

# Entwicklungen im digitalen Verkauf und Marketing von Schweizer Lebensmittel

Tier&Technik, Olma Messen St. Gallen  
Samstag, 22. Februar 2025

Prof. Dr. Darius Zumstein

Platin Forschungspartner:



Silber Forschungspartner:



Eventpartner:

Verbandspartner

Quelle Bild: ChatGPT

# Agenda

1. Onlinehändlerbefragung
2. Vertriebskanäle & -Trends
3. Marketing- & Kommunikationskanäle
4. KI-Anwendungen im E-Commerce
5. Handlungsempfehlungen für Lebensmittel-Produzenten und Onlinehändler
6. Weiterbildungen
7. Fragen & Diskussion

**42 Erkenntnisse**  
zum Lebensmittel-  
Onlinehandel  
aus der eigenen  
Forschungsküche

Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften  
**zhaw** School of Management and Law **n|w** Fachhochschule Nordwestschweiz Hochschule für Wirtschaft

**Onlinehändlerbefragung 2024**

Anwendungen, Vorteile und Herausforderungen der künstlichen Intelligenz im E-Commerce

Eine Studie der ZHAW & FHNW

Darius Zumstein  
Fabian Oehninger

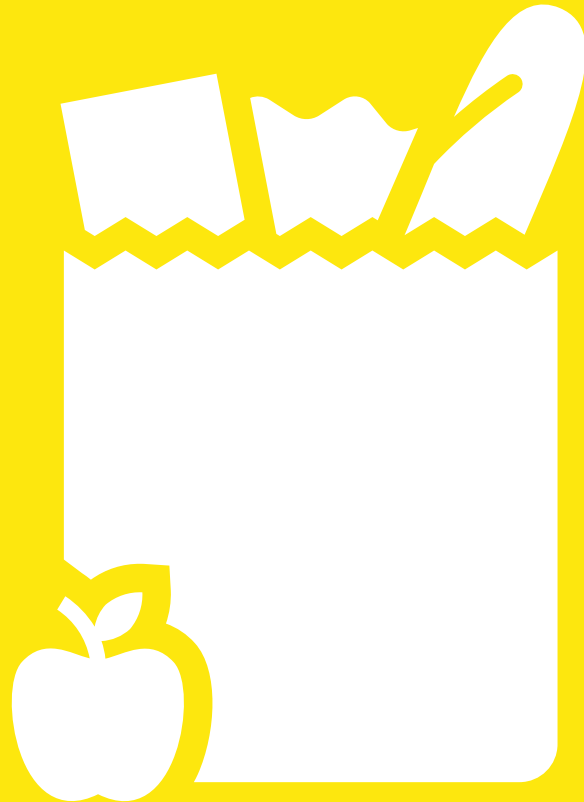
Mit einem Vorwort von Gerrit Heinemann

Platin Partner:  
**WORLDLINE** **VISA** **Cembra Pay**

Silber Partner:  
**eOs** **FFD** **CRIF** **EP** **hmmh** **atedo**

Verbandspartner:  
**msdirect** **payrex** **PostFinance** **TWINT** **HANDELSVERBAND ASSOCIATION OF COMMERCE SWISS** **HANDELS VERBAND**

# 1. Onlinehändlerbefragung



# 1.1 Jetzt Onlinehändlerbefragung 2024 kostenlos herunterladen

Wird jetzt vertieft

Free Download

**Onlinehändlerbefragung 2024**  
KI-Anwendungen im E-Commerce:  
Produkttexte, Verkaufsberater & Co.  
Eine Studie der ZHAW & FHNW  
Darius Zumstein  
Fabian Oehninger  
Mit einem Vorwort von Gerrit Heinemann

Platin Partner: **WORLDLINE**, **VISA**, **Cembra Pay**  
Silber Partner: **eOs**, **FFD**, **CRIF**, **msdirect**, **payrexx**, **PostFinance**, **TWINT**, **hmmh**, **HANDELSVERBAND**  
Gold Partner: **planet**, **Cembra Pay**, **DIE POST**, **PostFinance**  
Silber Partner: **CRIF**, **bobzero**, **JMG SOFTWARE**, **msdirect**, **payrexx**, **eOs**, **nets**, **swisscom**, **EWB**, **TWINT**, **HANDELSVERBAND**  
Verbandpartner: **HANDELSVERBAND**



**Onlinehändlerbefragung 2023**  
E-Commerce nach Corona: Fachkräftemangel,  
Überdistribution und Künstliche Intelligenz  
Eine Studie des E-Commerce Labs  
am Institut für Marketing Management  
Darius Zumstein  
Carmen Oswald  
Claudia Brauer  
Inklusive «Commerce Report Schweiz: Follow-up 2023» von Ralf Wölfe

Platin Partner: **WORLDLINE**, **planet**, **Cembra Pay**  
Silber Partner: **CRIF**, **bobzero**, **JMG SOFTWARE**, **msdirect**, **payrexx**, **eOs**, **nets**, **swisscom**, **EWB**, **TWINT**, **HANDELSVERBAND**  
Gold Partner: **planet**, **Cembra Pay**, **DIE POST**, **PostFinance**  
Silber Partner: **CRIF**, **bobzero**, **JMG SOFTWARE**, **msdirect**, **payrexx**, **eOs**, **nets**, **swisscom**, **EWB**, **TWINT**, **HANDELSVERBAND**  
Verbandpartner: **HANDELSVERBAND**

**Onlinehändlerbefragung 2022**  
Erfolgsfaktoren und Omnichannel-Services  
im Digital Commerce  
Eine Studie des E-Commerce Labs  
am Institut für Marketing Management  
Darius Zumstein  
Carmen Oswald  
Claudia Brauer  
Mit einem Vorwort von Gerrit Heinemann

Platin Partner: **WORLDLINE**, **swisscom**, **bsi**  
Silber Partner: **CRIF**, **JMG SOFTWARE**, **bobzero**, **payrexx**, **msdirect**, **payrexx**, **PostFinance**, **TWINT**, **hmmh**, **HANDELSVERBAND**  
Gold Partner: **planet**, **Cembra Pay**, **DIE POST**, **PostFinance**  
Silber Partner: **CRIF**, **bobzero**, **JMG SOFTWARE**, **msdirect**, **payrexx**, **eOs**, **nets**, **swisscom**, **EWB**, **TWINT**, **HANDELSVERBAND**  
Verbandpartner: **HANDELSVERBAND**

[Download Onlinehändlerbefragung 2024](#)

[Download Onlinehändlerbefragung 2023](#)

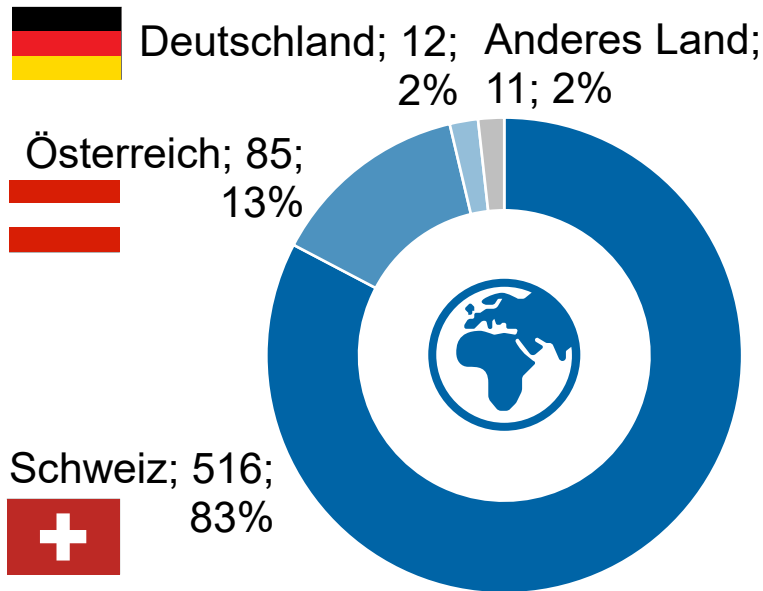
[Download Onlinehändlerbefragung 2022](#)



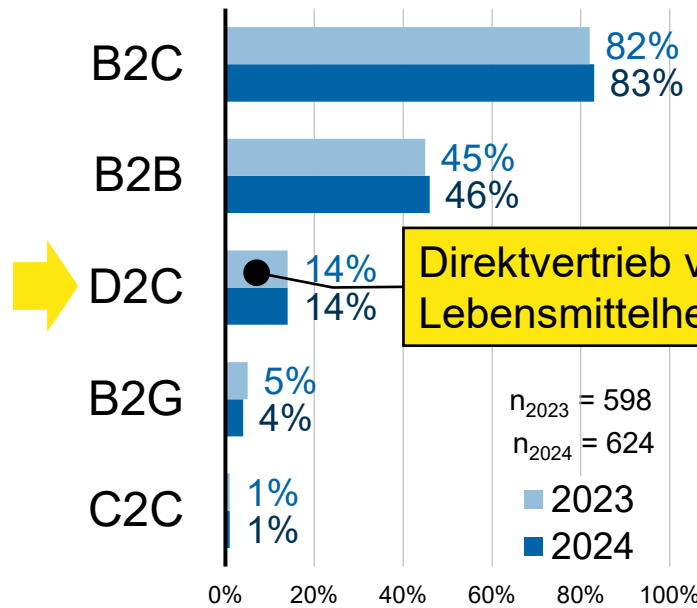
# 1.2 Stichprobe der Onlinehändlerbefragung 2024

