



Thema: Wortwelt

Autor: k.A.



Internet belebt den Handel

Ebay und Amazon gehören zwar auch in Österreich zu den größten Onlinehändlern. Doch auch der heimische Einzelhandel findet in einer virtuellen Filiale einen netten Zusatzverdienst.

Wien – Sah der stationäre Einzelhandel sich vor Jahren noch von der aufkeimenden Konkurrenz der Online-Shops bedroht, wird das Internet mittlerweile von vielen heimischen Händlern als zusätzliche Verkaufsschiene geschätzt. 3200 Einzelhändler und damit knapp acht Prozent der rund 41.500 Einzelhandelsunternehmen verkaufen ihre Waren – auch – über das Internet. 615 Millionen Euro Umsatz flossen über diesen Verkaufskanal in ihre Kassen, das sind 1,4 Prozent der gesamten Einzelhandelsumsätze in Österreich (43,7 Mrd. Euro).

Die Zahlen stammen aus einer von der KMU Forschung Austria erhobenen Studie im Auftrag der Wirtschaftskammer Österreich, die erstmals ein Gesamtbild des heimischen Internet-Einzelhandels widerspiegelt – Erlöse aus Verkäufen von Flügen, Hotelübernachtungen, Autos etc. über das Internet sind nicht darin enthalten. Die Studie ist online verfügbar.

Rund 500 Unternehmen agieren im Internet-Einzelhandel als reine Internet-Händler, rund 2500 werden von Unternehmen betrieben, die auch über ein reales Ladenlokal verfügen, die restlichen sind dem Versandhandel zuzurechnen. Die Kunden, die im virtuellen Geschäft einkaufen, stammen dabei zum überwiegenden Teil aus Österreich. Mit ihnen werden rund 91 Prozent des Jahresumsatzvolumens erzielt, der Rest kommt aus dem „Exporthandel“, überwiegend in EU-Länder.

Noch mehr als bei heimischen Internethändlern kaufen Herr und Frau Österreicher aller-

dings Waren im Ausland ein, nämlich im Wert von rund 770 Mio. Euro. Für Studienautor Ernst Gittenberger weniger ein Ausdruck dessen, dass die Kunden mit dem heimischen Angebot im Web nicht zufrieden seien, sondern vielmehr der (fast) grenzenlosen Einkaufsmöglichkeiten in 192 Ländern weltweit.

Gute Newsletter

Online-Kunden sind zwar sehr aktiv, was die Suche nach Produkten und Preisvergleichen im Internet anbelangt. Wichtig sind aber auch kundenbindende Maßnahmen wie etwa elektronische Newsletter. Vorausgesetzt, diese sind so gut gemacht, dass sie der Empfänger nicht gleich löscht. Zu den Musterbeispielen gehören Bene, Hornbach und Stiegl, wofür sie von der WKO Sparte Handel mit dem „wortwelt2007“-Preis ausgezeichnet wurden. (kat)

DER STANDARD **Webtipp:** www.derhandel.at