

"wienerzeitung.at" gefunden am 20.11.2020 06:49 Uhr

## "Im Online-Handel ist Amazon die Benchmark"

**Der Handel musste in der Corona-Krise neue Absatzkanäle erschließen. Online dominiert noch die Auslandskonkurrenz.**



WU-Handelsexperte Anton Salesny. - © Roman Reiter / WU.



Österreich ist gerade einmal ein paar Tage im zweiten Lockdown, da werden schon Pläne für die Zeit danach geschmiedet. Vor allem der stationäre Einzelhandel fiebert der Wiedereröffnung am 7. Dezember entgegen. Die Geschäfte haben sich mit Ware für das Weihnachtsgeschäft eingedeckt, auf der sie nicht sitzenbleiben wollen. Nichtsdestotrotz wird trotz aller Appelle, in der Zwischenzeit online primär bei österreichischen Händlern einzukaufen, die Konkurrenz aus dem Ausland – Stichwort Amazon & Co – wieder gute Geschäfte machen.

Für Wirtschaftskammer-Präsident Harald Mahrer wären längere Öffnungszeiten und das Aufsperrn für den Einzelhandel auch am Sonntag für den Verkauf förderlich. Für seinen Vorstoß erntete er scharfe Kritik von den Arbeitnehmervertretern. Aber auch der Handelsverband zeigte

sich skeptisch, sind die Personalkosten im Handel doch unter der Woche am Abend, am Samstag ab 13 Uhr und am Sonntag generell aufgrund von Zuschlägen um ein Vielfaches höher als normal.

Unterdessen ärgert sich Friedrich Hinterschweiger, Obmann des Fachverbandes der Buch- und Medienwirtschaft in der Wirtschaftskammer, über eine Einschränkung, die der Branche in der derzeitigen schwierigen Situation gar keine Freude macht. Schlimm genug, dass die Buchhandlungen in der umsatzstärksten Zeit des Jahres keine Kunden in ihre Geschäftsräumlichkeiten lassen dürfen. Das kontaktlose Abholen von vorher bestellten Büchern ist ebenfalls nicht erlaubt.

"Das Schnitzel darf ich beim Wirten abholen, das Buch aus der Buchhandlung nicht. Das ist ein riesiger Wettbewerbsnachteil", so Hinterschweiger im Gespräch mit der "Wiener Zeitung". Zumal sich das Versandgeschäft, das jetzt vielfach als Alternative zum Verkauf im Geschäft gepriesen wird, für kleinere Buchhändler aus betriebswirtschaftlicher Sicht nicht wirklich rechnet. Dabei ist der stationäre Buchhandel online gut aufgestellt. "Amazon hat bei seinem Markteintritt als erstes im Buchhandel gegrast", sagt Hinterschweiger. Die Branche habe darauf reagiert und liefert schon seit Jahren – "lange vor Corona" – Lesestoff "bis in die hintersten Dörfer".

Homepage und E-Mail-Adresse reichen nicht

Die Corona-Pandemie hat dem heimischen Handel einmal mehr gezeigt, wie wichtig es ist, der Kundschaft Waren und Dienstleistungen auch im Internet präsentieren und verkaufen zu können. Im ersten Lockdown im Frühjahr mussten Unternehmen teilweise völlig unvorbereitet neue Absatzkanäle – auch online – erschließen, da sie die Geschäfte nicht aufsperrten durften.

"Viele kleinere Händler hatten zwar eine Homepage und eine E-Mail-Adresse, aber das war's dann oftmals auch. Jetzt verfügen immer mehr über einen eigenen Webshop, oder sie bieten ihre Produkte über Plattformen an. Manche nutzen beide Möglichkeiten", sagt **Anton Salesny vom Institut für Handel und Marketing an der WU Wien.**

"Präsenz im Internet geht aber nicht automatisch mit Verkauf einher", sagt er. Der Preiswettbewerb ist hart, das Angebot für den Konsumenten schier unendlich. Salesny betont: "Wir dürfen nicht vergessen: Benchmark ist Amazon." Und zwar in fast jeglicher Hinsicht. Bei den Preisen ist der Online-Versandriese zwar nicht immer am günstigsten, die große Produktauswahl, Gratis-Versand und unkomplizierte Retourenabwicklung machen Amazon unschlagbar. Das zeigt auch die jüngste Studie von EHI und Statista über E-Commerce in Österreich, derzufolge Amazon auch 2019 an der Spitze landete. Zuletzt betrug der Umsatz hierzulande 834 Millionen Euro, gefolgt von Zalando (347 Millionen Euro) und Universal (112 Millionen Euro).

"Ein Großteil der österreichischen Internetausgaben fließt nach wie vor in den internationalen Online-Handel. Auch Versuche, diese Abflüsse durch Einrichtung österreichischer und regionaler Plattformen wesentlich zu reduzieren, zeigten in den letzten Jahren noch nicht den gewünschten Erfolg", sagt Handelsexperte Salesny.