

Die Bedeutung des Internet für den Wirtschaftsstandort Schweiz

Patricia Funk

Helbing & Lichtenhahn

Basel · Genf · München

2001

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
2	Welche Vorteile bringt das Internet den Unternehmungen, Haushalten und dem Staat?	5
2.1	Unternehmensenebene	5
2.1.1	Produzenten von Gütern	6
2.1.1.1	Potential des Interneteneinsatzes in den verschiedenen Bereichen der Wertschöpfungskette	6
a)	Interneteneinsatz in der Eingangslogistik und Beschaffung	7
b)	Interneteneinsatz in den betrieblichen Operationen	9
c)	Interneteneinsatz im Marketing, Vertrieb und der Ausgangslogistik	10
d)	Interneteneinsatz im Kundendienst	14
e)	Interneteneinsatz in sekundären Wertaktivitäten	14
2.1.1.2	Potential des Interneteneinsatzes für verschiedene Produkttypen	15
2.1.1.3	Kosten des Interneteneinsatzes	16
2.1.2	Anbieter von Dienstleistungen	18
2.2	Staat	19
2.3	Konsumenten	20
3	Volkswirtschaftliche Auswirkungen des Internet	23
3.1	Auswirkungen des Internet auf Preise, Mengen und Wohlfahrt in einem geschlossenen (Partial)Markt	23
3.1.1	Veränderungen auf der Angebotsseite	24
3.1.1.1	Tiefere Kosten	24
3.1.1.2	Erhöhter Verkaufsservice	33
3.1.1.3	Niedrigere Marktein- und -austrittsschranken	33
3.1.1.4	Raschere Preisanpassung	35
3.1.2	Veränderungen auf der Nachfrageseite	37
3.1.3	Zusammenfassung: Auswirkungen des Internet in einem geschlossenen Partialmarkt	42

3.2	Auswirkungen des Internet auf Preise, Mengen und Wohlfahrt in einem offenen (Partial)Markt	45
3.3	Gesamtwirtschaftliche Auswirkungen des Internet	48
3.3.1	Auswirkungen auf die Inflation	48
3.3.2	Auswirkungen auf Wachstum, Beschäftigung und Löhne	50
3.3.3	Auswirkungen auf die staatliche Fiskal- und Geldpolitik	53
3.4	Empirische Evidenz und Prognosen über verschiedene Auswirkungen des Internet	56
3.4.1	Auswirkungen auf die Preise	56
3.4.2	Auswirkungen auf die Preisanpassung	58
3.4.3	Auswirkungen auf Wachstum, Beschäftigung und Löhne	59
3.4.4	Auswirkungen auf die staatliche Fiskalpolitik	66
4	Die Bedeutung des Internet für die Schweiz	69
4.1	Interneteinsatz in der Schweiz	69
4.1.1	Studien zum Interneteinsatz von Schweizer Unternehmungen	69
4.1.1.1	Die Bedeutung des Internet für Schweizer CEO's	69
4.1.1.2	Einsatz und Nutzung des Internet von KMU's	70
4.1.1.3	Einsatz und Nutzung des Internet in der Beschaffung	75
4.1.1.4	"Electronic Commerce" in der Schweiz	78
4.1.1.5	Die wirtschaftliche Bedeutung des Internet	82
4.1.2	Studien zur Internetnutzung in der Schweiz	83
4.2	Die Schweiz im internationalen Vergleich	84
4.3	Soll das Internet in der Schweiz gefördert werden?	87
4.3.1	Argumente für einen Staatseingriff	87
4.3.2	Argumente gegen einen Staatseingriff	92
4.3.3	Massnahmen des Bundes zur Förderung des Internet	93
4.3.4	Beurteilung der Schweizerischen Internetförderung im Vergleich mit den Massnahmen anderer europäischer Länder	97
5	Schlussfolgerungen	105
	Literaturverzeichnis	109