



2.22

# KURZBERICHT

## DER SÜDTIROLER EINZELHANDEL UND DIE COVID-19-PANDEMIE

DIE SICHT DER KONSUMENT/INNEN

### ABSTRACT

Der Trend zum Online-Handel ist ungebrochen und wurde durch die Covid-19-Pandemie weiter verstärkt, auch in Südtirol. Im Jahr 2021 hat bereits mehr als die Hälfte der erwachsenen Südtiroler Konsumenten mehr oder weniger häufig online eingekauft, meist auf internationalen Online-Verkaufsplattformen wie Amazon oder Online-Shops von Händlern außerhalb von Südtirol. Zwar sind den Südtiroler Konsumenten die negativen wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Auswirkungen dieses Handelns durchaus bewusst. Auf der anderen Seite wollen sie aber nicht auf die – aus ihrer Sicht – klaren Vorteile beim Preis, der Erreichbarkeit oder der Produktauswahl verzichten. Aus diesem Grund muss der Südtiroler Einzelhandel stärker als bisher die Digitalisierung als Chance begreifen und mit den Vorteilen des stationären Handels wie persönliche Beratung oder maßgeschneiderte Dienstleistungen verbinden.

#### Herausgeber

© 2022 Handels-, Industrie-, Handwerks- und  
Landwirtschaftskammer Bozen

**Autoren:** Cristina Stuffer, Urban Perkmann

**Mitarbeit:** Klaus Oberrauch, Ulrich Becker, Margherita Franch

#### Zitierhinweis

WIFO (2022): Der Südtiroler Einzelhandel und die Covid-19-Pandemie.  
Die Sicht der Konsument/innen. WIFO Kurzbericht 2.22

Veröffentlicht im März 2022

Nachdruck und sonstige Verbreitung – auch auszugsweise – nur unter  
Angabe der Quelle (Herausgeber und Titel) gestattet.

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit verzichten wir auf die durchgängige  
Verwendung männlicher und weiblicher Sprachformen. Sämtliche  
Personenbezeichnungen gelten gleichwohl für beiderlei Geschlecht.

#### Für Informationen

WIFO – Institut für Wirtschaftsforschung der Handelskammer Bozen  
Südtiroler Straße 60, 39100 Bozen  
T +39 0471 945 708 – wifo@handelskammer.bz.it

Weitere Publikationen im Internet unter [www.wifo.bz.it](http://www.wifo.bz.it)

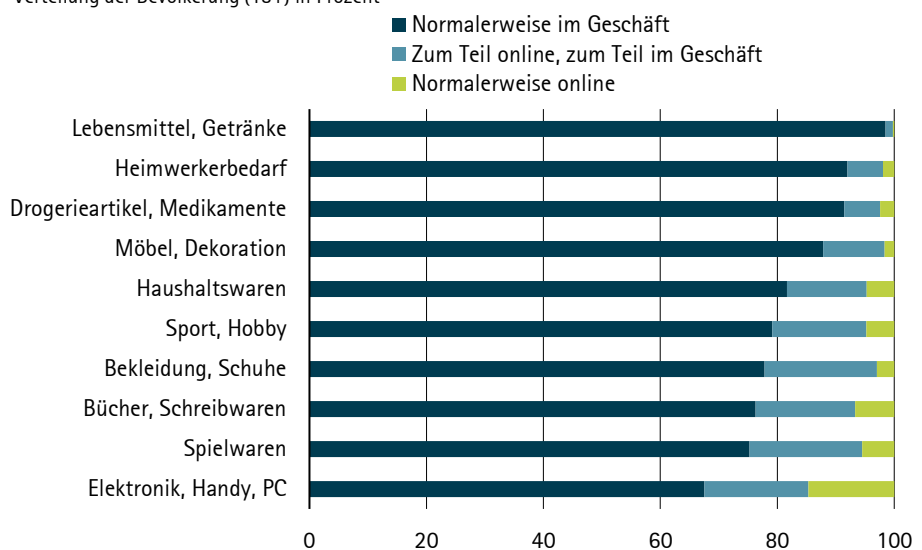
## ERGEBNISSE

Viele Studien zeigen, dass Jahr für Jahr immer mehr Konsumenten im Internet einkaufen. Vor diesem Hintergrund hat sich das WIFO – Institut für Wirtschaftsforschung der Handelskammer Bozen – folgende Fragen gestellt: Wo kaufen die Südtiroler Konsumenten derzeit ein? Wie stark hat sich ihr Kaufverhalten im Zuge der Pandemie verändert? Welche Verbesserungen erwarten sich die Konsumenten vom Südtiroler Einzelhandel? Um diese Fragen zu beantworten, wurden 700 volljährige Südtiroler im Herbst 2021 im Rahmen der WIFO-Konsumklima-Erhebung telefonisch befragt.

