



LUNA STUDIOS RESEARCH · AUSGABE 03

Das sprechende Internet 2026.

Wie viel vom Mittelstand in Österreich kann heute antworten — und was das über die nächsten zehn Jahre verrät.

Erhebung August 2026

50.884 Betriebe

44.151 live gemessen

Österreich

DER SPRECH-INDEX 2026 · ÖSTERREICH

0,07

von 100

So viel Prozent der gemessenen Firmenwebsites können einem Besucher selbstständig antworten. Auf **1.380 Firmenwebsites in Österreich kommt eine**, die dazu in der Lage ist.

01 · DIE VERHALTENSWENDE

Es hat drei Jahre gedauert, eine Milliarde Menschen umzugewöhnen.

Wer heute etwas wissen will, tippt keine Stichworte mehr in ein Feld und arbeitet sich durch eine Ergebnisliste. Er stellt eine Frage — in ganzen Sätzen, mit Kontext, mit Rückfragen — und erwartet eine Antwort. Nicht zehn blaue Links. Eine Antwort.

Diese Gewohnheit ist nicht auf einen Dienst beschränkt. Sie ist übertragbar geworden. Wer sich einmal daran gewöhnt hat, zu fragen statt zu suchen, bringt diese Erwartung überallhin mit — auch auf die Website eines Handwerksbetriebs, einer Praxis, eines Steuerbüros.

Die Erwartung hat sich verändert. Die Websites nicht.

Dieser Report misst, wie groß der Abstand inzwischen ist. Nicht als Meinung, sondern als Zahl — jährlich fortgeschrieben, mit derselben Methode wie in allen anderen Ausgaben dieser Reihe.

02 · WAS MENSCHEN ERWARTEN

Geduld ist keine Währung mehr.

Die Erwartungsseite ist gut erforscht — nur selten an einem Ort versammelt. Die belastbarsten Befunde aus unabhängigen Erhebungen:

83 %

erwarten, bei Kontaktaufnahme sofort mit jemandem zu interagieren

> 50 %

erwarten auf eine Online-Anfrage eine Antwort innerhalb einer Stunde

43 %

haben heute weniger Geduld mit digitalen Angeboten als noch vor wenigen Jahren

Zusammenstellung aus mehreren unabhängigen Erhebungen zur Servicegeschwindigkeit; Einzelnachweise am Ende dieses Reports.

Und die Erwartung an Geschwindigkeit steigt weiter: Bei KI-gestützten Anwendungen rechnen bereits **54 %** mit einer Antwort innerhalb weniger Sekunden. Was gestern als schneller Service galt, ist heute die Untergrenze.

Wie teuer das Warten ist, hat die Forschung präzise beziffert. Eine Untersuchung des MIT und von InsideSales wertete über 15.000 Anfragen aus: Wer innerhalb von fünf statt dreißig Minuten reagiert, erreicht den Interessenten **hundertmal häufiger** und qualifiziert ihn **einundzwanzigmal häufiger**. Eine Prüfung von 2.241 Unternehmen, veröffentlicht in der Harvard Business Review, kam zum selben Muster: Wer binnen einer Stunde antwortet, qualifiziert Anfragen **siebenmal häufiger** als eine Stunde später — und sechzigmal häufiger als nach einem Tag.

Dieselbe Prüfung förderte einen zweiten Befund zutage, der bis heute unterschätzt wird: **23 % der untersuchten Unternehmen antworteten überhaupt nie**. Nicht spät. Nie.

03 · WAS WEBSITES LIEFERN

Wir haben 44.151 Firmenwebsites in Österreich gefragt. 32 konnten antworten.

Grundlage sind **50.884 Betriebe mit eigener Website** aus allen Bundesländer — Restaurants, Praxen, Handwerksbetriebe, Hotels, Friseure, Kanzleien, Schulen, Ateliers. Jede Website wurde im August 2026 einmal abgerufen und der ausgelieferte Quelltext auf 30 verbreitete Chat-, Messenger- und Assistenzsysteme geprüft. **44.151 Websites waren erreichbar**; alle folgenden Werte beziehen sich auf diese.

