



Distanzhandel gewinnt an Bedeutung

- **Distanzhandel umfasst Versandhandel / Interneteinzelhandel / Teleshopping**
- **4,0 Mio ÖsterreicherInnen (ab 15 Jahre) haben in den letzten 12 Monaten im Distanzhandel eingekauft und dafür insgesamt €5,0 Mrd ausgegeben**
- **Bezahlt wird im Distanzhandel am häufigsten mit Banküberweisung – die Warenübernahme erfolgt bevorzugt durch Anwesenheit bei Lieferung**

„In Summe gaben die ÖsterreicherInnen in den letzten 12 Monaten € 5,0 Mrd bei österreichischen sowie ausländischen Anbietern im Distanzhandel aus, was 9 % der einzelhandelsrelevanten Konsumausgaben in Österreich entspricht. € 1,3 Mrd entfielen dabei auf Bekleidung/Textilien; mehr als € 700 Mio jeweils auf Bücher sowie Elektro- und Elektronikgeräte“, erläutert Frau Angela Schünemann, Vizepräsidentin des Handelsverbands.

Bis dato haben 73 % bzw. 5,1 Mio aller ÖsterreicherInnen (ab 15 Jahren) zumindest einmal im Versandhandel, Interneteinzelhandel und/oder via Teleshopping eingekauft. Der Distanzhandel ist somit – neben dem stationären Einzelhandel – eine fixe Größe und hat sich bei den ÖsterreicherInnen etabliert. Dies zeigt eine aktuelle Untersuchung der KMU FORSCHUNG AUSTRIA im Auftrag des österreichischen Handelsverbands unter 2.000 ÖsterreicherInnen (ab 15 Jahren).

Bezogen auf die letzten 12 Monate (Untersuchungszeitraum Mai 2009 - April 2010) haben 57 % bzw. 4,0 Mio ÖsterreicherInnen (ab 15 Jahren) eine oder mehrere der vielseitigen Bestellmöglichkeiten im Distanzhandel (Internet, telefonische, postalische Bestellung, via Fax, E-Mail, etc.) für ihren Einkauf genutzt. Die dominierende Bestellform ist bereits das Internet, wobei sich deutlich altersspezifische Unterschiede zeigen. Während jüngere KonsumentInnen (15–29 Jahre) hauptsächlich via Internet im Distanzhandel einkaufen, bestellt die Generation 60+ am liebsten via Telefon.

Obgleich der Distanzhandel vor allem durch das Internet in den letzten Jahren an Bedeutung gewonnen hat, spielt der „klassische“ Versandhandelskatalog vor allem bei weiblichen KundInnen weiterhin eine zentrale Rolle als Informationsmedium. Im stationären Ladengeschäft wird – vor dem Kauf im Distanzhandel – hingegen deutlich weniger oft nach Informationen gesucht.

Als „sehr wichtig“ erachten die KäuferInnen im Distanzhandel vor allem eine einfache, rasche und sichere Kaufabwicklung. Auf deutliche Hinweise (z.B. auf der Homepage des Verkäufers) zur Zahlungsabwicklung, Datenschutz sowie Umtausch- und Rückgaberechten wird sogar mehr Wert gelegt als auf hohe Produktverfügbarkeit sowie Preisvorteile bzw. größere Auswahl an Produkten im Vergleich zum Ladengeschäft. Ob der Anbieter aus Österreich, aus dem EU-Raum oder zusätzlich über ein Ladengeschäft verfügt, spielt aus Sicht der DistanzhandelskundInnen eine untergeordnete Rolle.



Im Durchschnitt haben die 4,0 Mio KundInnen (über 15 Jahren) im Untersuchungszeitraum Mai 2009 – April 2010 pro Kopf € 1.250,- im Distanzhandel ausgegeben, wobei die Bandbreite der jährlichen Ausgaben sehr hoch ist. Während 13 % der KäuferInnen weniger als € 100,- für ihre Einkäufe aufwendeten, haben 5 % Einzelhandelswaren in Summe von über € 5.000,- gekauft. Besonders spendabel zeigte sich die Altersgruppe 30-39 Jahre mit Durchschnittsausgaben von rund € 1.750,- p.a.

Bezahlt wird im Distanzhandel am liebsten mit Banküberweisung. 67 % der KäuferInnen bevorzugen dieses Zahlungsmittel, weitere rd. 22 % den Einkauf via Kreditkarte. Weitere Zahlungsmöglichkeiten wie PayPal, PaysafeCard, etc. haben bislang eine vergleichsweise geringe Bedeutung.

Die Belieferung der DistanzhandelskundInnen erfolgt in den meisten Fällen direkt an die Haustür, was nicht nur von älteren KonsumentInnen auch so gewünscht wird. Die beliebteste Form der Warenübernahme ist mit 76 % der Nennungen die Anwesenheit bei Lieferung.

„Die ÖsterreicherInnen stellen „ihrem“ Distanzhandel in der aktuellen Untersuchung ein sehr gutes Zeugnis aus. Die Einfachheit der Bestellung, der Zahlungsabwicklung, die angebotenen verschiedenen Zahlungsmöglichkeiten, die Lieferzuverlässigkeit und die große Produktauswahl der Anbieter haben bis dato drei Viertel bzw. 5,1 Mio ÖsterreicherInnen ab 15 Jahren überzeugt ihre Einkäufe im Distanzhandel zu tätigen“, resümiert Dr. Stefan Mumelter Geschäftsführer des Handelsverbandes. „Der Distanzhandel hat in den letzten Jahren nicht zuletzt durch das Internet an Bedeutung gewonnen und sich gerade durch die vielfältigen Bestellmöglichkeiten als generationsübergreifender Vertriebsweg etabliert. Bewerte und kontrollierte Gütersiegel, wie z.B. das E-Commerce-Gütesiegel des Handelsverbandes haben eine große Unterstützungswirkung bei der Vertrauensbildung der KundInnen.“

„Für das Gesamtjahr 2010 liegen die KonsumentInnen mit Ihren Einkaufsplänen im Distanzhandel auf dem hohen Niveau des Vorjahres“, ergänzt Mag. Peter Voithofer, Direktor der KMU FORSCHUNG AUSTRIA. „Es ist kann wieder mit Konsumausgaben in der Höhe von € 5,0 Mrd gerechnet werden.“

Für Rückfragen stehen Ihnen Herr Dr. Stefan Mumelter und Herr Mag. Peter Voithofer zur Verfügung.

Dr. Stefan Mumelter
Handelsverband
Alser Straße 45, 1080 Wien
stefan.mumelter@handelsverband.at
+43-1-406 22 36

Mag. Peter Voithofer
KMU FORSCHUNG AUSTRIA
Gußhausstr. 8, 1040 Wien
p.voithofer@kmuforschung.ac.at
+43 1 5059761