

Pressekontakt**RegioData Research GmbH**

Ekaterine Nikolaeva, MA

Theobaldgasse 8, A-1060 Wien; T: +43 1 585 76 27-50

e.nikolaeva@regiodata.eu, www.regiodata.eu

Datum

17. Jänner 2020

Presseaussendung**NEUE STUDIE: ONLINEHANDEL - IMMER MEHR
GEHT INS AUSLAND!**

Erstmals in Österreich hat RegioData Research über 1.000 speziell für österreichische Konsumenten relevanten Onlineshops analysiert und deren Bedeutung für die einzelnen Branchen dargestellt.

→ Der meiste Online-Umsatz¹ geht ins Ausland

Über 13 % des österreichischen Einzelhandelsumsatzes fließen bereits in den Onlinehandel, Tendenz steigend. Und das Onlineangebot wird professioneller und vielfältiger: Die für die österreichischen Kunden relevanten Onlineshops werden kontinuierlich größer und spezialisierter - und es werden auch mehr. Doch auch der Anteil, der in ausländische Shops fließt, nimmt zu. Derzeit beträgt der Umsatzanteil jener Shops, die direkt von ausländischen Unternehmen betrieben werden, etwa 64 %, vor zwei Jahren waren das noch 61 %.

Rechnet man noch die Shops jener Unternehmen dazu, die in Österreich zwar eine Niederlassung haben, aber sich in ausländischer Hand befinden (z.B. MediaMarkt, Otto, Obi, etc.), kommen noch weitere 28 % hinzu.

Rein österreichische Onlineshops (Unternehmenszentrale in Österreich) erreichen insgesamt nur 8 % aller Onlineumsätze der Österreicher.

→ Die größten Onlineanbieter in Österreich

Während Amazon (Luxemburg, USA) seit Jahren unverrückbar den ersten Platz innehat (Umsatz mit österreichischen Kunden über 900 Mio €), folgt auf Platz zwei mit Unito (Otto, Universal, Quelle,...) bereits ein Unternehmen mit österreichischer Beteiligung (ca. 450 Mio €). Unito gehört zwar zur deutschen Otto-Gruppe, hat aber in Graz und Salzburg Niederlassungen. Der nächstgrößte Onlineanbieter mit österreichischer Beteiligung ist die MS E-Commerce (MediaMarkt, Saturn), mit einer Niederlassung in Vösendorf.

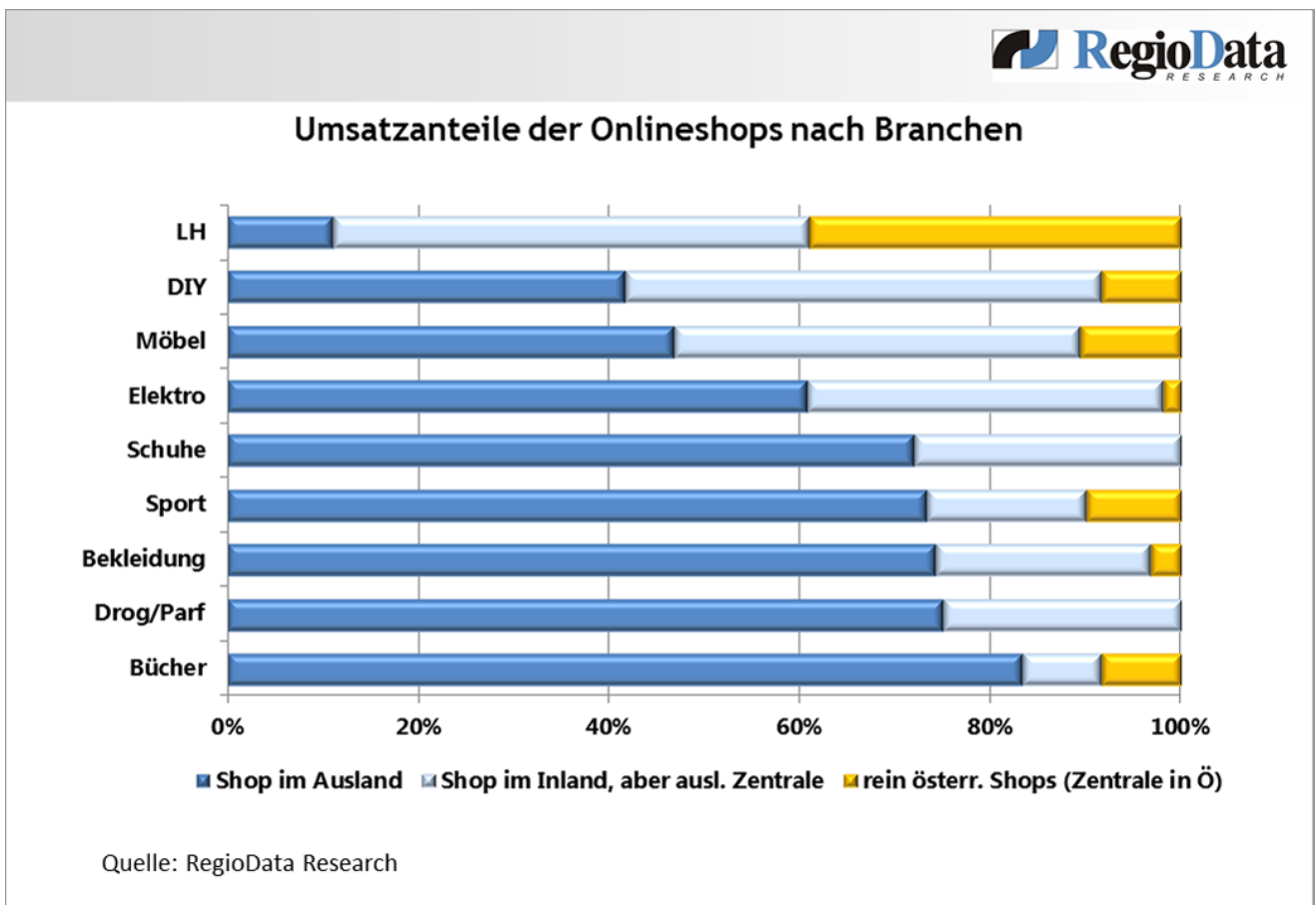
Die rein österreichischen Onlineanbieter (Unternehmenszentrale in Österreich) sind im Umsatzranking erst ab Rang 7 zu finden: e-tec electronic (ca. 65 Mio €), Rang 8: electronic4you, Rang 12:

