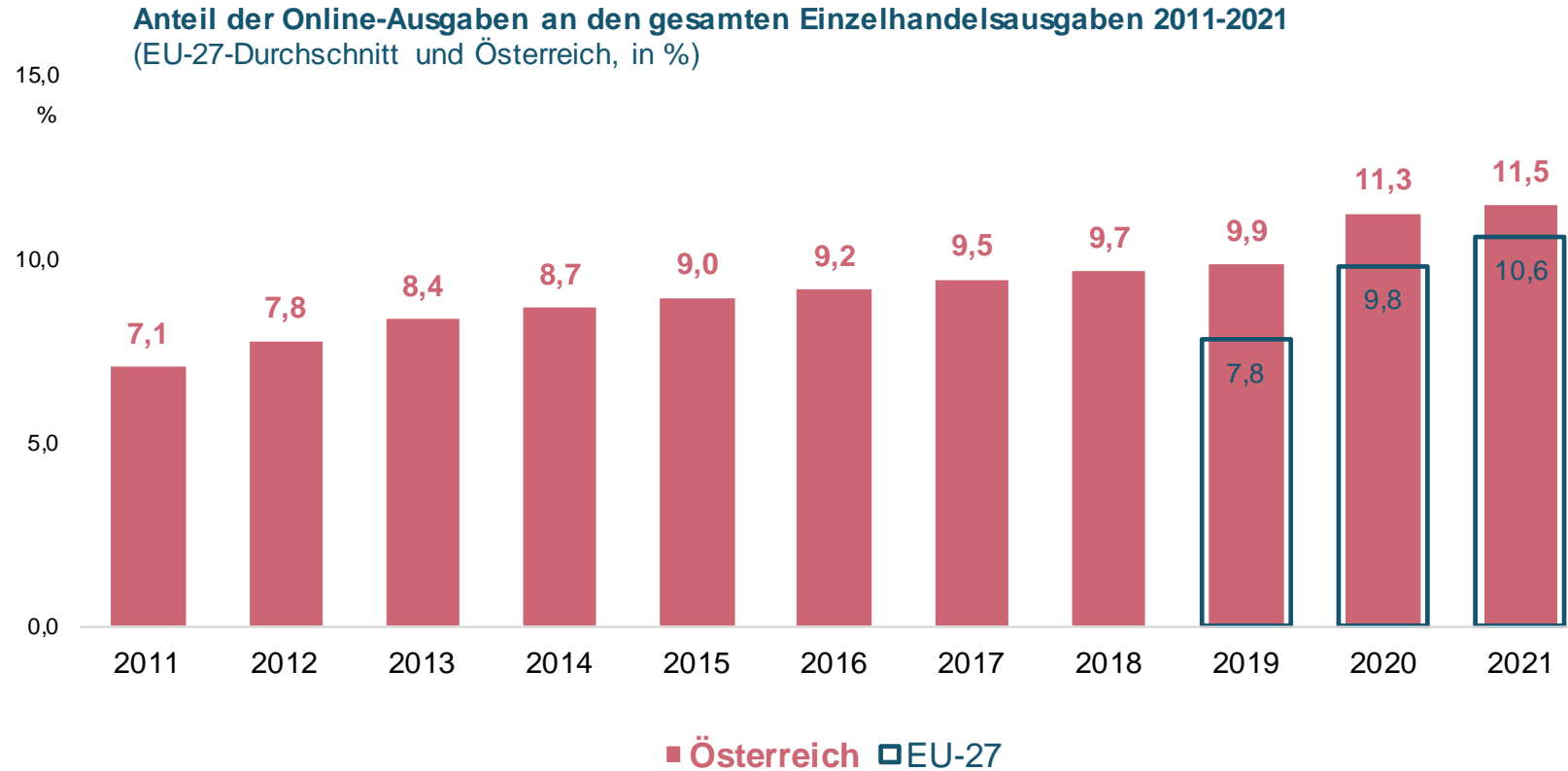
# Lebensmittelzustellung boomt

## Lebensmittel aus Geschäften, Supermärkten



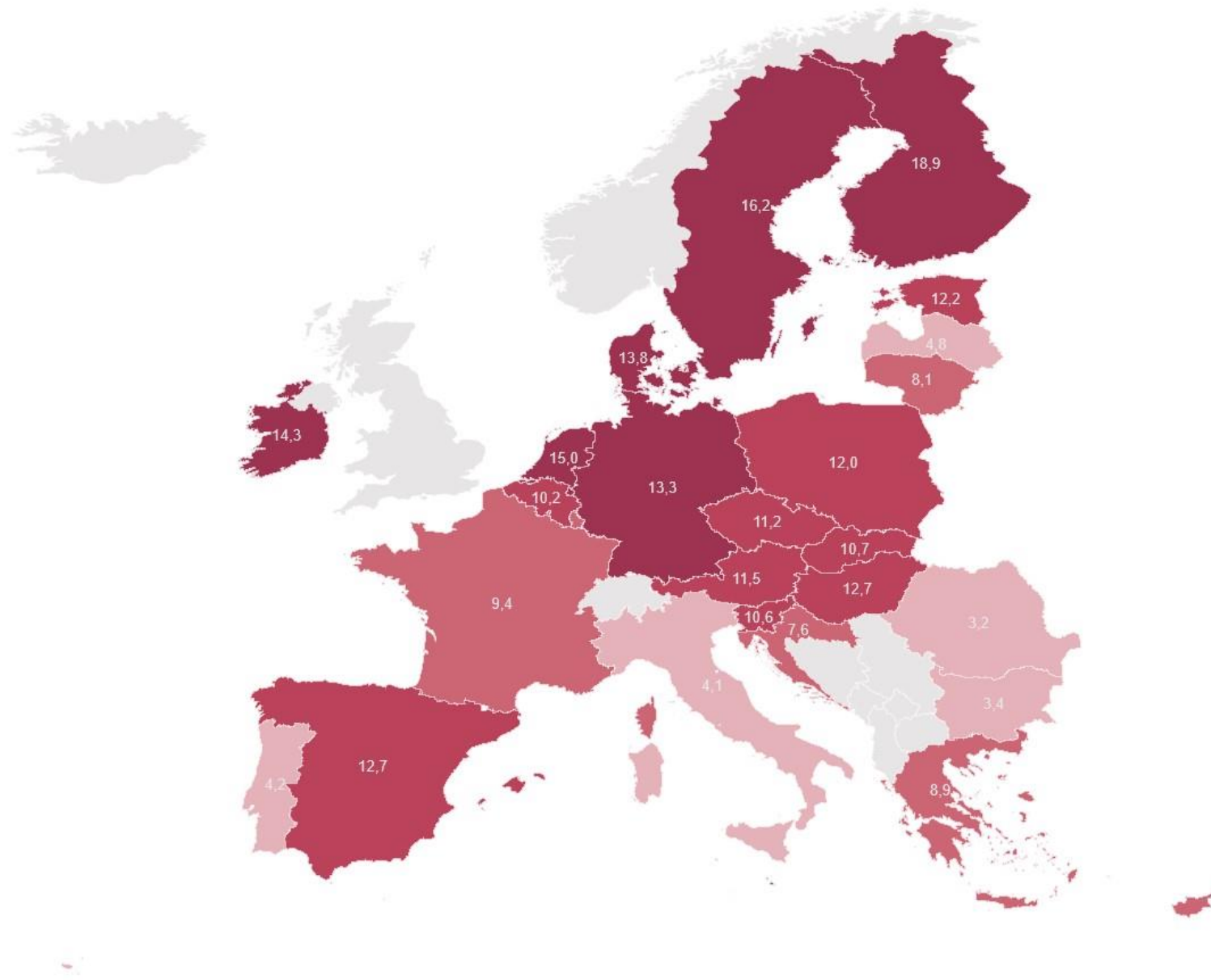


## Dynamik bei Online-Ausgaben bremsst sich ein



Datenbasis: Eurostat  
Datenquelle für Ö bis 2017:  
KMU Forschung Austria  
Quelle: IHaM