- **Untersuchungsobjekt:** Onlinehändler der Schweiz/Österreich mit .com-, .ch- .at-Domain
- **Erhebungszeitraum:** 27. März 2024 bis zum 31. Juli 2024
- **Stichprobengrösse (n):** 624 (neuer Teilnahmerecord)

## HERKUNFT DER ONLINEHÄNDLER

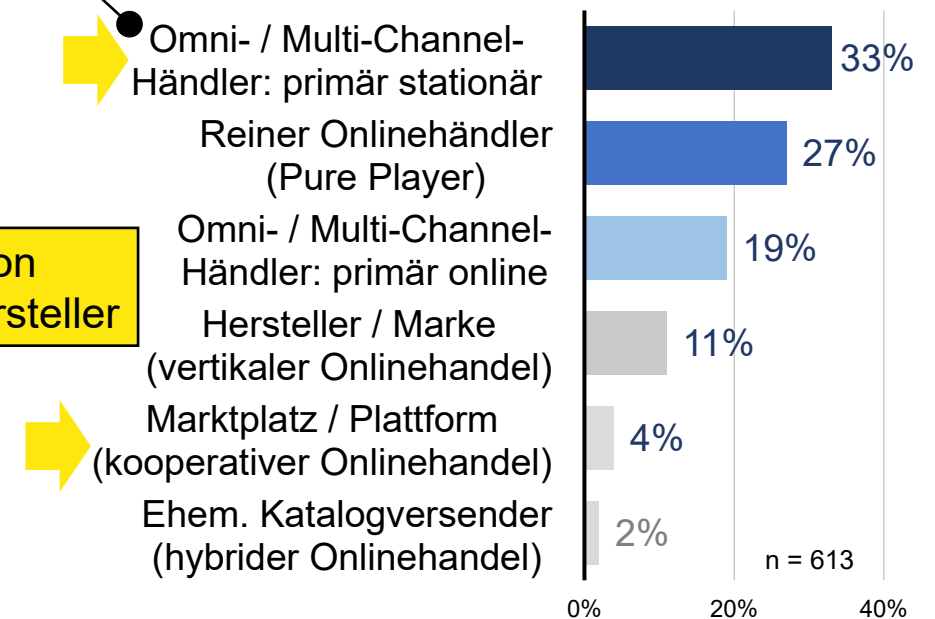


## GESCHÄFTSBEZIEHUNG



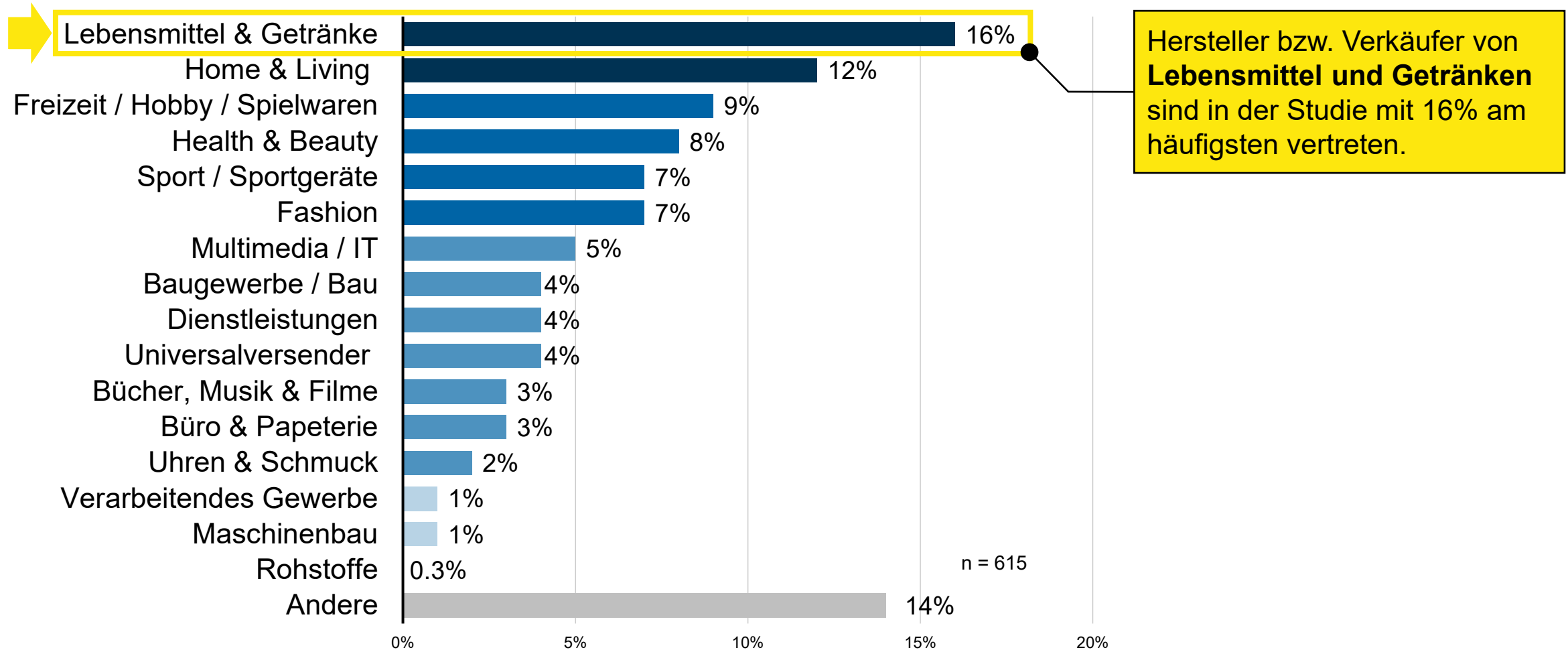
Lebensmittel Omni-Channel-Händler, die über mehrere Kanäle verkaufen.

## BETRIEBSTYPEN



Direktvertrieb von Lebensmittelhersteller

## 1.3 Branche der Studienteilnehmenden der Onlinehändlerbefragung



# 1.4 Studienteilnehmende aus dem Lebensmittelbereich

Früchte & Gemüse  
Schoggi & Süßwaren  
Weine & Getränke  
Genuss

Omni-Channel Lebensmittelhändler:



Pure Player (eFood):



Produzenten:



FLASCHENPOST



Online-Supermärkte:



Fertigspeisen:



brister.ch

1. **Pure Player** verkaufen F&B ausschließlich digital.
2. Einige **Produzenten** von Lebensmittel verkaufen im D2C & F2C direkt.
3. **Süßwaren** werden immer häufiger online verkauft.
4. Der Onlinehandel von **Weinen** boomt seit Corona.
5. Die Supermärkte **Coop & Migros** haben auch online ein Duopol.
6. Die F&B-Mehrheit verkauft über **mehrere Kanäle:**

