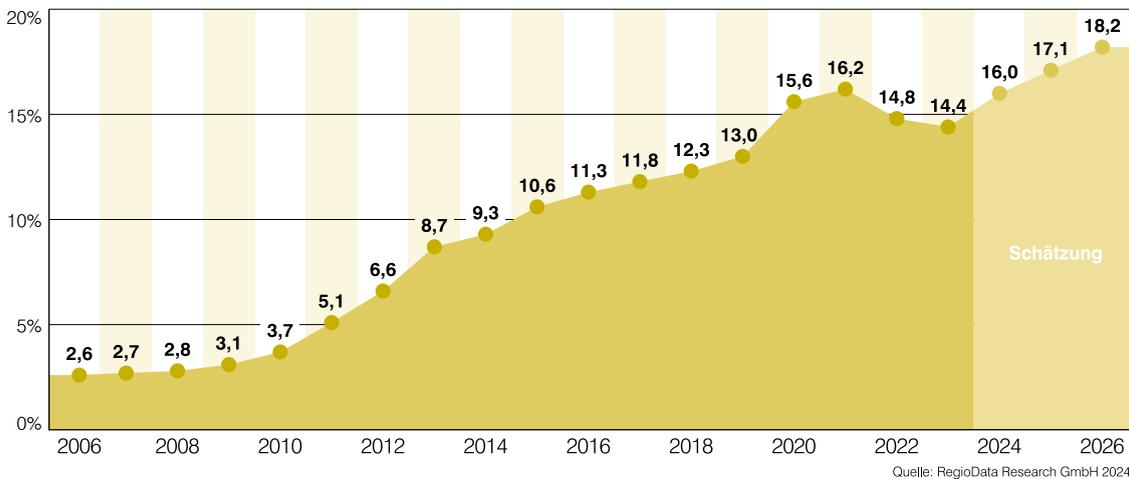


Online-Anteil im Handel wieder am Steigen

2025 wird neuer Höchstwert erwartet

Einzelhandelsrelevante Online-Konsumausgaben in Österreich in Prozent



Auf dem Vormarsch in neue Sphären

Nach dem Einbruch 2022/23 zeigt die Wachstumskurve im Onlinehandel schon heuer wieder deutlich nach oben.

WIEN. Die jüngst erschienene 2024er-Ausgabe der Studie „Onlinehandel Österreich“ von RegioData Research sieht die Zahlen im Onlinehandel nach dem teuerungsbedingten Absturz wieder deutlich am Wachsen. Nach einem markanten Anstieg in den Corona-Jahren 2020 und 2021 fiel der Onlineanteil an den einzelhandelsrelevanten Konsumausgaben im Jahr darauf von 16,2 auf 14,8%; 2023 ging es dann noch einmal leicht auf 14,4% nach unten.

Doch so wie die Corona-Jahre eine Sondersituation dargestellt haben – der Turbo-Boost hat sich entgegen vieler Prognosen nicht als nachhaltig erwiesen, wie viele Lebensmittellieferdienste feststellen mussten – so kehrt auch die Teuerung die Aufwärtstendenz nicht um.

Bereits in diesem Jahr dürfte der Onlinehandel in etwa das Niveau des bisherigen Rekordjahres 2021 erreichen oder die-

ses nur knapp unterbieten; für die kommenden beiden Jahre prognostiziert RegioData dann Wachstumsraten von rund einem Prozent – und somit eine langsame Annäherung an die 20%-Marke, welche bis 2030 erreicht werden könnte. Zum Vergleich: In Großbritannien lag er im Vorjahr bereits bei 27%, in China bereits bei 48%. Südosteuropa verzeichnet dagegen teils einstellige Werte, womit sich Österreich im oberen Mittelfeld (u.a. vor Frankreich, Tschechien und Niederlande) einreicht.

Der „Temu-Faktor“

Mitverantwortlich für die deutlich positive Prognose ist die Popularität der beiden chinesischen Online-Plattformen Temu und Shein. Beide wurden in den vergangenen Monaten von der EU gemäß des Digital Services Act als „sehr große Online-Plattformen“ (VLOP) eingestuft, womit das Unternehmen strengere

Maßnahmen im Kampf gegen illegale Produkte und Inhalte ergreifen muss.

Inwiefern der Zwang zu mehr Transparenz und Rechenschaftspflicht sowie potenzielle weitere Maßnahmen wie eine vorgezogene Abschaffung der Zollfreigrenzen – der auch kleinere fernöstliche Anbieter treffen würde – sich auf die Entwicklung der Umsätze des Onlinehandels auswirken können, ist freilich schwer absehbar; tendenziell dürfte aber davon auszugehen sein, dass der europäische Onlinehandel eher profitiert als der heimische Stationärhandel.

In Stein gemeißelt ist jedenfalls nichts: „Schon im heurigen Jahr wird der Onlinehandel wieder den stetigen Siegeszug fortsetzen“ hieß es etwa in der RegioData-Vergleichsstudie des Vorjahres, am Ende stand ein neuerlicher Rückgang um 0,4% zu Buche. (red)

LEBENSMITTELSPENDEN

Steuerbefreiung ein „Meilenstein“

WIEN. Mit dem Ministerratsbeschluss zur Novelle des Abgabenänderungsgesetzes vergangene Woche rückt die Umsatzsteuerbefreiung für Lebensmittelspenden nahe – ein „wichtiger Meilenstein“, ist Handelsverband-Geschäftsführer Rainer Will überzeugt: „Damit fällt eine bürokratische Hürde weg und die Unterstützung von Armutsbetroffenen durch die Zivilgesellschaft wird in der Praxis maßgeblich erleichtert.“ Im letzten Jahrzehnt habe sich das Spendenaufkommen bei Lebensmitteln nämlich zwar verdreifacht, allerdings sei „auch der Bedarf durch die Teuerungskrise deutlich angestiegen.“

Weitergabe erleichtert

„Durch die Steuerbefreiung bei Lebensmittelspenden ab 2025 wird auch die Weitergabe von Vorstufen des Lebensmittelhandels, etwa der landwirtschaftlichen Erzeugung und Produktion, aber auch der Gastronomie, wo noch viel zu holen ist, deutlich erleichtert“, so Will weiter.

LEH und Lebensmittelgroßhandel sind zusammen für knapp neun Prozent der Lebensmittelverschwendung verantwortlich; gleichzeitig spendet die Branche jährlich 20.000 t Lebensmittel an soziale Organisationen. (red)



© Wiener Tafel/Thomas Topf