Kein Kanal für eine sofortige Antwort **99,6 %**

Kein Chat, kein Assistent, keine Möglichkeit, eine Frage zu stellen und beantwortet zu bekommen

Kein Kontaktformular **63,0 %**

Telefonnummer nicht anklickbar hinterlegt **54,1 %**

Auf dem Mobiltelefon lässt sich die Nummer nicht antippen, sondern muss abgetippt werden

Nur eine Sprache **83,3 %**

Website antwortet gar nicht mehr **10,6 %**

5.410 eingetragene Firmenwebsites waren nicht erreichbar — abgelaufene Adressen, tote Domains, dauerhaft abgeschaltete Seiten

Von den 44.151 erreichbaren Websites hatten **165 überhaupt ein Chat- oder Assistenzsystem** — das sind 0,37 %. Bei der überwiegenden Mehrheit davon handelt es sich um klassische Chat-Fenster, die nur dann antworten, wenn auf der anderen Seite ein Mensch sitzt. Systeme, die eine Frage eigenständig beantworten können, fanden sich auf **32 Websites**. Das sind **0,07 %**.

Auf 1.380 Firmenwebsites in Österreich kommt eine, die einem Besucher selbst antworten kann.

Weil die Abgrenzung strittig sein kann, weisen wir beide Auslegungen aus: Zählt man nur Systeme, deren Einbindung im Quelltext eindeutig nachweisbar ist, sind es 0,37 %. Zählt man jeden Hinweis auf ein solches System mit — auch Analysewerkzeuge, die einen Chat lediglich anbieten könnten — sind es 0,80 %. **Egal wie man zählt: Es bleibt weit unter der Wahrnehmungsschwelle.**

04 · NACH BUNDESLÄNDER

Nicht die Sprachgrenze. Der Gast.

Beim Antwortverhalten unterscheiden sich die Bundesländer kaum — die Werte liegen so nah beieinander und so tief, dass Unterschiede statistisch nichts bedeuten. Bei der Mehrsprachigkeit dagegen zeigt sich ein Muster, das mit Sprachräumen nichts zu tun hat: Österreich ist einsprachig, und trotzdem klaffen die Bundesländer um den Faktor drei auseinander. Vorn liegen Tirol und Salzburg — die Länder, in denen der Gast aus dem Ausland kommt.

BUNDESLAND	WEBSITES	ERREICHBAR	KONTAKTFORMULAR	MEHRSPRACHIG
Tirol	7.040	87,7 %	37,8 %	27,6 %
Salzburg	3.872	87,5 %	35,9 %	26,0 %
Kärnten	2.268	85,8 %	37,7 %	19,9 %
Wien	7.518	87,0 %	37,5 %	18,3 %
Vorarlberg	2.106	88,7 %	34,6 %	17,4 %
Burgenland	1.314	85,8 %	38,4 %	14,4 %
Steiermark	6.317	86,9 %	36,0 %	12,4 %
Oberösterreich	5.297	84,9 %	37,5 %	9,5 %
Niederösterreich	8.419	86,5 %	37,3 %	9,1 %

Der Zusammenhang wird noch deutlicher, wenn man auf die Branchen schaut: Hotels sind zu **57,9 %** mehrsprachig, Arztpraxen zu **5,2 %**, Schulen zu **3,2 %**. Nicht die Region entscheidet, ob eine Website

eine zweite Sprache spricht, sondern die Kundschaft. Wer internationale Gäste hat, hat gelernt zuzuhören. Wer nur lokale Kundschaft hat, nicht — und beides ist dasselbe Problem in zwei Ausprägungen, denn eine Website, die nicht in der Sprache ihres Gegenübers antworten kann, antwortet nicht.

Bundesländer mit mindestens 400 erreichbaren Websites, sortiert nach Mehrsprachigkeit.

05 · NACH BRANCHEN

Keine Branche ist Vorreiter.

Die Branchenzuordnung stammt aus der Kategorisierung der zugrunde liegenden Datenbasis, ist also nicht geschätzt, sondern hinterlegt. Das Bild ist über alle Gruppen hinweg bemerkenswert einheitlich.