# 2. Vertriebskanäle & -Trends



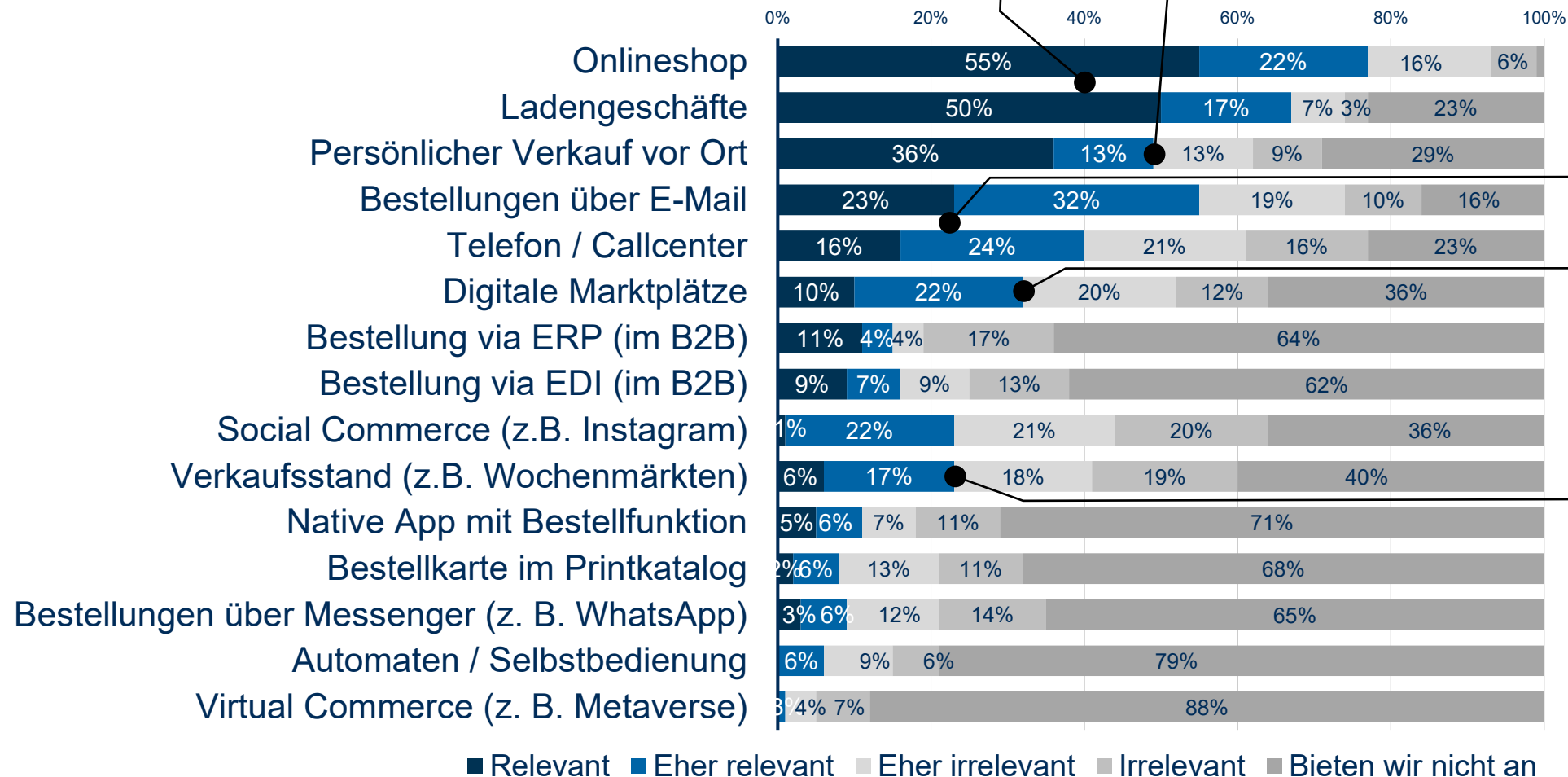


## 2.1 Vertriebskanäle

7. Für die Mehrheit der Lebensmittelverkäufer ist ein **Onlineshop & Ladengeschäfte** relevant.

8. Für die Hälfte ist der persönliche Verkauf vor Ort, z.B. **ab Hof**, relevant.

n = 110 (Lebensmittel-Onlinehändler)



9. Bei vielen kann man über **E-Mail** oder **Telefon** Lebensmittel bestellen.

10. Schon für jeden 4. Händler sind **digitale Marktplätze** relevant.

11. Für 1/4 ist der **Verkaufsstand am Wochenmarkt** relevant.

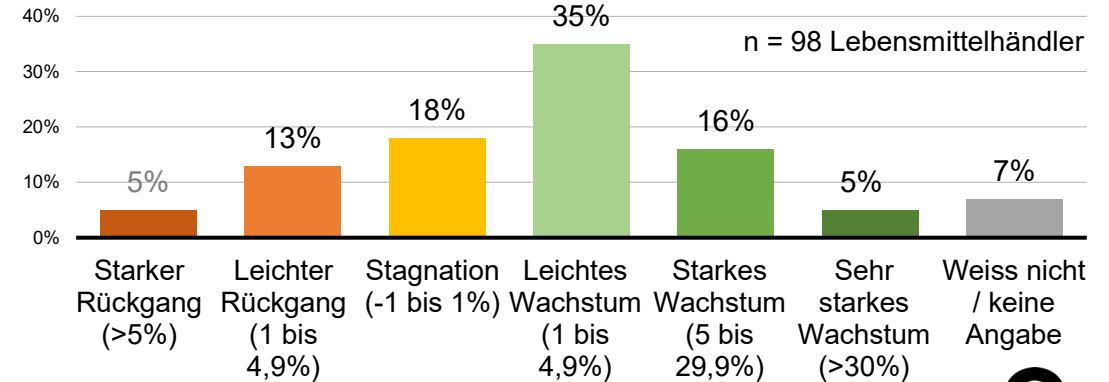
Abbildung 8:  
Wie umsatzrelevant sind folgende Vertriebskanäle

## 2.2.1 Trends im digitalen Vertrieb

#	Trend	Anzahl Nennungen
1.	Wachstum der Onlineverkäufe	25 ●
2.	Social Commerce, Social Selling	18 ●
3.	Künstliche Intelligenz (KI & LLM)	17
4.	Mobile, mobile Traffic & Einkäufe	16 ●
5.	Zunahme der Konkurrenz wie Temu	12
6.	Wachstum der digitalen Marktplätze	10 ●
7.	TikTok-Shops	9
8.	Kundenportal & Self Service	8
9.	Rückgang der Onlineverkäufe	8
10.	Omnichannel	7
11.	Verbesserung User Experience (UX)	6

12. Das Umsatzwachstum geht bei 51% der Food-Onlineshops weiter.

### GESCHÄTZTES ONLINE-UMSATZWACHSTUM



13. **Social Selling**, vor allem **TikTok Shops**, ist ein häufig genannter Trend. **Food Blogger** sind auf **Instagram**, **YouTube** und TikTok erfolgreich unterwegs. **Foodfluencer** scheinen immer wichtiger.



14. Die mobilen Besuche und Lebensmitteleinkäufe nehmen stark zu, **Mobile Commerce** ist im Trend. Die Coop App beispielsweise geniert neu mehr Umsatz als der webbasierte Onlineshop coop.ch.

15. Der Verkauf von Lebensmittel über **digitale Marktplätze** wie biomondo.ch wachsen.

## 2.2.2 Trends im digitalen Vertrieb

#	Trend	Anzahl Nennungen
12.	Zunahme des Dropshipping	5
13.	Schnelle Reaktionszeiten gewünscht	5 ●
14.	Steigende Konkurrenz d. Marktplätze	5
15.	Virtual Commerce, Virtual Sales	4
16.	Schneller Versand	4 ●
17.	Wachsende Ansprüche der Kunden	4 ●
18.	Chatbots	4
19.	Verbesserte Onlineberatung mit KI	3
20.	Abnahme durchschnittl. Bestellwert	3
21.	Steigende Preissensibilität	3
22.	Automatisierung	3 ●



Generier ein Bild zu ungeduldigen, anspruchsvollen, kritischen und gut informierten Lebensmittel-Kundinnen und -Kunden, die Online einkaufen, die Transparenz verlangen

Quelle: ChatGPT (2025)

16. Kunden werden immer **anspruchsvoller, ungeduldiger und besser informiert.**

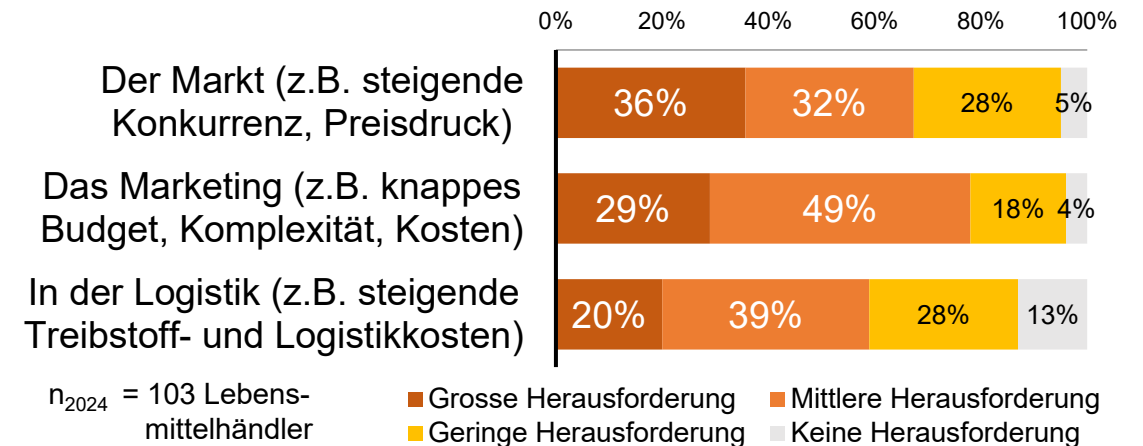
17. Gerade bei Lebensmittel erwarten Konsumenten einen **schnellen Versand**, idealerweise zu auswählbaren Lieferzeiten.

18. Der Trend zur **Marketing, Sales und Service Automation** geht im B2C- & v.a. im B2B-Lebensmittelhandel weiter.

## 2.2.3 Trends im digitalen Vertrieb

#	Trend	Anzahl Nennungen
23.	Inflation / Preisanstieg	3
24.	Steigende Konkurrenz von Herstellern	2 ●
25.	Neue Player kommen auf dem Markt	2
26.	Steigende Konkurrenz durch Startups	2
27.	Suche nach Differenzierung zur Konkurrenz	2 ●
28.	Schnelllebigkeit & hohe Dynamik	2
29.	Direkte Schnittstellen (ERP / EDI)	2
30.	Showrooming	2
31.	Webrooming	2
32.	Starker Anstieg der Paketpreise	2 ●
33.	Nachhaltigkeit	2 ●

### TOP 3 PROBLEME IM FOOD E-COMMERCE 2024



19. Die **Konkurrenz von Lebensmittelherstellern** und Händler nimmt zu. Neue eFood Player kommen auf den Markt, das Angebot steigt.

20. Sich im Onlinelebensmittelhandel zu differenzieren und zu **positionieren** wird immer schwieriger.

21. Steigende **Paketpreise und Logistikkosten** fordern einige Lebensmittelhändler heraus.

22. **Nachhaltigkeit** wurde (nur) von zwei Händler als Trend erwähnt.



