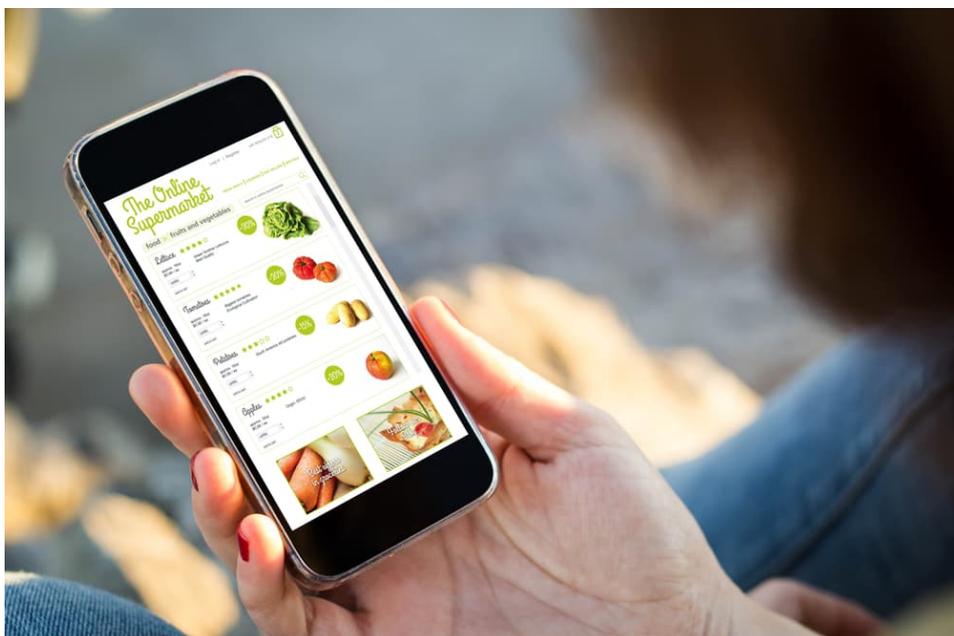


Der Boom geht weiter: Onlinehandel in Österreich während der Pandemie gewachsen

9 von 10 Webshops sind während der Pandemie gewachsen. Der Wachstumstrend bedeutet viele Neukunden und eine höhere Bestellfrequenz. 88% der Onlinehändler verzeichneten 2020 ein Umsatzwachstum



Der österreichische Onlinehandel verzeichnete ein Plus von 9,6 Milliarden Euro.

Zu diesen Ergebnissen kommt die brandneue Onlinehändlerbefragung von 365 Onlineshops der ZHAW School of Management and Law in Kooperation mit dem Management Center Innsbruck (MCI) und dem österreichischen Handelsverband.

Rainer Will, der Geschäftsführer des österreichischen Handelsverbandes, bilanziert ein Plus des Onlinehandels von 20

Prozent. Das entspricht 9,6 Milliarden Euro. Die Warengruppen Wohnen, Sport und Lebensmittel sind seit Beginn der Krise die

Abb. 15: Wie veränderte sich die Anzahl an Bestellungen bei folgenden Produktgruppen im Corona-Jahr 2020 im Vergleich zu 2019?



Vorreiter im Onlinehandel.

Dass sich dieser Trend sich weiterhin vorsetzen wird, ist sich Will sicher: Viele Konsumentinnen und Konsumenten hätten während der Lockdowns die Vorzüge des Online-Shoppings für sich entdeckt.

Rekordumsatz für 2021 erwartet

92% der Onlinehändler erwarten darüber hinaus auch für die Zeit nach der Pandemie ein nachhaltiges Wachstum: 23% ein starkes und 69% ein moderates. Die befragten Onlineshops verzeichneten 2020 in sämtlichen Produktgruppen einen Anstieg der Bestellungen gegenüber 2019. Besonders stark zugelegt haben sie bei Garten- und Do-it-yourself-Artikeln, Spielwaren, Möbeln und Sportgeräten sowie bei Lebensmitteln. Die sehr starke Nachfrage im Bereich Computer-, Multimedia- und Elektrogeräte im Frühling 2020 ist inzwischen etwas abgeflacht.

