

WKÖ-Trefelik: Online-Shopping muss einfach und schnell gehen

Utl.: Trotz Aufholbedarf gutes Zeugnis für österreichischen
Onlinehandel =

Wien (OTS) - Die Hälfte jener Österreicher, die online einkaufen, hat dies während der Pandemie öfter getan als davor; wobei Männer (65 Prozent shoppen zumindest einmal monatlich) tendenziell mehr online-shoppten als Frauen (54 Prozent). Das geht aus einer Gallup-Umfrage im Auftrag der Handelssparte der Wirtschaftskammer Österreich (WKÖ) hervor.

Während der Pandemie hat sich dabei die Palette an genutzten Online-Anbietern deutlich erweitert. Neben den großen heimischen Handelsmarken haben sich auch einige spezialisierte Anbieter etabliert, aber an Amazon reicht niemand auch nur annähernd heran: 69 Prozent der Befragten sprechen dieser Plattform eine große bzw. sehr große Bedeutung bei ihrer Bestellung zu. Und das „weil es so einfach geht, ist meist die Antwort“, so Rainer Trefelik, Obmann der Bundessparte Handel in der WKÖ. Die Studie zeige aber auch, so Trefelik, „dass sich die heimischen Konsumenten sehr wohl Gedanken machen, wo sie online einkaufen. Und hier liegt eine enorme Chance für die heimischen Betriebe.“

Logistik, Abwicklung, Produktauswahl, Preis

In den von Gallup zu diesem Thema durchgeführten Tiefeninterviews erklärten die Konsumenten eindeutig, was sie sich vom Online-Service des Handels erwarten: Neben Geschwindigkeit und extrem günstigem Preis sind den Kunden eine benutzerfreundliche Suchmöglichkeit sehr wichtig.

In Zahlen gegossen bedeutet dies, dass 51 Prozent der Österreicher bei den heimischen Onlineanbietern bei der Preisgestaltung einen Aufholbedarf sehen. 47 Prozent bemängeln, dass die Lieferung der bestellten Ware nicht kostenlos sei. Verbessern sollten sich auch (für jeweils rund 30 Prozent der Befragten), die Usability der Website, die Warenpräsentation im Onlineshop sowie das Angebot an regionalen/heimischen Produkten.

Gutes Zeugnis für Click & Collect

Wo den heimischen Händlern jetzt schon ein gutes Zeugnis ausgestellt wird, ist das „Click & Collect“-Service. Für neun von zehn Konsumenten, welche dieses Service bereits in Anspruch genommen haben, war die Erfahrung positiv. Ein Viertel hat bei diesem Service auch Erfahrung mit „Cross Buying“ gemacht, also dem Kauf weiterer Produkte, an die der Käufer ursprünglich nicht gedacht hat. Bezahlt wird dabei von 47 Prozent der Käufer online, von 38 Prozent überwiegend bzw. ausschließlich im Geschäft.

„Dass der Trend zum Onlinehandel durch Corona verstärkt worden ist, wundert niemanden. Jetzt geht es darum, diese Entwicklung mit viel Energie zu nutzen, um die heimischen Konsumenten von der Qualität des Handels zu überzeugen“, so der Spartenobmann. „Onlineshopping muss einfach und schnell gehen. Da müssen wir rasch unsere Hausaufgaben machen, um ein vergleichbares Einkaufserlebnis zu bieten wie große internationale Plattformen.“ Die bisherigen Erfahrungen der Onlinekäufer mit heimischen Online-Anbietern stimmt den Spartenobmann zuversichtlich. 21 Prozent der Befragten stellen den Anbietern ein sehr gutes Zeugnis aus, für 35 Prozent war alles in Ordnung. Allerdings muss man auch anmerken, dass jeder siebte Onlinekäufer noch keine Erfahrung mit österreichischen Onlineshops gemacht hat.

Trefelik: „Es gilt die österreichischen Unternehmen bei ihren Digitalisierungsstrategien zu unterstützen: Coachingprogramme sind genauso wichtig wie Förderungen und Investitionsanreize.“ (PWK 497/NIS)

~

Rückfragehinweis:

DMC - Data & Media Center
Pressestelle
Wirtschaftskammer Österreich
T 0590 900 - 4462
E DMC_PR@wko.at

~

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/240/aom>

*** OTS-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLIESSLICHER
INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSSENDERS - WWW.OTS.AT ***

OTS0005 2021-10-19/06:00

190600 Okt 21

Link zur Aussendung:

https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20211019_OTS0005