Nach wie vor ist das lokale Einzelhandelsgeschäft der übliche Einkaufsort für die Mehrheit der Südtiroler Konsumenten, allerdings mit deutlichen Unterschieden nach Produktbereichen. Während fast alle Südtiroler ihre benötigten Lebensmittel ausschließlich im Geschäft erwerben, kauft bereits jeder Dritte Produkte der Unterhaltungselektronik, Handys und Computer üblicherweise oder zum Teil online ein. Die beliebtesten Online-Verkaufsplattformen sind dabei die großen internationalen Anbieter wie Amazon oder Zalando sowie Online-Shops von Händlern außerhalb von Südtirol, während Online-Shops von Südtiroler Händlern nur selten genutzt werden.

### „Wo kaufen Sie derzeit folgende Produkte ein?“

Verteilung der Bevölkerung (18+) in Prozent



Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

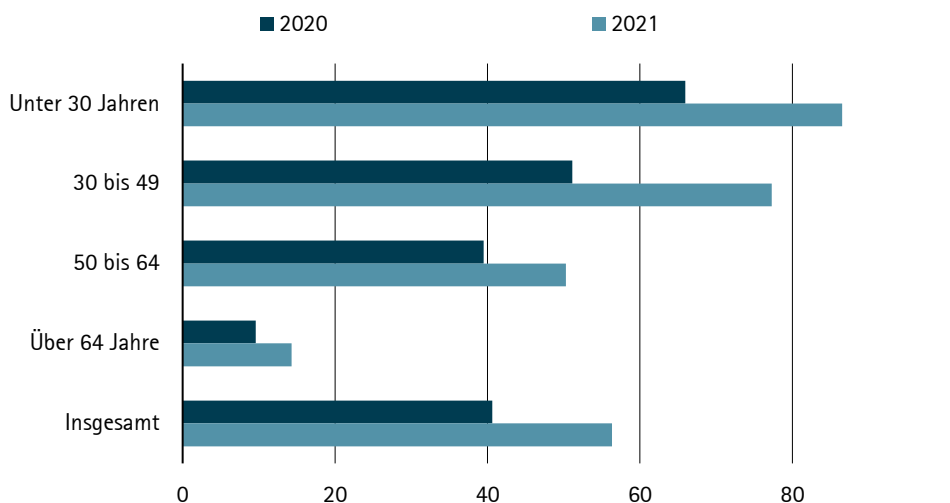
© 2022 WIFO

Wie stark sich das Einkaufsverhalten in den letzten Jahren, besonders durch die Covid-19-Pandemie, geändert hat, zeigt die aktuelle Erhebung des WIFO. Im Jahr 2021 hat bereits mehr als die Hälfte (56 %) der Südtiroler Konsumenten - mehr oder weniger häufig - online eingekauft. Damit erreicht der langfristige Trend zum Online-Kauf einen vorläufigen Höhepunkt. Waren es im Jahr 2005 noch bescheidene 13 % aller Konsumenten, wuchs der Anteil in den nächsten zehn Jahren bereits auf 27 %.<sup>1</sup> Die Erhebung des WIFO zeigt, dass die Covid-19-Pandemie einen weiteren starken Schub zwischen 2020 und 2021 um nicht weniger als 15 Prozentpunkte mit sich brachte. Den größten Zuwachs an Internetkäufern in diesem Zeitraum verzeichneten die 30- bis 49-Jährigen mit plus 26 Prozentpunkten von 51 % auf 77 %, allerdings benutzen auch immer mehr ältere Konsumenten das Internet als Einkaufsort. Männer (62 %) sind häufigere Internetkäufer als Frauen (51 %), bei beiden war der Anstieg zwischen 2020 und 2021 aber gleich hoch.