"Corona hat sich im eCommerce zu einem wahren Kundenbindungsprogramm entwickelt, durch das neun von zehn Onlineshops wachsen konnten. Bei Dreiviertel der Anbieter ist auch das Online-Marketingbudget seit der Pandemie angestiegen. Fast die Hälfte verzeichnete eine höhere Bestellfrequenz. Die 14.500 österreichischen Webshops müssen allerdings jeden zweiten Euro, der online ausgegeben wird, an ausländische Anbieter abgeben", so Will.

Onlinehandel: Neue Arbeitsplätze trotz Pandemie

Als Reaktion auf das Wachstum hat die Mehrheit der Onlinehändler zusätzliches Personal eingestellt, beispielsweise im Lager und in der Bestellverarbeitung. Viele sogenannte Omnichannel-Anbieter, die sowohl stationäre Ladengeschäfte als auch Onlineshops betreiben, haben außerdem ihre eCommerce-Abteilungen ausgebaut oder organisatorisch aufgewertet.

"Die Coronakrise hat diesbezüglich einen deutlichen

*Digitalisierungsschub bewirkt", bestätigt **Zumstein**. Viele Onlinehändler haben weiter in den Ausbau ihrer Lagerkapazitäten und in ihre IT-Systeme investiert. Inzwischen verkauft mehr als die Hälfte ihre Produkte auch auf virtuellen Marktplätzen wie Digitec Galaxus oder Amazon. Das sind deutlich mehr als noch 2019.*

Intensivierter Wettbewerb & Beschaffungskrise als Herausforderungen

Zu den aktuellen Herausforderungen der Onlinehändler gehören unter anderem Probleme bei der Beschaffung: Rund drei von vier Anbietern geben an, dass Lieferanten verzögert oder gar nicht liefern können. Daneben spüren 70% einen zunehmenden Wettbewerbs- und Preisdruck. Unter den Omnichannel-Anbietern erwartet mehr als die Hälfte, dass es in den kommenden Jahren weniger stationäre Ladengeschäfte geben wird.

*"Ein Teil der Betreiber wird wohl vermehrt auf neue Ladenformate setzen, beispielsweise Erlebnisgeschäfte oder Showrooms, in denen nur ausgewählte Produkte aus dem Onlinesortiment präsentiert und verkauft werden", meint **Zumstein**.*

Die Standardzahlungsoptionen im Onlinehandel bleiben wie in den Vorjahren Kreditkarte und Rechnung. Nochmals zugenommen hat die Verbreitung mobiler Verfahren: So bieten beispielsweise 52% der Shops die Zahlung mit TWINT an. Technisch im Hintergrund abgewickelt werden die Überweisungen am häufigsten über PayPal, Post Finance, Worldline und Datatrans.

Vierte Ausgabe der Onlinehändlerbefragung beim Handelsverband kostenfrei erhältlich

Durchgeführt hat die "Onlinehändlerbefragung 2021" das

Institut für Marketing Management der ZHAW School of Management and Law in Zusammenarbeit mit dem MCI Innsbruck und dem Handelsverband Österreich vom 8. Juni bis 4. September 2021. An der digitalen Umfrage nahmen 365 Onlineshops aus den Bereichen Business-to-Consumer (B2C) und Business-to-Business (B2B) sowie Hersteller-Onlineshops teil. Neben 284 Schweizer Anbietern waren erstmals auch 63 aus Österreich vertreten. Das ermöglicht Vergleiche zwischen den beiden Nachbarländern. Die Untersuchung ist dieses Jahr zum vierten Mal erschienen:

Den vollständigen Ergebnisbericht können Sie **HIER** kostenfrei downloaden.

Besuchen Sie uns auf: fleischundco.at