0815 Online Handel, Rang 21: XXXLutz, Rang 24: Lemon Technologies, Rang 26: Interspar, Rang 27: Steiner Shopping.

→ **Branchenunterschiede gewaltig**

In fast allen Branchen wird das Onlineangebot für die österreichischen Kunden klar durch ausländische Anbieter dominiert. Lediglich bei Möbel, im Baumarktbereich (DIY) und im Lebensmittelhandel erreichen Onlineshops mit österreichischer Beteiligung einen Anteil von insgesamt mehr als 50 %.

Rein österreichische Onlineshops erreichen nur im Lebensmittelhandel (z.B. Interspar, M-Preis, Unimarkt), im Möbelhandel (z.B. Möbelix, XXXLutz) und Sportartikelhandel (z.B. Hervis) eine größere Marktbedeutung. Bei den besonders onlineaffinen Branchen mit hohen Umsatzvolumina wie Bekleidung, Elektro oder Schuhe spielen rein österreichische Onlineshops keine maßgebliche Rolle.



→ **Marktkonzentration auch im Internet**

Bei den Onlineshops zeigen sich auch in Österreich zwei durchgehende Trends: Einerseits werden die großen Anbieter immer größer - die Marktkonzentration steigt - und andererseits werden immer mehr kleinere Onlineshops aufgegeben. Die Betreuung der kleinen Shops lohnt sich oft nicht mehr, denn Produkte, Abäufe, Logistik, Marketinganforderungen und Zahlungsformen ändern sich sehr rasch. Das „Geschäftesterben“ setzt sich also nicht nur stationär sondern auch online fort.

Allen voran konnte der Onlineriese Amazon seine Marktposition bei den österreichischen Konsumenten weiter ausbauen und liegt derzeit bei 11,3 % aller Onlineumsätze. Auch die vier nächstgrößeren Onlineanbieter (Unito, Zalando, MediaMarkt/Saturn, H&M) konnten ihre Marktanteile bei den Österreichern auf insgesamt 12,3 % erhöhen.

→ **Die Zukunft heißt „Marktplätze“**

Online-Marktplätze, also einheitlich gemanagte Plattformen für verschiedene Anbieter, reduzieren den Aufwand für den Betrieb eines eigenen Onlineshops erheblich, erfordern aber vom Anbieter ein Aufgeben von wesentlichen unternehmerischen Freiheiten. Viele Hersteller, Groß- und Einzelhändler wählen trotzdem diesen Weg. Allein Amazon, der derzeit für Österreich relevante größte Marktplatzanbieter, macht mehr als die Hälfte seines Umsatzes nicht mit eigenen Produkten, sondern mit seiner Marktplatzfunktion.

Viele andere große Onlineanbieter wie etwa Otto, H&M, Douglas, Ceconomy (MediaMarkt – Saturn), REWE etc. arbeiten an Marktplatzkonzepten. Auch E-Bay will seine Marktplatzfunktion weiter ausbauen, genauso wie der in Europa immer bedeutender werdende chinesische Marktplatz AliExpress.

Mit Spannung erwartet werden kann, wann die Internetgiganten in das Marktplatzgeschäft groß einsteigen: Google („Shopping Action“ ist in USA bereits aktiv), Facebook, Instagram und Whatsapp arbeiten bereits daran und werden demnächst mit eigenen Marktplätzen nachziehen.

Aktuelle Studie: **„RegioData Onlinehandel Österreich – Ausgabe 2019“**. Die Studie ist um 690,- € (+ MWSt.) im Onlineshop erhältlich. www.regiodata.eu

Die **RegioData Research GmbH** mit Sitz in Wien und München, ist Spezialist bei regionalen Wirtschaftsdaten in Europa. Wir liefern Entscheidungsgrundlagen für Handel, Real Estate und Finanzierung. Aktuell, klar und sicher.

¹ **Onlinehandel:** Umsätze mit Handelswaren durch private, inländische Haushalte, die über Internet getätigt werden. Bereinigt um Retouren; ohne Dienstleistungen (Reisen, Telefonverträge, Essenszustellung, etc.), inklusive Umsatzsteuern.