<sup>1</sup> Siehe dazu: Astat (2014). Die Kaufgewohnheiten der Südtiroler Haushalte – 2013. Verfügbar unter: [https://astat.provinz.bz.it/de/aktuelles-publikationen-info.asp?news\\_action=4&news\\_article\\_id=455003](https://astat.provinz.bz.it/de/aktuelles-publikationen-info.asp?news_action=4&news_article_id=455003) (01.03.2022)

## Internetkäufer nach Altersklassen – 2020 und 2021

Anteil der Bevölkerung (18+) in Prozent



Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

© 2022 WIFO

Die Südtiroler bewerten ihr Konsumverhalten durchaus selbstkritisch, auch weil ihnen regionale und nachhaltig erzeugte Produkte sehr wichtig sind. Entsprechend sind sich drei Viertel der befragten Konsumenten der Auswirkungen des Einkaufens außerhalb Südtirols auf die lokale Wirtschaft und Gesellschaft bewusst und schätzen diese mehrheitlich als negativ ein. Als besonders bedenklich empfindet die heimische Bevölkerung die verminderten Einnahmen für die lokale Wirtschaft, die unfaire Konkurrenz der ausländischen Anbieter und die Umweltverschmutzung durch den Online-Handel. Einige Konsumenten heben allerdings auch mögliche positive Wirkungen hervor. So könnte laut ihrer Meinung die Konkurrenz im Online-Handel die heimischen Einzelhändler antreiben, ihr Angebot zu verbessern.

Wie das Angebot verbessert werden könnte, zeigen die Vorschläge der befragten Konsumenten. Da der Preis zu den besonders einkaufsrelevanten Faktoren zählt, wünschen sich folgerichtig drei Viertel der Südtiroler Konsumenten günstigere Preise. Rund die Hälfte fordert mehr/günstigere Parkmöglichkeiten bzw. eine bessere Erreichbarkeit der Geschäfte sowie eine größere Auswahl beim Produktsortiment. Besonders die jüngeren Konsumenten wünschen sich häufig auch ein größeres Angebot an Online-Shops von Seiten der heimischen Händler.

## ZUSAMMENFASSUNG UND SCHLUSSFOLGERUNGEN

Auch wenn die Ausgaben der Touristen für den Südtiroler Einzelhandel eine große Rolle spielen, ist die Meinung der Südtiroler Konsumenten natürlich wesentlich für die zukünftige Gestaltung und Verbesserung des Angebotes. Zusammenfassend schätzen zwar drei Viertel der volljährigen Südtiroler Konsumenten die Auswirkungen des Einkaufens außerhalb von Südtirol als negativ und durchaus auch als bedenklich ein. Trotz dieser Bedenken kauft aber bereits mehr als die Hälfte der Konsumenten (mehr oder weniger häufig je nach Produktgruppe) online ein, dabei allerdings nur selten in einem Südtiroler Onlineshop. Damit setzt sich der Trend zum Online-Einkauf weiter fort und durch die Covid-19-Pandemie hat er nochmals einen deutlichen und wahrscheinlich auch nachhaltigen Schub erhalten. Diese Entwicklung wird für die Südtiroler Einzelhändler immer mehr zu einer Herausforderung, welcher sie sich stellen müssen, um auch in Zukunft

attraktiv zu bleiben. Zwar sollte man dabei den Wünschen der Südtiroler Konsumenten so weit wie möglich entgegenkommen. Allerdings gilt es auch zu bedenken, dass in der öffentlichen Wahrnehmung beispielsweise häufig von einem zu hohen Preisniveau im Einzelhandel ausgegangen wird, was durch offizielle Preisvergleiche mit den Nachbarregionen nicht bestätigt wird.<sup>2</sup>

Um auf die neuen Herausforderungen zu reagieren, könnten folgende konkrete Maßnahmen und Handlungsempfehlungen angedacht werden:

