

Pressemitteilung

07. September 2026

RegioData Research GmbH
Mag. Tanya Hahn

Theobaldgasse 8, 1060 Wien
+43 1 585 76 27-50
t.hahn@regiodata.eu

<https://www.regiodata.eu/>

Österreichs Onlinehandel wieder auf der Überholspur: 15 Prozent der Konsumausgaben fließen ins Internet – so viel wie nie zuvor!

Österreichs Onlinehandel gewinnt wieder deutlich an Dynamik. Fast 15 Prozent der relevanten Konsumausgaben werden mittlerweile online getätigt. Im Durchschnitt gibt jeder Österreicher rund 1.400 Euro pro Jahr im Internet aus. Doch vom wachsenden Onlinekuchen profitieren nicht alle gleichermaßen: Internationale Marktplätze gewinnen weiter an Bedeutung, chinesische Anbieter bauen ihre Position rasant aus und gleichzeitig sinkt die Zahl der aktiven Onlineshops. Eine aktuelle Analyse von RegioData Research zeigt, wie stark sich der österreichische Onlinehandel derzeit verändert.



Onlinehandel wächst wieder: Österreich im europäischen oberen Mittelfeld

Nach der außergewöhnlichen Dynamik während der Corona-Jahre und einer anschließenden Phase der Normalisierung gewinnt der digitale Handel wieder an Fahrt. Mit einem Onlineanteil von fast 15 Prozent der relevanten Konsumausgaben liegt Österreich im europäischen

Vergleich im oberen Mittelfeld. Pro Kopf werden mittlerweile rund 1.400 Euro jährlich online ausgegeben – ein neuer Höchstwert. Der Onlinehandel wächst somit erneut stärker in den österreichischen Konsummarkt hinein.

Wie stark das Internet als Einkaufskanal genutzt wird, unterscheidet sich allerdings erheblich nach Warengruppe. Die sogenannte Onlineaffinität beschreibt die Neigung der Konsumenten, bestimmte Produkte online, statt im stationären Handel zu kaufen. Besonders hoch ist sie bei Bekleidung und Elektronik, die gleichzeitig zu den ausgabenstärksten Bereichen im österreichischen Onlinehandel zählen.

Mit zunehmender Onlineaffinität verändert sich auch der Wettbewerb. Österreichische Händler konkurrieren immer weniger nur mit heimischen Anbietern, sondern zunehmend direkt mit internationalen Webshops und globalen Plattformen.

Nur gut 40 Prozent der Onlineausgaben fließen in österreichische Onlineshops

Für den heimischen Handel ist allerdings nicht nur entscheidend, wie viel online gekauft wird, sondern vor allem, wo dieses Geld landet. Gut 40 Prozent der österreichischen Onlineausgaben entfallen auf österreichische Onlineshops. Umgekehrt bedeutet das: Der größere Teil der heimischen Onlineausgaben fließt bereits an Anbieter außerhalb Österreichs.

Und selbst die 40 Prozent müssen differenziert betrachtet werden. Denn ein österreichischer Webshop beziehungsweise ein Shop mit österreichischem Marktauftritt ist nicht automatisch einem Unternehmen mit österreichischen Eigentümern zuzurechnen. Ein großer Teil dieser Shops gehört internationalen Handelskonzernen. Der Anteil der Onlineausgaben, der letztlich tatsächlich bei rein österreichischen Unternehmen verbleibt, ist daher nochmals deutlich geringer.

Marketplaces übernehmen den Onlinehandel

Gleichzeitig verändert sich auch die Struktur des Onlinegeschäfts. Der klassische Einkauf in einem einzelnen Onlineshop verliert gegenüber großen Plattformen zunehmend an Bedeutung.

Bereits mehr als 40 Prozent der österreichischen Onlineausgaben fließen über Online-Marktplätze. Damit wird ein erheblicher Teil des digitalen Handels mittlerweile über Plattformen abgewickelt, die Produkte unterschiedlichster Händler an einem Ort bündeln.