## 2.3 eSales & eBusiness Models & Anbieter im eFood

23. Es gibt im aktuellen Lebensmittelhandel immer mehr und ausdifferenzierte **digitale Geschäfts- bzw. Vertriebsmodelle.**

Kap.	eSales / eBusiness Modell	Praxisbeispiele / Anbieter
2.3.1	Direktverkauf ab Hof (D2C) & Plattformen	<a href="http://biomondo.ch">biomondo.ch</a> , <a href="http://hofheimat.ch">hofheimat.ch</a> , <a href="http://grischun.shop">grischun.shop</a> , <a href="http://bio-mio.ch">bio-mio.ch</a> , Plattformen: <a href="http://gemueseabhof.ch">gemueseabhof.ch</a> , <a href="http://openfoodswitzerland.ch">openfoodswitzerland.ch</a> , <a href="http://unser-hofladen.ch">unser-hofladen.ch</a>
2.3.2	Food Herstellungsshops (F2C)	<a href="http://nespresso.ch">nespresso.ch</a> , <a href="http://zweifel.ch">zweifel.ch</a> , <a href="http://spruengli.ch">spruengli.ch</a> , <a href="http://oswald.ch">oswald.ch</a> , <a href="http://buah.de">buah.de</a> , etc.
2.3.3	Klassische Food & Spezialitäten Onlineshops (B2C)	Spezialitäten: <a href="http://mahlerundco.ch">mahlerundco.ch</a> , <a href="http://webshop.transgourmet.ch">webshop.transgourmet.ch</a> , <a href="http://spicelab.ch">spicelab.ch</a> , etc. Weine: <a href="http://delinat.com">delinat.com</a> , <a href="http://schuler.ch">schuler.ch</a> , <a href="http://denner.ch">denner.ch</a> , <a href="http://flaschenpost.ch">flaschenpost.ch</a> , <a href="http://moevenpick-wein.com">moevenpick-wein.com</a> , etc.
2.3.4	Online-Supermärkte (B2C)	<a href="http://coop.ch">coop.ch</a> , <a href="http://migros.ch">migros.ch</a> , <a href="http://farmy.ch">farmy.ch</a> , <a href="http://landi.ch">landi.ch</a> , <a href="http://brack.ch">brack.ch</a> , <a href="http://galaxus.ch">galaxus.ch</a>
2.3.5	Digitale Food-Marktplätze	<a href="http://amazon.de">amazon.de</a> (Amazon Fresh), <a href="http://biomondo.ch">biomondo.ch</a> , <a href="http://hierbeimir.ch">hierbeimir.ch</a> , <a href="http://hogashop.ch">hogashop.ch</a> (B2B)
2.3.6	Lebensmittel-Preisvergleiche	<a href="http://aktionis.ch">aktionis.ch</a> , <a href="http://google.com/shopping">google.com/shopping</a> , <a href="http://bing.com/shop">bing.com/shop</a> , <a href="http://toppreise.ch">toppreise.ch</a> & KI-Plattformen wie <a href="https://openai.com">ChatGPT</a>
2.3.7	Speise-Lieferung & Automaten	<a href="http://eat.ch">eat.ch</a> , <a href="http://ubereats.com">ubereats.com</a> , <a href="http://takeaway.com">takeaway.com</a> , <a href="http://felfel.ch">felfel.ch</a> , <a href="http://emil-froehlich.ch">emil-froehlich.ch</a> , <a href="http://snaex.ch">snaex.ch</a> , <a href="http://selecta.ch">selecta.ch</a>
2.3.8	Coupons & Live Shopping	<a href="http://goqa.ch">goqa.ch</a> (v.a. Wein & Bier), <a href="http://deindeal.ch">deindeal.ch</a> , <a href="http://groupon.com">groupon.com</a> , <a href="http://www.poinz.ch">www.poinz.ch</a>
2.3.9	Content & Magazine	<a href="http://bettybossi.ch">bettybossi.ch</a> , <a href="http://migusto.ch">migusto.ch</a> , <a href="http://fooby.ch">fooby.ch</a> , <a href="http://gutekueche.ch">gutekueche.ch</a> , <a href="http://chefkoch.de">chefkoch.de</a> , <a href="http://swissmilk.ch">swissmilk.ch</a>
2.3.10	Subscription Commerce (Abo-Box)	<a href="http://hellofresh.ch">hellofresh.ch</a> , <a href="http://foodist.ch">foodist.ch</a> , <a href="http://birchbox.ch">birchbox.ch</a> , <a href="http://snackbox-express.ch">snackbox-express.ch</a> , <a href="http://fruechtebox-express.ch">fruechtebox-express.ch</a> , <a href="http://frische-box.ch">frische-box.ch</a> , <a href="http://juts.ch">juts.ch</a> , <a href="http://xsund-box.ch">xsund-box.ch</a> , <a href="http://confiserie-eichenberger.ch">confiserie-eichenberger.ch</a>
2.3.11	Mass Customization	<a href="http://mymuesli.ch">mymuesli.ch</a> , <a href="http://confiserie.ch">confiserie.ch</a> , <a href="http://myswisschocolate.ch">myswisschocolate.ch</a> , <a href="http://saychocolate.ch">saychocolate.ch</a> , <a href="http://myskai.ch">myskai.ch</a>
2.3.12	Mobile Food Shopping	<a href="http://fooddepot.com">fooddepot.com</a> , <a href="http://jamieoliver.com">jamieoliver.com</a> , <a href="http://tripadvisor.ch">tripadvisor.ch</a> , <a href="http://foodshelf.io">foodshelf.io</a>
2.3.13	Lebensmittel-Direktimporteure	<a href="http://gebana.com">gebana.com</a> , <a href="http://crowdcontainer.ch">crowdcontainer.ch</a>
2.3.14	Crowdsourcing & Research	<a href="http://crowdfood.com">crowdfood.com</a> , <a href="http://foodbuzz.de">foodbuzz.de</a> , <a href="http://foodward.ch">foodward.ch</a> , <a href="http://swissfoodresearch.ch">swissfoodresearch.ch</a>
2.3.15	Share Economy & Food Waste	<a href="http://secend.ch">secend.ch</a> , <a href="http://toogoodtogo.ch">toogoodtogo.ch</a> , <a href="http://cookeat.ch">cookeat.ch</a> , <a href="http://ortoloco.ch">ortoloco.ch</a> , <a href="http://waedichoerbli.ch">waedichoerbli.ch</a> , <a href="http://foodwaste.ch">foodwaste.ch</a>

## 2.3.1 Direktverkauf ab Hof & Plattformen; Beispiel 1: biomondo.ch

biomondo Ermöglicht durch BIO SUISSSE

# Dein Bio-Marktplatz der Schweiz

100% bio, regional und fair.

Produkte Betriebe


Suche nach Angebot, Kategorie oder Region Standort eingeben → ANGEBOT FINDEN

Bio-Onlineshop Hofläden & Restaurants Börse für Bio-Höfe

24. Biomondo entwickelte sich zum **führenden Bio-Marktplatz** der Schweiz.



## 2.3.1 Direktverkauf & Plattformen; Beispiel 2: gemueseabhof.ch



**GEMÜSE AB HOF**  
*Früher geht's nicht!*

Unsere Verteilpunkte und Abholzeiten 031 755 62 32  
info@gemueseabhof.ch

Home Verteilpunkte Schnellbestellung **Onlineshop** Hofladen Rezepte Info Mein Konto

**Gemüse, Früchte, Hausgemachtes und vieles mehr!**

Für eine Abholung am Freitag - Bestellannahmeschluss  
Mittwoch 24:00 Uhr Verteilpunkte

Produkt suchen

**ZUR SCHNELLBESTELLUNG**

Produkt suchen

Suche in Shop...

Startseite / Shop

# Shop

25. Omnichannel-Lebensmittel-Plattformen versuchen durch
- Frische
  - Regionalität
  - breitem Angebot
  - hoher Verfügbarkeit
  - schneller Lieferung zu punkten.

## 2.3.2 Herstellershops (F2C); Beispiel 1: nespresso.ch

The screenshot shows the Nespresso website homepage. At the top, there is a navigation bar with the Nespresso logo, a search bar, and links for 'ANMELDEN', 'WARENKORB (0)', and 'ANGEBOTE'. Below this is a secondary navigation bar with icons and labels for 'Compostable', 'Kaffee', 'Maschinen', 'Accessoires', 'Geschenk-Ideen', 'Abo', 'Experience', 'Nachhaltigkeit', 'Recycling', 'Uns finden', and 'Professionals'. The main content area features a large banner with a scenic background and the text: 'NOCH KEIN KUNDE? HIER IST IHR WILLKOMMENSANGEBOT! Erhalten Sie sofort 20% Reduktion auf Ihre erste Kaffeebestellung bei Nespresso. Promo Code: WELCOME20'. Below the banner is a button labeled 'IHRE KAFFEES AUSWÄHLEN'. At the bottom, there are three product category cards: 'KAFFEES', 'MASCHINEN', and 'ACCESSOIRES', each with a sub-header 'Entdecken Sie alle Nespresso...' and an 'ENTDECKEN' button. A yellow callout box on the right contains the text: '26. Auch wegen dem Onlineshop wurde Nespresso zum grössten Kaffee-Händler der Welt.'



