

CORONAVIRUS
INFO-SERVICE FÜR **BETRIEBE**



WKÖ-Trefelik: Corona lässt Zahl der Online-Shopper und Online-Ausgaben stark ansteigen

Studie der JKU: Trotz Lockdowns und Schutzmaßnahmen ist Einkauf aber im stationären Handel weiterhin dominierend

05.05.2021, 12:07



© WKÖ

Die Covid-19-Krise lässt in Österreich die Zahl der Online-Shopper auf 4,4 Mio. und die Online-Ausgaben auf rd. 8,4 Mrd. ansteigen – so lautet die Bilanz der EU-27-Online-Shopping-Studie der JKU Johannes Kepler Universität Linz, in Auftrag gegeben von der Bundesparte Handel in der Wirtschaftskammer Österreich (WKÖ). "Die Online-Revolution ist zwar ausgeblieben, jedoch hat die Corona-Pandemie den Trend zum Online-Shopping beschleunigt. Trotz Lockdowns und der strengen Schutzmaßnahmen ist der Einkauf in den Geschäften aber weiterhin dominierend und gilt als die beliebteste Form des Shoppings", erläutert Rainer Trefelik, Obmann der Bundesparte Handel in der WKÖ.

In Österreich ist die Zahl der Online-Shopper im Corona-Krisenjahr 2020 auf insgesamt 4,4 Mio. Konsumenten angestiegen. Das entspricht 66 Prozent in der Zielgruppe 16-74 Jahre – um 4 Prozent-Punkte mehr als noch im Jahr davor. Damit liegt die Steigerungsrate 2020 im EU-27-Durchschnitt (ebenfalls plus 4 Prozent-Punkte von 60 auf 64 Prozent) und fällt höher als in den vergangenen Jahren aus. Rund 212,5 Mio. Konsumenten (16-74 Jahre) in den EU-Ländern kauften im Jahr 2020 Waren und Dienstleistungen im Internet ein. Zwar schrumpft das Nord-Süd-Gefälle beim Anteil der Online-Shopper an der

Bevölkerung in der Corona-Pandemie, das EU-Ranking führt aber nach wie vor Dänemark (89 Prozent der Konsumenten) an, gefolgt von den Niederlanden (87 Prozent) und Schweden (84 Prozent). Die höchste Zuwachsrate verzeichnete im vergangenen Jahr Rumänien, ausgehend von einem geringen Niveau, gefolgt von Ungarn und Kroatien.

Lockdowns treiben Online-Ausgaben in Österreich auf 8,4 Mrd. Euro

“Die Corona-Pandemie lässt die Online-Ausgaben in Österreich sprunghaft ansteigen. Bedingt durch die Lockdowns im stationären Einzelhandel, überspringt der Anteil der Online-Ausgaben erstmals die 10 Prozent-Marke und steigt von 9,9 Prozent auf 11,3 Prozent“, so Christoph Teller, Vorstand des Instituts für Handel, Absatz und Marketing an der Johannes Kepler Universität Linz. Das bedeutet eine Erhöhung der Ausgaben um 1,2 Mrd. Euro auf insgesamt 8,4 Mrd. Euro. In der EU haben im Jahr 2020 die Online-Shopper rund 266,5 Mrd. Euro bei ihren Internet-Einkäufen ausgegeben. Besonders befeuerten die Lockdowns die Online-Ausgaben in Spanien. So stieg der Online-Anteil an den gesamten einzelhandelsrelevanten Konsumausgaben auf 12,1 Prozent (2019: 8,1 Prozent), was einerseits auf massive Verschiebungen vom stationären Handel zu Onlineshops und andererseits auf generell sinkende Einzelhandelsausgaben zurückzuführen ist.

Beachtlich ist auch der Anstieg in den skandinavischen Ländern. In Finnland hat sich der Internet-Ausgaben-Anteil trotz hohem Ausgangsniveau von 12,9 auf 16,6 Prozent erhöht. Trotz der wenig restriktiven Corona-Maßnahmen stieg der Online-Anteil in Schweden von 12,5 auf 15,1 Prozent. Der größte B2C-E-Commerce-Markt in Europa ist in absoluten Zahlen gemessen Deutschland. Mit Online-Ausgaben in Höhe von rund 79,1 Mrd. Euro pro Jahr entfallen 3 von 10 Euro in der EU-27 auf Online-Shopper in Deutschland.

