



Medienmitteilung, 13.2.2009

## Schweizer Online-Handel boomt

St.Galler Internettag: HSG-Forscher präsentieren Studie über Internetnutzung in der Schweiz

*Die neue Waschmaschine im Laden erstehen oder via Internet bestellen? Bei den Schweizer Verbrauchern nur noch eine Frage der persönlichen Vorliebe, denn immer mehr von ihnen kaufen über das Internet ein. Allein im Jahr 2008 kauften die Schweizer Konsumenten Produkte im Wert von rund 5.87 Mrd. Franken via Internet - über 38 Prozent Steigerung in zwei Jahren. Das ist das Ergebnis einer Langzeitstudie des Gottlieb Duttweiler Lehrstuhls für Internationales Handelsmanagement der Universität St.Gallen. Die Neuauflage der Studie zeigt, wie sich das Internet in zehn Jahren zu einem zentralen Verkaufskanal im Handel entwickelt hat. Präsentiert werden die Ergebnisse am 28. April 2009 auf dem grössten Schweizer Internet-Kongress, dem «St.Galler Internettag».*

Für die Studie wurden zum Jahresende 2008 zum sechsten Mal in Folge über 1000 Personen befragt. Neben den bewährten, statistisch fundierten Marktdaten liefert die Neuauflage der Studie erstmals auch eine zehnjährige Langzeitanalyse des Wandels im Nutzungsverhalten. Für das starke Wachstum machen die Verfasser der Studie «Der Schweizer Online-Handel - Internetnutzung Schweiz 2009» insbesondere Ferienreisen (+9.6 Prozent Online-Kunden), Flugbuchungen (+7.6), Handel von Second-Hand-Produkten (+3.6) und Elektrogeräte (+1.2) verantwortlich. Auch schwächer nachgefragte Internet-Produkte, wie zum Beispiel Lebensmittel, erwerben bereits fast 100'000 Schweizer Konsumenten am liebsten über das Netz. In den letzten zehn Jahren ist der Anteil der Online-Käufer in der Schweiz insgesamt von 30 auf 84 Prozent gestiegen. 2006 betrug der Online-Umsatz in der Schweiz noch 4.24 Mrd. Franken.

### Gut informiert an die Ladentheke

«Die Auswirkungen des Internets auf den Handel sind weitaus stärker als es in der Umsatzentwicklung zum Ausdruck kommt», fasst Prof. Dr. Thomas Rudolph, Direktor des Forschungszentrums für Handelsmanagement (Institute for Retail Management IRM-HSG) die Studienergebnisse zusammen. Innerhalb von zehn Jahren ist das Internet für Verbraucher von einer neuen Technologie zu einer selbstverständlichen Informationsquelle im Alltag geworden: Vor dem Kauf erkundigen sich die Konsumenten gut über verschiedene Kanäle. «Wo der Erlebniseinkauf im Vordergrund steht, möchten Kunden sowohl das Ladengeschäft als auch die Händler-Webseite nutzen», erläutert Rudolph den aktuellen Trend im Nutzungsverhalten der Internetkunden.

### Verschmelzung zweier Handelswelten

Den neuen Trends der Studie folgend beschäftigt sich der «St.Galler Internettag 2009» diesmal mit der «Verschmelzung zweier Handelswelten». Der Kongress beleuchtet neben den Entwicklungen im Internet insbesondere deren Auswirkungen für etablierte Anbieter im Handel. Die elektronische und zugleich soziale Vernetzung von Unternehmen, Konsumenten und neuen Drittanbietern zieht grundlegende Neuerungen in der Handelslandschaft nach sich. So verschwimmen zum Beispiel zunehmend die Grenzen des Marketings zwischen Herstellern und Händlern. Wie Konsumenten darauf reagieren, zeigt die Langzeitstudie der HSG-Forscher. «Insbesondere für das Multikanal-Management und den Einsatz mobiler Technologien im Handel erwarten wir eine Reihe neuer Erkenntnisse», sagt HSG-Professor Rudolph. Weitere Lösungsansätze diskutieren Referenten aus Industrie und Handel in Vorträgen und Diskussionen. Teilnehmen werden:

Ralf Kleber, Geschäftsführer *Amazon.de*, Frerk-Malte Feller, Geschäftsführer *eBay Deutschland*, Dr. Beat Bühlmann, Head of Sales *Google Switzerland*, Christian Wanner, Geschäftsführer *LeShop.ch*, Dr. Dieter Berninghaus, Mitglied der Generaldirektion *Migros Genossenschaftsbund*, Dr. Björn Schäfers, Leiter Business Development *Otto Group* und *Smatch.com*, Jan-Dieter Schaap, Director E-Business *Parfümerie Douglas*, Dr. Axel Seeger, Manager E-Commerce *s.Oliver*, Prof. Dr. Thomas Rudolph, *Institute for Retail Management, Universität St.Gallen*, Pierre-Alain Regali, Geschäftsführer *ebookers.ch*, Marc Mielau, Head of Digital Media *BMW*, Andreas Brandl, Leiter *Conextrade, Swisscom IT-Services*, Paul de la Rochefoucauld, Geschäftsführer *iTaste*, Arie Struik, Geschäftsführer *alaTest*, Jürgen Seitz, Leiter Produkte & Plattformen *United Internet Media* und weitere.

Anmeldung und weitere Informationen zur Studie: [www.internettag.ch](http://www.internettag.ch)

Veranstaltungsort ist das GDI Gottlieb Duttweiler Institut, Langhaldenstrasse 21, Rüschlikon/Zürich.

#### **Kontakt für Rückfragen:**

Oliver Emrich

Leiter Kompetenzzentrum E-Commerce

Universität St.Gallen, Dufourstr. 40 a, CH-9000 St.Gallen

Institute for Retail Management

Tel.: +41 (0)71 224 28 56

E-Mail: [gdl.sekretariat@unisg.ch](mailto:gdl.sekretariat@unisg.ch)

<http://www.irm.unisg.ch/>

#### **Universität St.Gallen**

Internationalität, Praxisnähe und eine integrative Sicht zeichnen die Ausbildung an der Universität St.Gallen (HSG) seit ihrer Gründung im Jahr 1898 aus. Heute bildet die HSG fast 6000 Studierende aus 79 Nationen in Betriebswirtschaft, Volkswirtschaft, Rechts- und Sozialwissenschaften aus. Mit Erfolg: Die HSG gehört zu den führenden Wirtschaftsuniversitäten Europas. (FT-Ranking 2008: Platz 1 im deutschsprachigen Europa und Platz 30 der führenden europäischen Business Schools). Für ihre ganzheitliche Ausbildung auf höchstem akademischem Niveau erhielt sie mit der EQUIS- und AACSB-Akkreditierung internationale Gütesiegel. Studienabschlüsse sind auf Bachelor-, Master- und Doktorats- bzw. Ph.D.-Stufe möglich. Zudem bietet die HSG erstklassige und umfassende Angebote zur Weiterbildung an. Kristallisationspunkte der Forschung an der HSG sind ihre 40 Institute, Forschungsstellen und Centers, welche einen integralen Teil der Universität bilden. Die weitgehend autonom organisierten Institute finanzieren sich zu einem grossen Teil selbst, sind aber dennoch eng mit dem Universitätsbetrieb verbunden.