

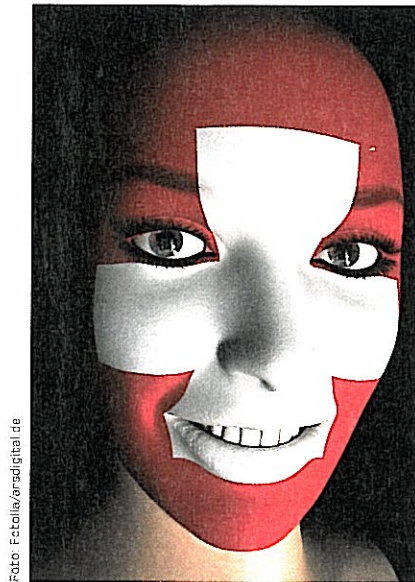
INTERNETNUTZUNG

# Nach Schweizer Art

**Die Eidgenossen buchen ihre Reisen am liebsten online. Lebensmittel, Schmuck und Parfüm kaufen sie hingegen nicht so gerne im Internet.**

Und sie ähneln sich doch, die Schweizer und die Deutschen – zumindest beim Einkaufen: Sie wollen Multichannel. „Immer mehr Kunden erwarten von Händlern ein konsistentes Angebot im Internet und im Filialhandel“, fasst Professor Thomas Rudolph, Direktor des Forschungszentrums für Handelsmanagement der Universität St. Gallen, das Ergebnis der aktuellen Studie über den Schweizer Onlinehandel zusammen. „Stationäre Händler, die kanalübergreifend ein ansprechendes Einkaufserlebnis bieten können, sind im Vorteil.“

Die Onlineumsätze betragen demnach 2010 in der Schweiz rund 8,68 Milliarden Schweizer Franken, umgerechnet rund 6,6 Milliarden Euro. Das entspricht einem Plus von 48 Prozent im Vergleich zum Jahr 2008. Besonders gern buchen die Eidgenossen – von denen es im Übrigen knapp 7,8 Millionen gibt – demnach Urlaube und Flüge online: Knapp sechs von zehn Befragte geben an, Flugtickets am liebsten im Internet zu kaufen, bei Urlaubsreisen ist es inzwischen mit 45 Prozent knapp jeder zweite. Für jeden dritten Befragten ist das Internet der bevorzugte Ort, um Software zu kaufen.



### Beliebteste Webshops

Rang	Website
1	ricardo.ch
2	Amazon
3	easyJet
4	eBay
5	exlibris.ch
6	digitec.ch
6	iTunes
8	TicketCorner
9	Ebookers
10	LeShop.ch

Quelle: Rudolph/Emrich/Böttger, der Schweizer Online-Handel 2011.

Lebensmittel, Schmuck und Parfüm hingegen sind Produkte, bei denen die Schweizer den stationären Handel bevorzugen. Nur 0,7 Prozent geben das Internet als bevorzugten Kanal für Lebensmittel an, bei Schmuck waren es 1,2 Prozent und in der Kategorie Kosmetik und Parfüm nur 1,7 Prozent. „Bei Produkten wie Bekleidung, Möbeln und Büchern steht hingegen die kombinierte Nutzung von Ladengeschäft und Onlineshop im Vordergrund“, so Rudolph.

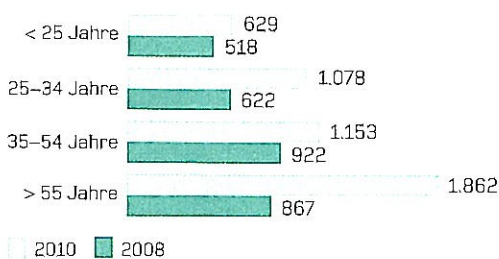
### Kaufstarke Silver Surfer

Internetnutzer, die älter als 55 Jahre sind, sind inzwischen die kaufkräftigsten Onlinekunden: Gaben sie 2008 noch 867 Millionen Franken aus, waren es 2010 rund 1,8 Milliarden. „Damit haben Silver Surfer die Gruppe der 35- bis 54-Jährigen als kaufkräftigste Gruppe verdrängt“, berichtet er. Denn Konsumenten dieser Altersgruppe gaben 2010 „nur“ knapp 1,2 Milliarden Franken aus.

Rund 44 Prozent der befragten Schweizer benutzen mittlerweile ihr Mobilfunkgerät, um unterwegs auf das Internet zuzugreifen. Das sind 15 Prozent mehr als noch im Jahr 2008. „Mit dem mobilen Internet wird der Handel immer multimedialer und ist aufgefordert, auch online etwas für seine Marke zu tun“, erläutert Oliver Emrich, Mitautor der Studie. „Aus Konsumentensicht mangelt es kommerziellen Websites häufig noch an Eleganz und Erlebnisflair.“

### Umsatzstärkste Kunden

Jährlicher Einkaufsbetrag nach Altersgruppen in CHF.



Quelle: Rudolph/Emrich/Böttger, der Schweizer Online-Handel 2011