Ladengeschäfte bleiben EU-weit dominierender Einkaufskanal

Der stationäre Einzelhandel ist nach wie vor – trotz Lockdowns – der dominierende Einkaufskanal. So flossen 2020 in Österreich 88,7 Prozent der gesamten Einzelhandelsausgaben in den stationären Handel, während im EU-Schnitt 90,2 Prozent der Ausgaben in den Ladengeschäften erfolgte. “Rund neun von zehn Euro werden im stationären Handel ausgegeben. Dadurch kann man ganz klar erkennen, dass die Menschen das reale Einkaufserlebnis wollen und schätzen“, so Trefelik. Abzuwarten bleibt, ob die Online-Ausgaben nach der Corona-Krise weiterhin überdurchschnittlich stark ansteigen werden, oder ob die Dynamik wieder abflachen wird. Blickt man nach Skandinavien, ist ein Online-Anteil an den Einzelhandelsausgaben von über 15 Prozent durchaus realistisch. “Online-Shopping wird weiter an Bedeutung gewinnen. Es ist jedoch anzunehmen, dass das Einkaufserlebnis im stationären Einzelhandel nach der Öffnung der Gastronomie sowie dem Fall der FFP2-Tragepflicht wieder in den ‚Normalzustand‘ zurückkehren wird“, sagt Ernst Gittenberger, Leiter des Centre of Retail und Consumer Research an der Johannes Kepler Universität Linz. Cross-Channel-Shopping, wie zum Beispiel Click & Collect, gewinnt immer mehr an Bedeutung.

Faire Rahmenbedingungen für alle Kanäle

“Wir haben einen starken stationären Handel, der die Stadtbilder prägt, die Bevölkerung mit seinem reichhaltigen Sortiment versorgt und Arbeitsplätze sichert. Nun braucht es dringend Maßnahmen, um für die lokalen Geschäfte faire Rahmenbedingungen auf nationaler und globaler Ebene zu schaffen“, so Trefelik.

Ein Mindestertragssteuersatz von 21 Prozent würde das Ende von Steueroasen bedeuten und für einen fairen Wettbewerb zwischen allen Marktteilnehmern sorgen. Auch die Abschaffung der 22-Euro-Grenze bei der Einfuhrumsatzsteuer, die mit 1. Juni 2021 nun endlich in Kraft tritt, wird für mehr Fair Play sorgen. Weiters braucht es einen strengen Vollzug bei Verstößen von global agierenden Online-Plattformen. Hier müssen sowohl für die Plattformen als auch den Marktplatzhändler die gleichen Grundsätze gelten. So muss zum Beispiel die Sperrung eines Kontos oder das Löschen eines Produktes im Vorfeld von der Plattform kommuniziert und argumentiert werden. Auch der Ausbau von Unterstützungen und Förderungen für Klein- und Mittelbetriebe im Rahmen ihrer Digitalisierungsstrategie ist eine wichtige Maßnahme, um den Betrieb wettbewerbsfähig und zukunftsfit am Markt zu positionieren. (PWK226/NS)

Das könnte Sie auch interessieren



Reparaturbonus startet: Schont die Ressourcen und Geldbörsen

WKÖ: Win-win-Situation für die Umwelt und die Verbraucher – Bonus holt verantwortungsvolle Reparaturbetriebe vor den Vorhang [➤ mehr](#)



WKÖ-Fachverband Spedition warnt: Globale Lieferketten immer stärker gefährdet

Krieg in der Ukraine verschärft bereits bestehende Lieferprobleme – Fachverbandsobmann Wolfram fordert Maßnahmen gegen Energiepreisexplosion [➤ mehr](#)



WKÖ-Rudorfer: „Österreichs Banken mit sehr gutem Preis-/Leistungsverhältnis“

Nachhaltig geändertes Kundenverhalten durch Digitalisierung – Behebungen an Bankomaten österreichischer Banken unentgeltlich [➤ mehr](#)