BRANCHE	WEBSITES	KONTAKTFORMULAR	TELEFON ANKlickBAR	MEHRSPRACHIG	SOFORT-KANAL
Restaurants	7.031	29,3 %	49,1 %	16,9 %	0,14 %
Hotels	2.389	40,2 %	65,2 %	57,9 %	0,71 %
Firmenbüros	1.732	44,1 %	45,5 %	26,8 %	0,69 %
Pensionen	1.519	33,1 %	45,2 %	26,6 %	0,07 %
Arztpraxen	1.510	21,1 %	49,4 %	5,2 %	0,13 %
Ferienwohnungen	1.417	33,9 %	47,5 %	36,1 %	0,35 %
Schulen	1.402	48,8 %	39,7 %	3,2 %	0,29 %
Cafés	912	32,0 %	39,0 %	16,7 %	0,00 %
Apotheken	608	33,4 %	60,2 %	3,1 %	0,16 %
Bekleidungsgeschäfte	569	45,9 %	36,6 %	15,3 %	0,00 %
Gemeindeverwaltungen	562	75,8 %	73,7 %	1,6 %	0,18 %
Feuerwehren	562	47,9 %	18,9 %	1,1 %	0,00 %

Branchen mit mindestens 400 erreichbaren Websites, nach Häufigkeit.

06 · WAS AUF DEN SEITEN STEHT

Die Website zwingt zur Frage —
und bietet keinen Weg, sie zu stellen.

Die Breitenmessung sagt, ob eine Website antworten *kann*. Sie sagt nichts darüber, ob eine Antwort überhaupt nötig wäre. Deshalb wurde zusätzlich eine **Tiefenstichprobe von 400 zufällig gezogenen**

Betrieben ausgewertet — hier wurde nicht nur die Startseite geprüft, sondern zusätzlich bis zu sechs Unterseiten.

73,5 %

nennen keine Preise und keine Preisspannen

88,0 %

haben keinen Bereich mit häufigen Fragen

66,0 %

nennen keine Erreichbarkeitszeiten

3,0 %

sagen zu, wann eine Antwort kommt

Erst beides zusammen ergibt das Bild. Die Website beantwortet die naheliegendsten Fragen nicht — was es kostet, wie es abläuft, wann jemand da ist. Sie zwingt den Besucher damit, zu fragen. Und dann bietet sie ihm dafür keinen Weg außer dem Telefon.

07 · DIE ÖFFNUNGSZEITEN DES INTERNETS

Die Website ist 168 Stunden pro Woche wach. Der Betrieb ist es 50.

Bei den Websites der Tiefenstichprobe, die konkrete Zeiten angeben, ergibt sich ein einheitliches Bild: Die Erreichbarkeit beginnt im Median um **8 Uhr** und endet um **18 Uhr**.

50

von 168 Wochenstunden ist im Median ein Mensch erreichbar

13,5 %

nennen Zeiten am Samstag, 8,5 % am Sonntag

2,9 %

bieten wenigstens einen WhatsApp-Kontakt an

Rund **70 % der Woche** ist die Website allein. Und das sind nicht die Randzeiten des Geschäfts: Abends am Küchentisch, am Wochenende, in der Pause — genau dann vergleichen Menschen

Anbieter, lesen Angebote und fassen Entscheidungen. Die Website ist in diesen Stunden der einzige Kontakt, den ein Unternehmen zur Welt hat. Und sie schweigt.

08 · DIE LÜCKE

Zwei Sätze, die nicht zusammenpassen.

WAS MENSCHEN ERWARTEN

83 % wollen sofort mit jemandem interagieren

Über die Hälfte erwartet eine Antwort binnen einer Stunde

54 % erwarten bei KI-Anwendungen Sekunden

Fragen entstehen abends und am Wochenende, nicht zu Bürozeiten

Wer keine Antwort bekommt, fragt beim Nächsten

WAS WEBSITES BIETEN

99,6 % haben keinen Kanal für eine sofortige Antwort

3,0 % sagen überhaupt zu, wann geantwortet wird

0,07 % können selbstständig antworten

50 von 168 Wochenstunden ist jemand da

73,5 % nennen nicht einmal einen Preis

Die Lücke ist nicht graduell. Sie ist strukturell: Die eine Seite hat gelernt zu fragen. Die andere hat nie gelernt zu antworten.

09 · WAS DAS FÜR ÖSTERREICH BEDEUTET

Das ist nicht die Ausnahme. Das ist der Normalfall.

In Österreich gibt es rund 620.000 Unternehmen, 99,6 % davon KMU. Die hier gemessenen 50.884 Betriebe sind für diese Gruppe typisch: inhabergeführt, mit gepflegter Website, ohne eigene IT-Abteilung.

