

Online-Shopping in Österreich: Rasant steigende Fake-Shops alarmieren!

Rainer Trefelik warnt vor der Zunahme von Fake-Shops im Online-Handel und fordert Maßnahmen zur Marktsicherheit in Österreich.



Linz, Österreich - Die neuesten Ergebnisse einer Online-Shopping-Studie, die vom Institut für Handel, Absatz und Marketing (IHaM) an der Johannes Kepler Universität Linz im Auftrag der Bundessparte Handel der Wirtschaftskammer Österreich (WKÖ) erstellt wurde, zeigen eine besorgniserregende Entwicklung im österreichischen Online-Handel. Rainer Trefelik, Obmann der Bundessparte Handel in der WKÖ, bespricht in diesem Kontext die rückläufige Anzahl der Online-Shopper:innen in Österreich.

Der Anteil der Online-Shopper:innen im Alter von 16 bis 74 Jahren ist 2024 auf 71 % gesunken, was einen leichten Rückgang im Vergleich zu 2023 darstellt, als der Wert bei 72 %

lag. Im europäischen Vergleich liegt Österreich somit unter dem EU-Schnitt von 72 % und auch hinter Deutschland, wo 78 % der Bevölkerung online einkaufen. Besonders herausstechend ist das Nord-Süd-Gefälle: In Irland liegt die Quote bei 95 % und in den Niederlanden bei 94 %, während Italien mit 54 % und Bulgarien mit 50 % weit hinterherhinken.

Beliebte Warengruppen und Retourenquote

Die Studie zeigt auch, dass 48 % der österreichischen Online-Shopper:innen Bekleidung und Schuhe bestellen, während Möbel und Gartenartikel ebenfalls sehr gefragt sind. Lebensmittel hingegen sind nur für 11 % dieser Konsument:innen ein Thema. Bei den bevorzugten Lieferoptionen zeigt sich, dass 83 % der Shopper:innen die Lieferung nach Hause wünschen. Innovative Serviceangebote wie „Same-Day-Delivery“ haben hingegen nur eine geringe Zielgruppe, da nur 3 % oft und 8 % hin und wieder daran interessiert sind.

Ein kritischer Punkt, der Trefelik und die Branche insgesamt beschäftigt, ist die Retourenquote, die in Österreich mit 56 % bei über der Hälfte der Online-Shopper:innen liegt. Zum Vergleich: In Deutschland betrug 2020 der Anteil der Rücksendungen 56 %, was den höchsten Wert in Europa darstellt. Diese hohen Retourenquoten sind nicht nur ein ökonomisches Problem, sondern haben auch negative ökologische Folgen, weshalb Trefelik auf Maßnahmen zur Verbesserung der Produktinformationen und einheitlicher Größenangaben drängt. Die besten Lösungen könnten gesetzlich vorgeschriebene Gebühren für Rücksendungen sein, um das Rücksendeverhalten zu steuern.

Der Aufstieg asiatischer Plattformen und Betrug im Internet

Eine alarmierende Entwicklung ist der Anstieg asiatischer Online-Händler:innen, die 65 % der Online-Ausgaben in Österreich

ausmachen. Insbesondere junge Konsument:innen kaufen fast gleich häufig bei diesen Plattformen wie bei Amazon. In den letzten 12 Monaten haben 41 % der Österreicher:innen einen solchen Einkauf getätigt. Zudem werden innovative Verkaufsformate wie Social-Commerce und Livestream-Shopping in Österreich noch wenig genutzt – nur 5 % der Konsument:innen haben hier bereits Erfahrungen gesammelt.

Ein weiteres ernstzunehmendes Problem sind die stark steigende Zahl an Fake-Shops. Im Zeitraum vom 1. Januar bis 30. April 2025 wurden in Österreich 36.725 Werbeanzeigen mit Betrugsabsicht geschaltet, die zu 71 Fake-Shops führten. Diese Anzeigen erreichten fast 30 Millionen Personen in Österreich und insgesamt 85,9 Millionen in der EU. Trefelik fordert daher ein härteres Vorgehen gegen solcherlei Betrugsversuche, insbesondere auf Plattformen wie Facebook und Instagram.

Die digitalen Konsumgewohnheiten zeigen ebenfalls einen klaren Trend: Während sich in der EU der Online-Handel nach der Corona-Pandemie weiterhin positiv entwickelt – 77 % der 16- bis 74-jährigen Internetnutzer in der EU gaben 2024 an, online eingekauft zu haben – muss Österreich dringend gegen die stagnierenden Werte ankämpfen, um nicht weiter ins Hintertreffen zu geraten. Die Entwicklung in den Online-Ausgaben, die auf 10 % der gesamten Einzelhandelsausgaben gestiegen sind, ist zumindest eine positive Nachricht, da sie somit über dem Niveau vor der Krise liegt, als dieser Anteil bei 9,9 % lag.

Insgesamt lässt sich feststellen, dass der österreichische Online-Handel vor großen Herausforderungen steht. Neben der Notwendigkeit, innovative Ansätze zu fördern, ist auch verstärktes Augenmerk auf Sicherheit und Standards erforderlich, um das Vertrauen der Konsument:innen zurückzugewinnen und die Wettbewerbsfähigkeit zu sichern.

Details	
Vorfall	Betrug
Ursache	betrügerische Ghost Stores, Werbeanzeigen mit Betrugsabsicht
Ort	Linz, Österreich
Quellen	• www.ots.at • de.statista.com • www.destatis.de

Besuchen Sie uns auf: die-nachrichten.at