- > **Stärken des stationären Handels betonen:** Ein Preiswettbewerb kann nicht die langfristige Option für den Südtiroler Einzelhandel sein. Umso wichtiger ist es, dass die Händler ihre Stärken im Vergleich zum Online-Handel bzw. zum Kauf außerhalb von Südtirol betonen. Dazu gehören sicherlich die persönliche Kundenbeziehung und -beratung, der schnelle Transport, der Wartungsservice und weitere Dienstleistungen. Außerdem bietet das stationäre Geschäft ein besonderes Einkaufserlebnis und die Möglichkeit, weitere Erfahrungsmomente zu schaffen, z.B. indem die Einzelhändler die Geschichte ihres Betriebes erzählen.
- > **Einzelhändler digital fitter machen:** Allerdings muss sich der Südtiroler Einzelhandel bewusst sein, dass sich immer mehr Konsumenten aller Altersgruppen digitale Angebote wünschen. Ein eigener Online-Shop könnte, wo sinnvoll und möglich, eine interessante Erweiterung des Angebotes sein. Darüber hinaus gibt es viele weitere digitale Instrumente im Handel, von der Bestellung bis zur Lieferung und der Bezahlung, die es zu nutzen gilt. Um den Kundenwünschen entgegenzukommen, könnten die Einzelhändler z.B. Bestellungen mittels QR-Codes und Online-Reservierungen anbieten oder noch stärker digitale Zahlungsmöglichkeiten nutzen.
- > **Vorteile beider Welten kombinieren:** Die Kombination zwischen stationärem Handel und digitalen Angeboten könnte für den Südtiroler Einzelhandel eine Chance darstellen. Die Konsumenten möchten die Vorteile beider Welten (stationär und online) genießen. So könnten eine maßgeschneiderte Beratung und der persönliche Kundenkontakt mit Online-Angeboten verknüpft werden. Beispielsweise, indem die Kunden Waren online reservieren und im Laden abholen oder sich im Laden informieren und dort online bestellen.
- > **Entwicklung von Dörfern und Städten:** Trotz Digitalisierung leben Orte von ihrer Attraktivität, Lebendigkeit und den Menschen, die sich darin aufhalten. Südtirols Dörfer und Städte sorgen somit auch dafür, dass sich in Zukunft nicht nur junge Familien, sondern auch Unternehmen dort niederlassen und sowohl Arbeitsplätze als auch Wertschöpfung schaffen. Politische und touristische Entscheidungsträger sind demnach noch stärker über diese wichtige Funktion aufzuklären und zu sensibilisieren.
- > **Erreichbarkeit verbessern:** Die Erreichbarkeit ist ein ausgesprochen häufig genannter Verbesserungswunsch der einheimischen Konsumenten. Hier zeigen sich nämlich einige Vorteile des Online-Einkaufs. Zum einen fallen sowohl die Autofahrt als auch die mitunter mühsame Parkplatzsuche und die Parkgebühren weg. Außerdem ist der Online-Zugang nicht an Öffnungszeiten gebunden. Deshalb gilt es, die Schwelle für die Erreichbarkeit der stationären Geschäfte noch weiter zu verringern, z.B. durch eine bessere Anbindung mit öffentlichen Verkehrsmitteln, mehr Parkmöglichkeiten vor Ort oder einem Erlass der Parkgebühren. Auf der anderen Seite hat der Online-Handel fast unbegrenzte Möglichkeiten bei der Warenlieferung. Hier bedarf es klarer Richtlinien, wie etwa eine allgemeine Zusatzsteuer bei Zustellung oder Retourlieferung, die Nutzung umweltfreundlicher Transportsysteme und zeitliche Beschränkungen für die Online-Zustellungen in Städten und Orten.

---

<sup>2</sup> Siehe dazu: Astat (2018). Beobachtungsstelle für Preise – 2018. Verfügbar unter: [https://astat.provinz.bz.it/de/beobachtungsstelle-preise-tarife/publikationen-beobachtungsstelle-preise-tarife.asp?publ\\_article\\_id=373519](https://astat.provinz.bz.it/de/beobachtungsstelle-preise-tarife/publikationen-beobachtungsstelle-preise-tarife.asp?publ_article_id=373519) (28.02.2022)

- > **Bewusstsein für Auswirkungen des Einkaufsverhaltens erhöhen:** Es stimmt, dass den Südtiroler Konsumenten die mittel- und langfristigen Folgen des verstärkten Einkaufs außerhalb Südtirols bewusst sind, auch wenn es sich nicht immer im tatsächlichen Verhalten niederschlägt. Trotzdem lohnt es sich, die Konsumenten noch stärker über die Folgen des Einkaufens außerhalb Südtirols aufzuklären. Für die Städte und Dörfer gäbe es nämlich ernste Konsequenzen, wenn die Nahversorgung nicht mehr gesichert wäre.
- > **Fairen Wettbewerb sicherstellen:** Zum Schluss gilt es auch sicherzustellen, dass die großen internationalen Online-Anbieter den gleichen Wettbewerbsbedingungen gehorchen wie die lokalen Einzelhändler. Die ungerechte steuerliche Behandlung sowie die schwierigen Marktbedingungen für die kleinen Zulieferdienste lassen dies bezweifeln. Hier helfen nur nationale und internationale Regelungen, die einen fairen Wettbewerb garantieren.