## 2.3.2 Herstellershops (F2C); Beispiel 2: zweifel.ch

The image shows the top part of the zweifel.ch website. The header is orange and contains the 'ZWEIFEL' logo on the left, followed by navigation links: 'PRODUKTE', 'GENUSSWERKSTATT', 'WETTBEWERBE', 'FRIENDZ', 'UNTERNEHMEN', 'KONTAKT', and a language selector 'DE'. There are also icons for a user profile and a shopping cart. Below the header is a large banner with a white background. The text 'VOM HOF ZU DIR' is written in large, bold, black, distressed-style letters. To the right of the text is a black silhouette of a tractor with a dashed line leading from its front to an orange house icon with a white heart inside. Below the main text, the slogan 'BEGLEITE DIE KARTOFFELN AUF IHRER REISE VOM FELD BIS ZU DIR.' is written in orange and black.

27. Zweifel ist ein gutes D2C-Beispiel, wie

- Lieferanten
- Lieferketten
- Rohstoffherkunft
- Inhalte / Inhaltsstoffe
- Produkte
- Produktionsmethoden
- **Lieferwege** digital transparent gemacht werden.

## 2.3.3 Klassische Onlineshops (B2C); Beispiel: mahlerundco.ch

**Mahler & Co.** In 2'500 Bio Produkten suchen... Eigenmarke Info BIO BOX Info Über uns Blog

Bio-Grosspackungen  
Saisonale Frischprodukte  
Lebensmittel retten

Frisch: BIO BOX  
Fleisch: BIO BOX  
Lebensmittel & Getränke  
Eigenmarke  
Naturkosmetik  
Geschenke  
Tier, Haus & Garten

Aktionen  
Neuheiten  
Rette mich!

Firmenangebote

**GINGER POWER**  
Die Kooperative WAD baut im Dorf Krodua kräftigen Bio-Ingwer für uns an.  
[Crispy Ginger bestellen](#)

FRISCH: BIO BOX  
FLEISCH: BIO BOX  
LEBENSMITTEL & GETRÄNKE  
EIGENMARKE  
NATURKOSMETIK  
TIER, HAUS & GARTEN

28. Der «**Pure Player**» Mahler & Co. entwickelte den Bio-Onlineshop seit Jahren aus der Nische heraus.



## 2.3.3 Onlineshops & Abo-Commerce; Beispiel: delinat.com

**DELINAT** Weinabo Weinshop Events **Weinwissen** Bio-Garantie

# Biowein von Delinat – Genuss aus reicher Natur

Natürlich geniessen, Artenvielfalt fördern und Klima schützen: Feiern Sie mit uns den Genuss, die Freude an feinen Weinen und das Leben.

**ZUM ABO** **ALLE WEINE**

29. Dank dem Online-shop wurde Delinat zum grössten und erfolgreichsten Händler von Bioweinen.

Hier findest du die heissesten Aktionen und Rabatte

Was suchst du?



Ganze Schweiz



## 2.3.6 Lebensmittel-Preisvergleiche; Beispiel: aktionis.ch

Kategorien

**Nahrungsmittel (723)**

- Backwaren / Patisserie (56)
- Bio (5)
- Cerealien (14)
- Vorräte (152)
- Fertiggerichte (64)
- Fleisch / Wurstwaren (65)
- Fisch / Meeresfrüchte (15)
- Früchte / Gemüse (80)**
- Milchprodukte / Eier (98)
- Süsses / Snacks (106)
- Tiefkühlprodukte (56)
- Vegetarisch / Vegan (12)
- Getränke (220)
- Mode / Accessoires (87)
- Heim / Garten (300)
- Sport / Fitness (27)
- Gesundheit / Schönheit (159)
- Tierbedarf (38)
- Baby / Kinder (17)
- Sonstiges (12)

Anbieter

- Coop (464)
- OTTO'S (321)
- Denner (243)
- LIDL (137)
- Migros (133)
- SPAR (114)
- ALDI Suisse (62)
- Coop Megastore (36)
- Volg (17)

Preis

Rabatt

Erweiterte Suche...

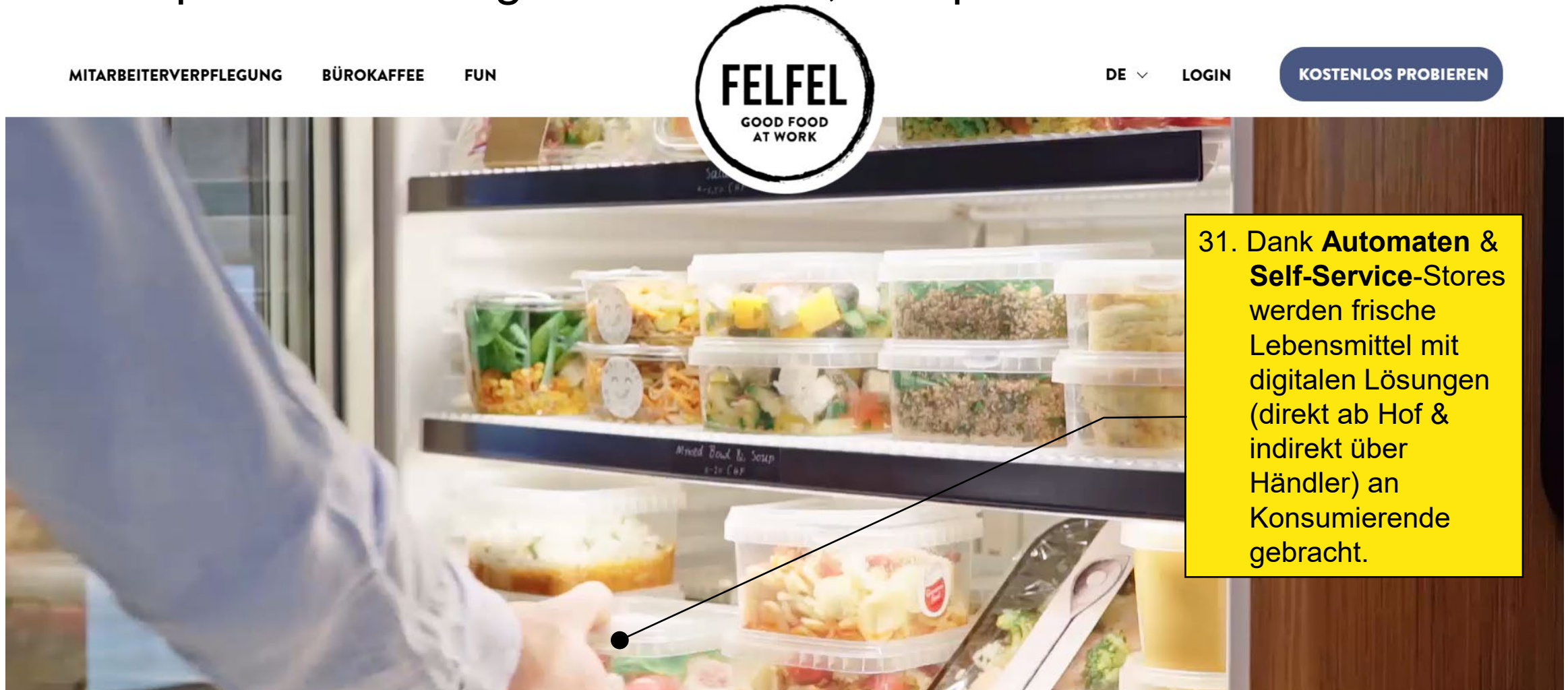
Sortiert nach: Rabatt

<p><b>0.70</b> 1-40 <b>50%</b></p> <p><b>SPAR Tomaten geschält ganz</b> 400 g 16.01.2025 - 22.01.2025</p>	<p><b>1.60</b> 3-25 <b>50%</b></p> <p><b>SPAR Gurken</b> 460 g (Abtropfgewicht) 16.01.2025 - 22.01.2025</p>	<p><b>4.95</b> 9-45 <b>47%</b></p> <p><b>Denner Morcheln</b> Getrocknet, 20 g 14.01.2025 - 20.01.2025</p>
<p><b>2.70</b> 4-55 <b>40%</b></p> <p><b>Mini-Äpfel</b> Schweiz, Beutel 1.5 kg, 1 kg = 1.80, Angeb... 14.01.2025 - 20.01.2025</p>	<p><b>0.99</b> 4-59 <b>37%</b></p> <p><b>Spitzpeperoni rot (Aktion nur im T...</b> Diese Aktion ist nur im Tessin gültig. , Herk... ab 16.01.2025</p>	<p><b>1.90</b> 2-95 <b>35%</b></p> <p><b>Clementinen</b> Kg 16.01.2025 - 22.01.2025</p>
<p><b>1.95</b> 2-95 <b>33%</b></p> <p><b>Nüsslisalat</b> 14.01.2025 - 19.01.2025</p>	<p><b>1.30</b> 4-95 <b>33%</b></p> <p><b>Kohlrabi</b> Stück 16.01.2025 - 22.01.2025</p>	<p><b>1.-</b> 4-50 <b>33%</b></p> <p><b>Extra Kiwi Gold</b> Italien, pro Stück, Angebot gilt nur vom 14... 14.01.2025 - 20.01.2025</p>

**30. Preise & Rabatte**  
von Lebensmittel  
werden dank  
Preisvergleichs-  
Dienste offen und  
transparent.



## 2.3.7 Speise-Lieferung & Automaten; Beispiel: FELFEL



The image shows a screenshot of the FELFEL website. At the top, there is a navigation bar with the following elements: 'MITARBEITERVERPFLEGUNG', 'BÜROKAFFEE', 'FUN', the FELFEL logo (a circular emblem with 'FELFEL' and 'GOOD FOOD AT WORK' inside), 'DE' with a dropdown arrow, 'LOGIN', and a blue button labeled 'KOSTENLOS PROBIEREN'. Below the navigation bar is a photograph of a self-service food station. The station has several shelves filled with clear plastic containers of various food items, including salads, soups, and dips. A person's hand is visible in the foreground, reaching for one of the containers. A yellow callout box on the right side of the image contains the following text: '31. Dank **Automaten & Self-Service-Stores** werden frische Lebensmittel mit digitalen Lösungen (direkt ab Hof & indirekt über Händler) an Konsumierende gebracht.'