Überträgt man den Befund auf diese Grundgesamtheit, beschreibt er den Regelfall: erreichbar zu Bürozeiten, stumm in den übrigen 70 % der Woche, ohne jede Möglichkeit für einen Besucher, eine einfache Frage beantwortet zu bekommen.

Jede unbeantwortete Frage ist ein Kaufsignal, das verpufft. Nicht abgelehnt — nur unbeantwortet.

Was das kostet, lässt sich nicht seriös in einer Geldzahl ausdrücken; dafür sind Branchen und Auftragsgrößen zu verschieden. Was sich sagen lässt: Die Forschung zur Reaktionszeit ist eindeutig, sie ist alt, und sie wurde vielfach bestätigt. Der Unterschied zwischen einer Antwort in fünf Minuten und einer Antwort am nächsten Tag ist kein Komfortmerkmal. Er ist der Unterschied zwischen einem Kunden und einer Statistik.

10 · AUSBLICK

Warum diese Zahl nur eine Richtung kennt.

Das Internet hat sich zweimal grundlegend verändert, und beide Male verlief es gleich. 1993 kam der Browser, und Unternehmen fragten sich, wozu sie eine Website bräuchten. 2007 kam das Smartphone, und dieselbe Frage wurde über mobile Darstellung gestellt. Beide Male lag der Anteil der Vorreiter anfangs im niedrigen einstelligen Bereich. Beide Male war die Frage nach wenigen Jahren nicht mehr, ob — sondern warum noch nicht.

Der Sprech-Index steht 2026 bei **0,07**. Es ist eine Zahl, die es vorher nicht gab, weil es nichts zu messen gab. Und es ist eine Zahl, die in der Rückschau interessant wird: Wer heute darin vorkommt, gehört zu 32 Betrieben in ganz Österreich.

Die Frage ist nicht, ob Websites antworten lernen. Die Frage ist, wie lange es dauert, bis eine Website, die es nicht kann, unhöflich wirkt.

11 · SELBSTTEST

Wo steht Ihre Website?

Die interessanteste Zahl in diesem Report ist die, die hier nicht steht: Ihre eigene. Geben Sie Ihre Domain ein — Luna, die Assistentin auf dieser Seite, sieht sich die Website in Echtzeit an und sagt Ihnen, welche der untersuchten Fragen sie beantworten kann und welche nicht.



Den Selbsttest gibt es online

lunastudios.ai/research/oesterreich-2026

QR-Code scannen oder die Adresse aufrufen, Domain eingeben — Luna sieht sich die Website in Echtzeit an und sagt, welche der untersuchten Fragen sie beantworten kann.

METHODIK

Wie erhoben wurde.

- **Grundgesamtheit.** 50.884 Betriebe in Österreich mit eigener Website, ermittelt aus offen lizenzierten Geodaten (OpenStreetMap, ODbL) über alle Bundesländer. Erfasst sind Betriebe, die dort mit einer eigenen Web-Adresse hinterlegt sind; Verweise auf Plattformprofile wie soziale Netzwerke oder Branchenverzeichnisse wurden ausgeschlossen. Es handelt sich nicht um eine Zufallsstichprobe der gesamten Unternehmenslandschaft — Betriebe ohne Website und Betriebe ohne Eintrag in diesen Daten fehlen. Der tatsächliche Zustand dürfte damit eher schlechter als besser sein.
- **Live-Messung.** Jede Website wurde im August 2026 genau einmal abgerufen und der ausgelieferte Quelltext auf 30 verbreitete Chat-, Messenger- und Assistenzsysteme geprüft. 44.151 der 50.884 Websites waren erreichbar; 5.410 antworteten nicht, 1.323 wiesen automatisierte Zugriffe ab.
- **Nachprüfung und Korrektur.** Sämtliche Treffer wurden einzeln erneut geladen und gegen strenge Erkennungsmuster geprüft. Weite Muster erzeugen erhebliche Fehlalarme — etwa durch Wortbestandteile in fremdsprachigen Texten oder durch Analysewerkzeuge, die dieselbe Adresse nutzen wie eine zugehörige Chat-Funktion. Nur bestätigte Treffer gehen in die Werte ein.
- **Zwei Auslegungen.** Streng gezählt wird ein System nur, wenn seine Einbindung im Quelltext eindeutig nachweisbar ist (0,37 %). Weit gefasst zählt jeder Hinweis auf ein solches System (0,80 %). Im Report wird die strenge Auslegung verwendet.
- **Grenzen der Messung.** Erfasst wird der ausgelieferte Quelltext. Systeme, die erst durch nachgeladenes JavaScript eingefügt werden, sind auf diesem Weg nicht sichtbar — die Werte sind insoweit Untergrenzen. Websites hinter Bot-Schutz wurden nicht als „ohne Antwortmöglichkeit“ gewertet, sondern separat ausgewiesen.