Unangefochtener Marktführer ist Amazon. Amazon und der dazugehörige Marketplace vereinen gemeinsam rund 35 Prozent des gesamten österreichischen Onlinehandels auf sich. Mehr als jeder dritte Euro, den die Österreicher online ausgeben, fließt damit über das Amazon-Ökosystem.

Temu, Shein und AliExpress kommen bereits auf 7,9 Prozent

Neben den etablierten internationalen Plattformen wächst eine weitere Gruppe besonders dynamisch: chinesische Onlineanbieter. Temu, Shein und AliExpress erreichen in Österreich gemeinsam bereits einen Marktanteil von 7,9 Prozent am gesamten Onlinehandel. Damit fließt inzwischen fast jeder zwölfte österreichische Online-Euro an diese drei Anbieter.

Mehr Onlineumsatz, aber weniger Onlineshops

Eine auf den ersten Blick widersprüchliche Entwicklung zeigt sich bei der Zahl der Anbieter: Während die Onlineausgaben steigen, geht die Zahl der aktiven Onlineshops zurück.

Betroffen sind vor allem kleinere, wenig spezialisierte Shops. Die Zeiten, in denen ein breites Sortiment und ein technisch funktionierender Webshop ausreichten, um automatisch vom Wachstum des Onlinehandels zu profitieren, sind vorbei.

Spezialisten können sich gegen die großen Plattformen behaupten

Größe allein entscheidet allerdings nicht über den Erfolg. Neben internationalen Plattformen verzeichnen insbesondere spezialisierte Anbieter Zuwächse.

Zu den Wachstumsbereichen zählen beispielsweise Gesundheit, Technik und Sportgeräte. Auch Shop Apotheke gehört zu den Aufsteigern im österreichischen Onlinehandel.

Im Onlinehandel zeichnet sich damit eine Entwicklung ab, die auch aus anderen Bereichen des Handels bekannt ist: Die Mitte gerät unter Druck. Auf der einen Seite gewinnen sehr große Plattformen und Marketplaces, auf der anderen Seite erfolgreiche Spezialisten.

Fazit: Der Onlinehandel wächst und konzentriert sich gleichzeitig

Der österreichische Onlinehandel befindet sich wieder auf der Überholspur, allerdings unter anderen Vorzeichen als noch während des Corona-Booms. Die Onlineausgaben erreichen neue Höchststände, während gleichzeitig die Zahl der Anbieter sinkt und sich immer größere Marktanteile auf internationale Plattformen konzentrieren.

Die Gewinner dieser Entwicklung sind große Marketplaces und internationale Anbieter, aber auch klar positionierte Spezialisten. Unter Druck geraten hingegen kleinere, wenig differenzierte Onlineshops.

Der Onlinehandel wächst also nicht nur weiter – er tritt gleichzeitig in eine neue Phase der Internationalisierung, Konzentration und Marktbereinigung ein.

Zur Studie

Die Studie Onlinehandel Österreich stellt die aktuelle und künftige Situation des B2C-Onlinehandels in Österreich dar. Die Datensammlung erlaubt erstmals eine nach Branchen und Unternehmen aufgegliederte Darstellung des Internethandels in Österreich. Die Zahlen umfassen alle Warenumsätze, die von Privatpersonen über das Internet in Österreich getätigt wurden.

Die Studie „**Onlinehandel Österreich – Ausgabe 2026**“ ist für € 940,- (zzgl. 20% MwSt.) bei RegioData erhältlich. Nähere Informationen unter <https://www.regiodata.eu/market-intelligence/onlinehandel/>

RegioData Research GmbH

Die RegioData Research GmbH mit Sitz in Wien und München ist Spezialist bei regionalen Wirtschaftsdaten in Europa. Seit mehr als 20 Jahren widmen wir uns der Recherche, Berechnung und Analyse von Daten und Strukturen in den europäischen Consumer- und Real-Estate Märkten. Wir liefern fundierte Entscheidungsgrundlagen für Unternehmen im Handel, Immobilienwesen und Finanzsektor. Aktuell, klar und sicher.