## 2.3.8 Couponing & Live Shopping; Beispiel: QoQa



>4'200 Offers\*



Avg. 230k Daily Visits



CHF 175 m Revenue\*

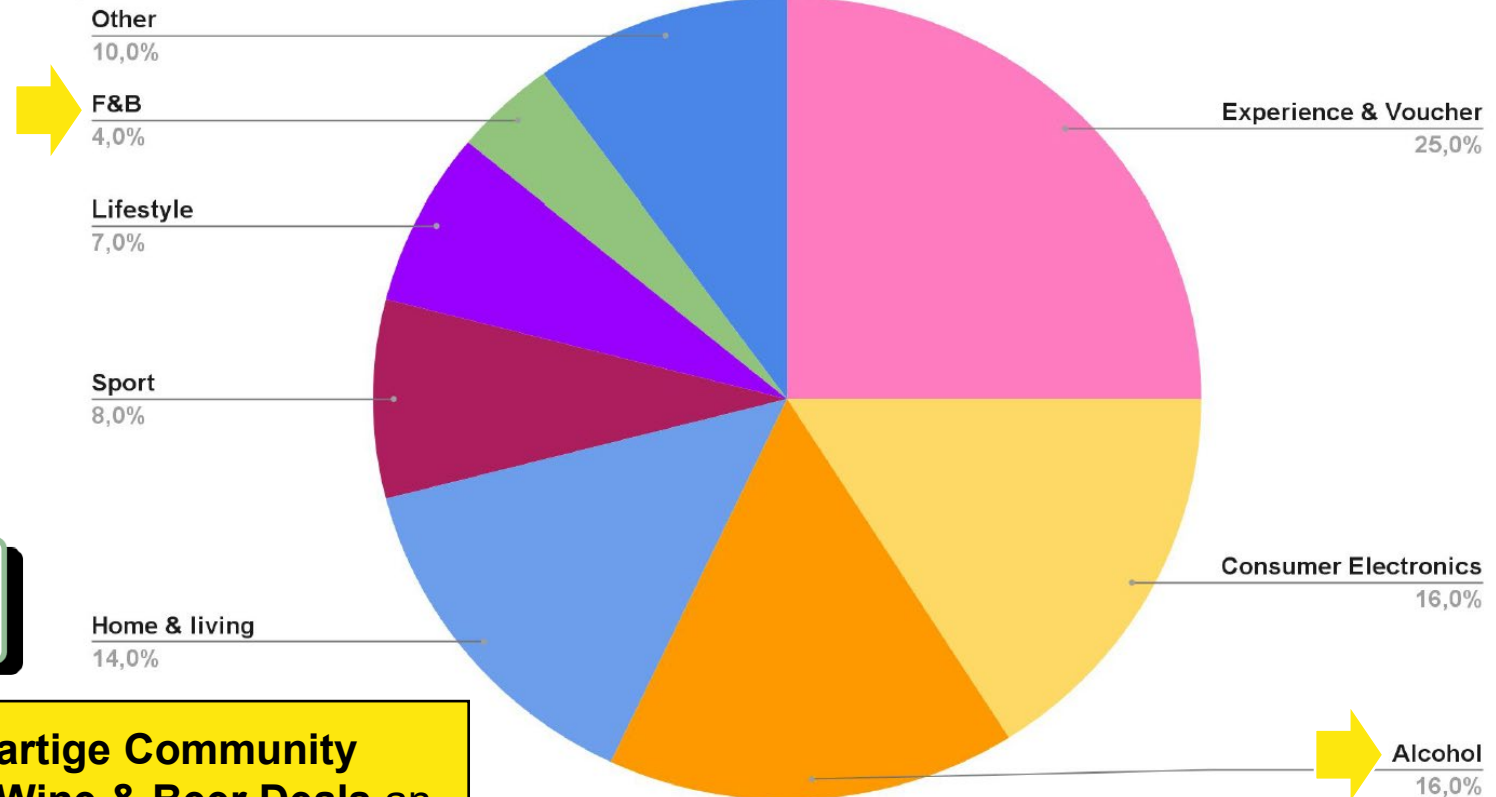


>250'000 Active Customers

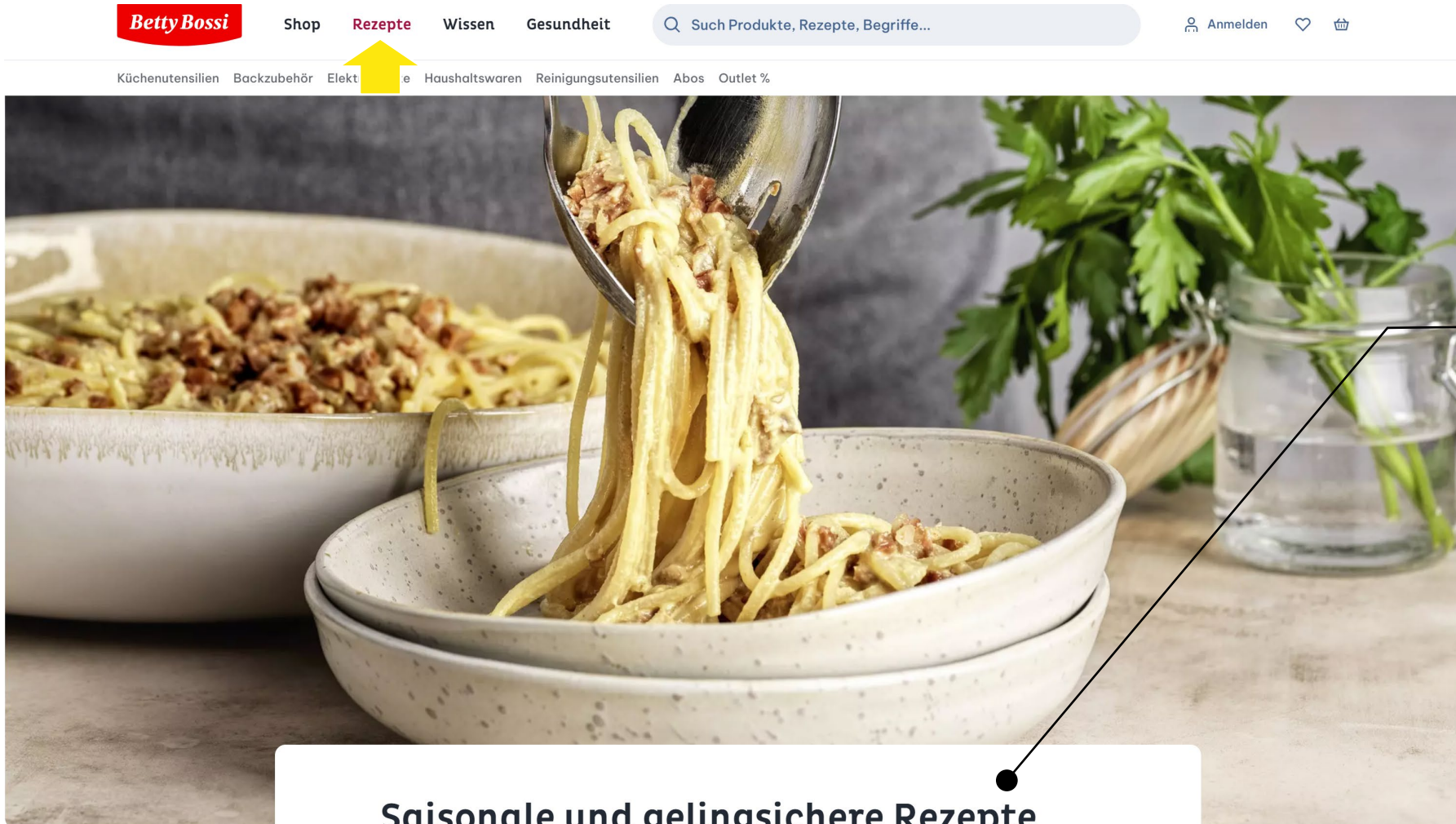


1 Million Touch Points

32. QoQa hat eine Schweizweit **einzigartige Community** aufgebaut & bietet spezielle Food, **Wine & Beer Deals** an.



## 2.3.9 Content, Magazine & Rezepte; Beispiel: bettybossi.ch



33. Hervorragender **Content (Rezepte)**, Marketing, Branding und SEO generiert Betty Bossi Millionen von Website-Besuchern und Onlineshop-Kunden.