- **Sprech-Index.** Anteil der Websites, die einem Besucher ohne menschliches Zutun eine inhaltliche Antwort geben können. Ausgabe 2026 Österreich: 0,07 (32 von 44.151).
- **Tiefenstichprobe.** Für die Angaben zu Preisen, häufigen Fragen, Erreichbarkeitszeiten und Antwortzusagen wurden zusätzlich 400 zufällig gezogene Websites vollständig ausgewertet, einschließlich bis zu sechs Unterseiten (Median 3 Seiten). Zeitangaben liessen sich bei 125 Websites eindeutig auswerten; angegeben sind Medianwerte.
- **Anbieter.** Namen einzelner Chat- und Assistenzsysteme werden in diesem Report bewusst nicht genannt. Gegenstand der Untersuchung ist, ob eine Website antworten kann — nicht, mit welchem Produkt.
- **Vergleichbarkeit.** Methode, Erkennungsmuster und Auswertung sind in allen Ausgaben dieser Reihe identisch. Die Werte einzelner Länder sind damit direkt vergleichbar.
- **Fremddaten.** Alle Angaben zur Erwartungsseite stammen aus unabhängigen Erhebungen Dritter. Luna Studios hat für diesen Report keine eigene Konsumentenbefragung durchgeführt.

QUELLEN

Oldroyd, McElheran, Elkington: „The Short Life of Online Sales Leads“

Harvard Business Review 89 (3), März 2011. Prüfung von 2.241 Unternehmen. hbr.org

Oldroyd u. a.: Lead Response Management Study

MIT / InsideSales, 2007. Auswertung von über 15.000 Anfragen. Die häufig der Harvard Business Review zugeschriebenen Faktoren 100x und 21x stammen aus dieser Untersuchung.

Erwartungen an Reaktionszeiten im Kundenkontakt

Zusammenstellung aktueller Erhebungen zu Servicegeschwindigkeit und digitaler Geduld, u. a. Emplifi Consumer Survey. Übersicht

Digitale Geduld und Erwartungen an KI-Anwendungen, 2026

Repräsentative Befragung zu Abbruchverhalten und erwarteten Antwortzeiten. Zusammenfassung

Statistik Austria: Leistungs- und Strukturstatistik

Rund 620.000 Unternehmen, 99,6 % davon KMU. Quelle

Betriebsdaten

© OpenStreetMap-Mitwirkende, lizenziert unter der Open Database License (ODbL). openstreetmap.org/copyright

Eigene Erhebung

Luna Studios, August 2026. 50.884 Websites, 44.151 live gemessen, alle Treffer einzeln nachgeprüft.

VERWENDUNG

Zitieren ausdrücklich erwünscht.

Alle Zahlen und Grafiken dieses Reports dürfen frei verwendet werden — in Artikeln, Vorträgen, Studien und internen Unterlagen. Wir bitten um die Quellenangabe:

Luna Studios: „Das sprechende Internet 2026 — Österreich“, lunastudios.ai/research

Wer diesen Report herausgibt

Luna Studios entwickelt Luna — eine KI-Assistentin mit echter Stimme, die auf Unternehmenswebsites lebt und Besuchern rund um die Uhr antwortet. Wir haben ein offensichtliches Interesse an dem Thema, das dieser Report vermisst. Genau deshalb stammen alle Angaben zur Erwartungsseite aus fremden Quellen, ist die eigene Erhebung vollständig offengelegt — samt der Fehlalarme, die wir unterwegs korrigiert haben — und findet sich in diesem Report kein einziges Produktversprechen.

[Research](#) [Luna Studios](#) [Fakten](#) [Impressum](#) [Datenschutz](#)

© 2026 Luna Studios AI Holdings Ltd. · „Das sprechende Internet“ erscheint jährlich. Ausgabe 03, Österreich, August 2026.