Anteil der Online-Ausgaben an den gesamten Einzelhandelsausgaben 2021  
in den EU-27-Ländern in %

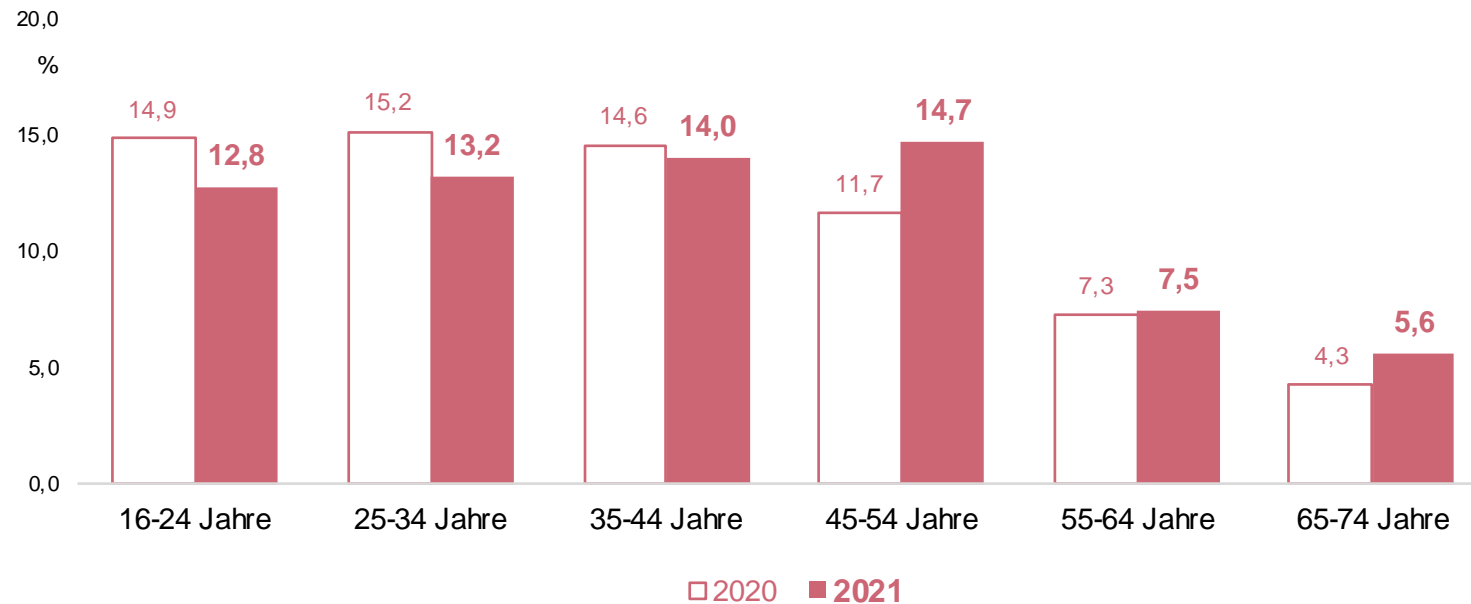


Anteil der  
Online-Ausgaben  
bis 5%  
bis 10%  
bis 13%  
über 13%

Datenbasis: Eurostat  
Quelle: IHaM

## Anteil der Online-Ausgaben sinkt in Ö in den jüngeren und steigt in den älteren Konsument:innenkohorten

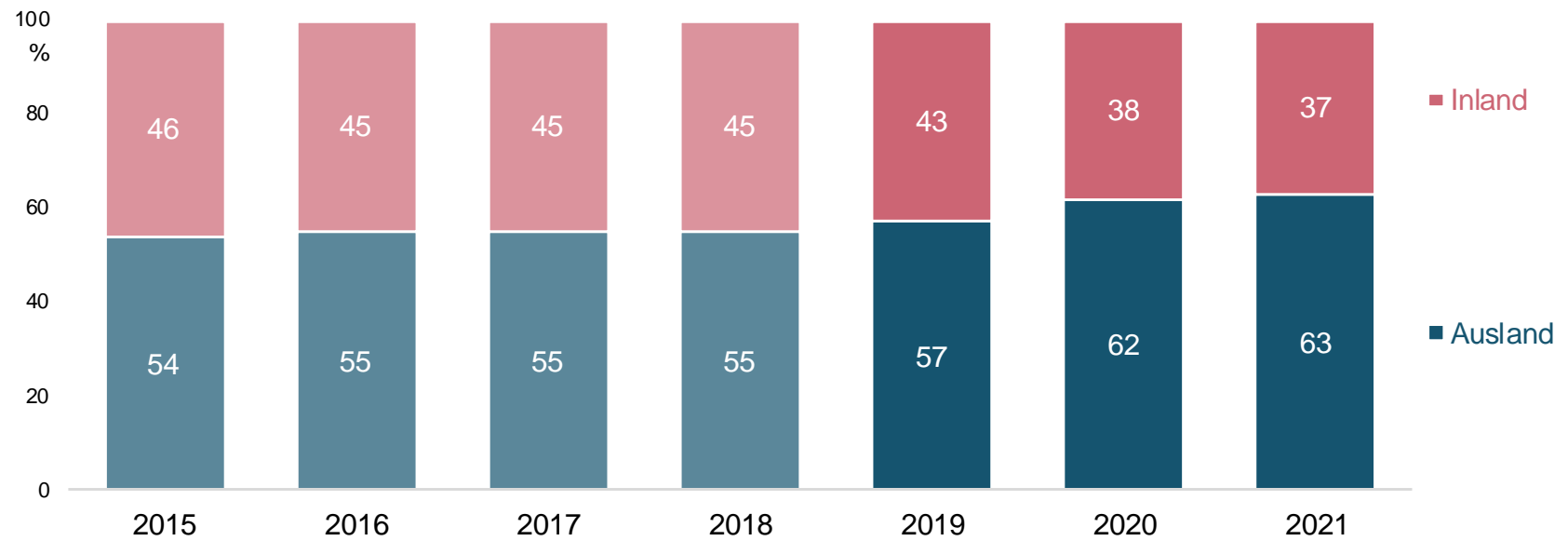
Anteil der Online-Ausgaben an den gesamten Einzelhandelsausgaben nach Alterskohorten, 2020/2021  
(in Österreich, in %)



# Exkurs: Kaufkraftabfuhr

## Online-Ausgaben, 2015-2021

(der Konsument:innen in Österreich im In- und Ausland, **Anteile in %**)



Datenbasis: Eurostat  
Datenquelle bis 2018:  
KMU Forschung Austria  
Quelle: IHaM

## Resümee: Evolution statt Revolution

- Online-Revolution bleibt aus
- „großer Sprung“ war 2020
- Dynamik flacht 2021 ab
- Lebensmittelzustellung boomt auf niedrigem Niveau

- Skandinavien weiter an der Spitze
- **Offline bleibt der dominierende Einkaufskanal**



## Ausblick: Kommt der Online-Boom in Ö zum Erliegen?

- Nein, aber er flacht ab!
  - Hochplateau erreicht
    - Online auch in Zukunft nicht aufzuhalten
    - Konsument:innen haben sich in der Pandemie ans Bestellen via Internet gewöhnt
- flachere Wachstumskurven in Zukunft zu erwarten

## Interessenspolitische Ableitungen

- Stationärer Handel braucht weiterhin leichte Erreichbarkeit & Attraktivität des öffentlichen Raumes
- „Faire Rahmenbedingungen und Wettbewerbsgleichheit“ bleibt Topthema (z.B. Mindest-Ertragssteuer auf OECD Ebene, Abgabenneutralität bei Gebühren)
- Fairer Umgang zwischen Marktplatzhändlern und Plattformbetreibern muss durch klare rechtliche Rahmenbedingungen sichergestellt werden (Digital Service Act)
- Lieferketten- & Logistik(-herausforderungen) dürfen nicht durch extreme Energiepreissprünge zusätzlich verschärft werden

Fragen, Beobachtungen,  
Kommentare

....Danke für die Aufmerksamkeit!

[www.derhandel.at](http://www.derhandel.at)