Saisonale und gelingsichere Rezepte



## 2.3.13 Crowdsourcing & Direktimport: Gebana



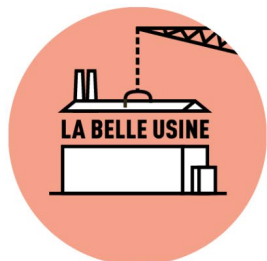
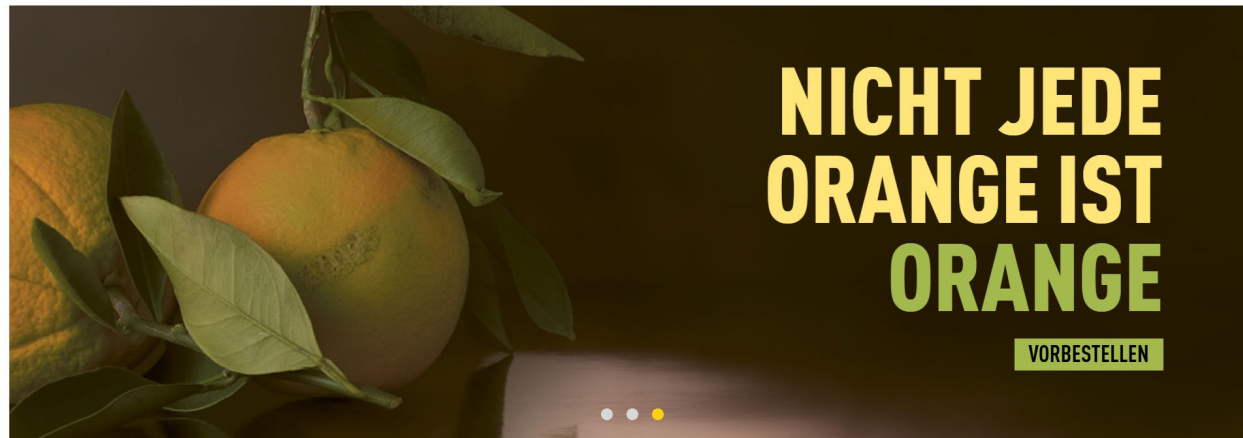
Weltweit ab Hof

SHOP

CHANGING THE RULES

WIR SIND GEBANA

DE | FR



**WIR BAUEN  
EINE FABRIK!**

MEHR ERFAHREN



34. Gebana importiert Lebensmittel (meist in Grosspackungen) weltweit direkt ab Hof und nachhaltig aus dem Aus- und Inland.



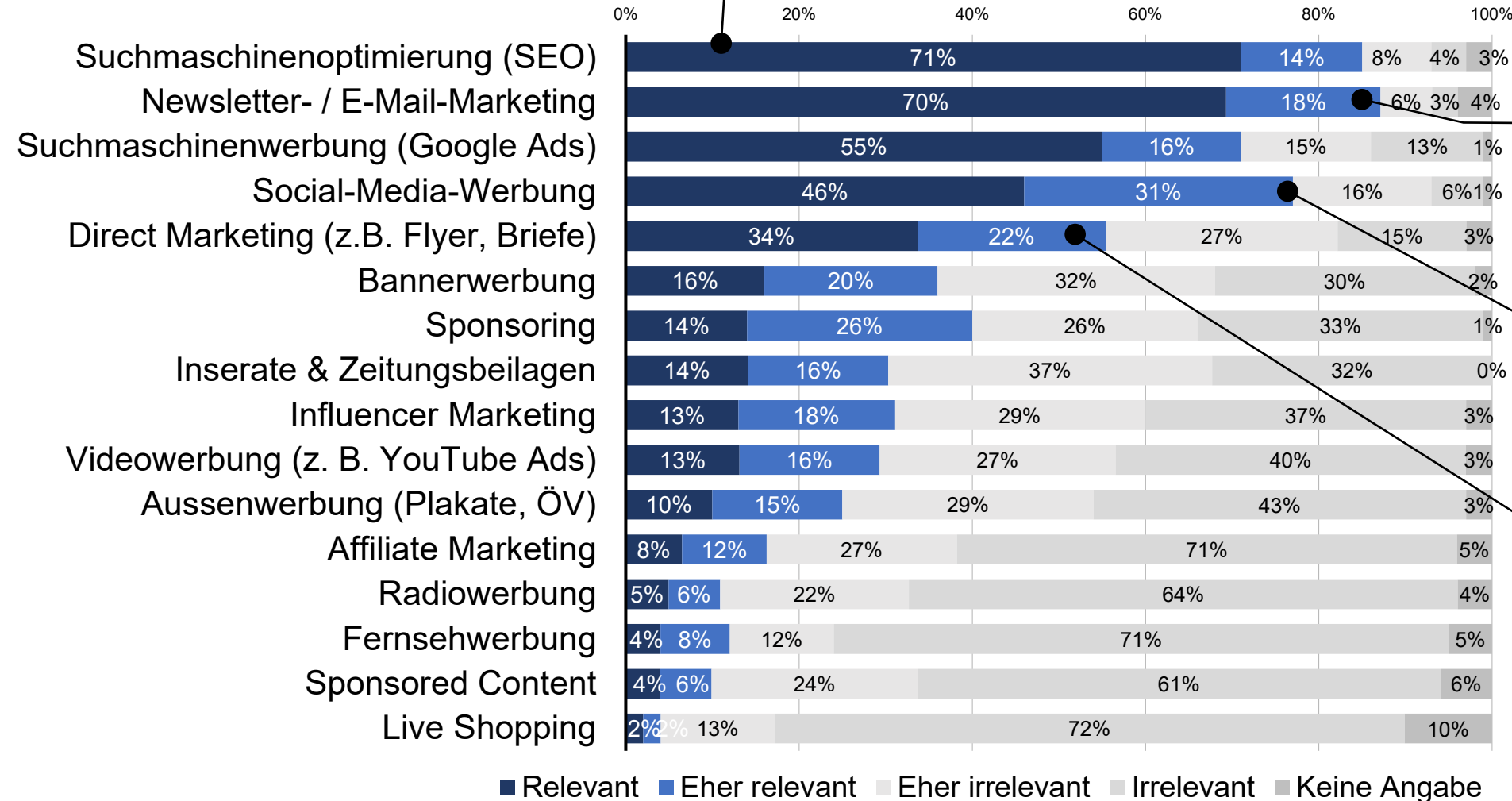
## 2.3.15 E-Commerce Startups gegen Food Waste: Beispiel SECEND

The image shows a screenshot of the SECEND website. At the top, the SECEND logo is displayed with the tagline "Kein Fall für den Abfall." Below the logo, a navigation menu lists categories: Home, Alle Produkte, Neue Produkte, Bestseller, Fr. 1.- oder weniger, Letzte Chance, Boxen, Vorratsschrank, Drogerie & Haushalt, Süßes & Salziges, and Getränke. A sidebar on the left contains the text "Retterbox gewinnen" with a close button. The main content area features a large image of a cardboard box overflowing with various food products, including Balisto, Fat Real, and HUGO. A green callout bubble above the box says "bis zu -80% Rabatt!". To the right of the box, the text reads "RETTE LEBENSMITTEL. SPARE GELD." followed by "Bestelle gerettete Lebensmittel bequem nach Hause. Gut für deinen Geldbeutel & die Umwelt." A yellow callout box at the top right contains the text: "35. Prämierte Startups wie SECEND wirken dank gutem Marketing und Onlineshop dem Foodwaste entgegen." Below this callout is a "DIGITAL COMMERCE AWARD Sieger 2023" badge. At the bottom of the page, logos for SRF, 20, Handelszeitung, Blick, and Nau.ch are visible.

# 3. Marketingkanäle



### 3.1 Marketinginstrumente



36. Fast alle Onlinehändler betreiben für die Website **Suchmaschinenoptimierung** (SEO für Google).  
Die Mehrheit schaltet im SEA **Google Ads**.

n = 105 (Lebensmittel-Onlinehändler)

37. Für fast alle sind **E-Mails & Newsletters** relevant

38.  $\frac{3}{4}$  schaltet **Instagram, Facebook & TikTok Ads**.

39. Mehrheit macht **Direct Marketing** (z.B. Flyer)

Abbildung 13: Wie relevant sind die folgenden Marketinginstrumente für Ihren Onlineshop?

# 4. KI-Anwendungen im E-Commerce



## 4.1.1 Hofverkauf über KI: Beispiel ChatGPT

- (Junge) Konsumenten recherchieren Lebensmittelangebote zunehmend in **KI-Tools wie ChatGPT**
- Bauern & Lebensmittelhersteller sollten bei Direktvertrieb mit ihrem Angebot auch hier gefunden werden
- Voraussetzung hierzu sind eine eigene Website, Onlineshop oder zumindest ein **Google MyBusiness-Eintrag**
- Zukünftig muss man für Suchmaschinen wie Google (SEO) und für **KI-Plattformen (AIO) optimieren:**
  - [ChatGPT.com](https://chatgpt.com)
  - [Bing.com](https://bing.com) (siehe nächste Folie)
  - [gemini.google.com](https://gemini.google.com)
  - [perplexity.ai](https://perplexity.ai) (übernächste Folie)

Ich suche günstiges biologisches Schweizer Gemüse ab Hof. Gib mir ein paar Onlineangebote



In der Schweiz gibt es mehrere Bio-Bauernhöfe und Anbieter, die frisches Gemüse direkt ab Hof über Online-Shops anbieten. Hier sind einige Empfehlungen|

- **Gemüse ab Hof:** Dieser Hof bietet eine breite Palette an Gemüse, Salaten, Früchten, Kräutern und hausgemachten Produkten an. Bestellungen können online zusammengestellt und an Verteilpunkten oder im Hofladen abgeholt werden. GEMÜSE AB HOF
- **Frische-Box:** Ein Bio-Betrieb, der wöchentliche oder zweiwöchentliche Abonnements für frische Bio-Produkte direkt nach Hause anbietet. Die Produkte sind frisch, regional und saisonal. FRISCHE-BOX
- **Bio Mio:** Mit Bio Mio können Sie sich regionales, erntefrisches Gemüse und Obst sowie weitere Bio-Produkte direkt vom Biohof liefern lassen. Dies erfolgt ohne Einkaufstress und unterstützt soziale Einrichtungen. BIO MIO
- **BioBouquet:** Ein Demeter-Betrieb, der ein flexibles Bio-Gemüseabo anbietet. Kunden können Lieferungen online anpassen und den Lieferrhythmus bestimmen. Das Liefergebiet umfasst unter anderem die Region Olten. BIOBOUQUET
- **biogemüse MAURER:** Dieser Online-Hofladen ermöglicht es, Produkte nach Wahl zusammenzustellen – ohne Abo und auf Wunsch ohne Registrierung. Informationen zu Zustellgebieten und Abwicklung sind auf der Website verfügbar. BIOLOGISCHER MAURER
- **Biogarten Lieli:** Dieser Hof bietet Produkte im Direktverkauf an, die über Gemüse-Abos bestellt oder auf dem Wochenmarkt in Baden erworben werden können. BIOGARTEN LIELI
- **Müller Steinmaur:** Mit den Abo-Boxen dieses Hofes erhalten Sie frisches Bio-Gemüse und feine Bio-Früchte direkt nach Hause geliefert. Die Vielfalt der Natur kann in verschiedenen Abo-Kisten entdeckt werden. MÜLLER STEINMAUR SHOP
- **gebana:** Dieser Anbieter liefert Bio-Gemüse frisch ab Ernte direkt zu Ihnen nach Hause. Große Packungen können bestellt und geteilt werden, was nachhaltig ist. GEBANA.COM

Bitte beachten Sie, dass die Verfügbarkeit der Produkte und die Lieferbedingungen je nach Anbieter variieren können. Es ist ratsam, die jeweiligen Websites für detaillierte Informationen zu besuchen.

Quellen



Quelle: <https://chatgpt.com/c/678780fe-91c8-8005-bd16-86205616b459>

Gemüse ab Hof

**Gemüse ab Hof- Frischer geht's nicht!**

In unserem Online-Shop kannst Du aus unserer breiten Palette an Gemüse, Salaten, Früchten,...

Frische-Box

**Frische-Box – Gemüse und Früchte online bestellen**

Lerne unsere Abos kennen. Frische Bio-Produkte wöchentlich oder zweiwöchentlich direkt zu Dir nac...

Bio Mio

**Bio Mio - Bio-Produkte direkt ab Hof**

Mit Bio Mio kannst du dir regionales, erntefrisches Gemüse und Obst sowie weitere Bio-Produkte direkt...

BioBouquet

**BioBouquet – Das flexible Bio-Gemüseabo im Mittelland**

Gemüse und Früchte direkt vors Haus, im Abo oder wann immer Sie wollen, Bio und Demeter, von Bern...

Biogemüse Maurer

**Online-Hofladen - biogemüse MAURER**

Online-Hofladen. Stellen Sie Ihre Produkte nach Wahl zusammen – ohne Abo und auf Wunsch ohne...

Biogarten Lieli

**Biogarten Lieli | Bio Gemüse vom Hof für Zürich und Baden**

Unsere Produkte bieten wir dir im Direktverkauf an. Das heisst, du kannst diese über eines unserer...

Müller Steinmaur Shop

**Frisches Gemüse direkt vom Hof - Bio Abo-Boxen**

Hole dir mit unseren Abo-Boxen frisches Bio-Gemüse und feine Bio-Früchte direkt vom Hof zu dir nach...

gebana.com

**Bio Gemüse direkt ab Hof kaufen · gebana.com**

Grosse Packungen bestellen und teilen! Wir liefern Bio Gemüse frisch ab Ernte direkt zu Ihnen nach Hause. ...

Mehr



# 4.1.2 Hofverkauf über KI: Beispiele Bing & Gemini

Gemini  
1.5 Flash

Gemini Advanced ausprobieren

Gib eine Liste inkl. URL von Schweizer Bauernhöfen, die über einen Onlineshop direkt verkaufen

Es gibt viele Schweizer Bauernhöfe, die ihre Produkte über einen eigenen Onlineshop verkaufen. Es ist jedoch schwierig, eine vollständige und immer aktuelle Liste zu erstellen, da sich das Angebot ständig ändert.

Hier sind einige Möglichkeiten, solche Bauernhöfe zu finden, sowie einige Beispiele:

### 1. Online-Marktplätze und Plattformen:

- **Biomondo:** <https://www.biomondo.ch/> (Marktplatz für Bio-Produkte, wo viele Bauernhöfe ihre Waren anbieten)
- **HofladenSuche.ch:** <https://www.hofladensuche.ch/> (Hier kann man nach Hofläden in der Nähe suchen, viele haben auch einen Online-Shop)

### 2. Direkte Suche und Empfehlungen:

- **Vom Hof - Schweizer Bäuerinnen & Bauern:** <https://www.schweizerbauern.ch/bauernhof-erleben/auf-dem-bauernhof/vom-hof/> (Hier findet man Informationen und teilweise auch Links zu Bauernhöfen)
- **Regionale Suchbegriffe:** Suche im Internet nach "Bauernhof Onlineshop [Region]" (z.B. "Bauernhof Onlineshop Zürich" oder "Bauernhof Onlineshop Graubünden").

### 3. Beispiele (ohne Anspruch auf Vollständigkeit):

Quelle: <https://gemini.google.com/app/057389a35f44b530?hl=de>

Ungefähr 1.050.000 Ergebnisse

**Biomondo**  
<https://www.biomondo.ch>

### Biomondo – Dein online Bio-Marktplatz der Schweiz

100% bio, regional und fair. Unsere Bio-Höfe, Bio-Gärtnereien und Bio-Verarbeiter freuen sich, wenn du direkt bei ihnen bestellst. Beachte bitte, dass jeder Betrieb seine Lieferkonditionen ...

- Tiere
- Hilfe
- Registrieren
- Anmelden
- AGB

**Biomondo - Dein Bio-Marktplatz der Schweiz**  
Bioladen  
Peter Merian-Strasse 34 · 4052 Basel

WEBSITE ROUTENPLA...

**Biomondo**  
<https://www.biomondo.ch>

### Über Biomondo - deinem Biomarktplatz der Schweiz



Wir von Biomondo sind mit Herzblut dabei, dich schweizweit mit Bio-Höfen zu verbinden, damit du direkt bei ihnen einkaufen kannst. Derzeit sind fast 3'000 Bio-Produzent:innen bei uns ...

### Ähnliche Fragen

#### Welche Bio- Geschäfte gibt es in der Schweiz?

Neben **Coop bieten auch Manor Food, Globus delicatessa und Volg** eine Vielzahl an Bio-Produkten. Entdecken Sie diese Geschäfte für weitere Optionen zum Einkauf von Bi...

Bio-Produkte im Fachhandel in ...  
bio-suisse.ch

#### Wie viele Angebote gibt es auf Biomondo?

Mit **über 2'000 Angeboten** sind wir heute schon der grösste digitale Bio-Marktplatz in der Schweiz. Derzeit sind fast 3'000 Bio-Produzent:innen bei uns angemeldet. Wir vermitteln Verkäufe ...

Über Biomondo - deinem Bioma...  
biomondo.ch

#### Wie viele sind in d

Derzeit **Produz** Mit üf heute Marktpl:

Über B  
blon

Feedback

Quelle: <https://www.bing.com/search?q=ich+suche+g%25u00fcnstiges+biologisches+Schweizer+Gem%25u00fcse+ab+Hof>

### Ähnliche Suchen

- bio schweiz online shop
- bio marktplatz schweiz
- bio shop schweiz
- bio produkte schweiz
- bio suisse schweiz
- bio händler schweiz
- biomondo zürich

**Biomondo - Dein Bio-Marktplatz der Schweiz**  
Bioladen in Basel

Website Routenplaner

Peter Merian-Strasse 34 · 4052 Basel · 48 km

061 204 66 66

24 Stunden geöffnet

Bearbeitung vorschlagen · Verwalten dieses Geschäfts

Fehlende Informationen hinzufügen

Fotos hinzufügen

## 4.1.3 Hofverkauf über KI: Beispiel perplexity.ai

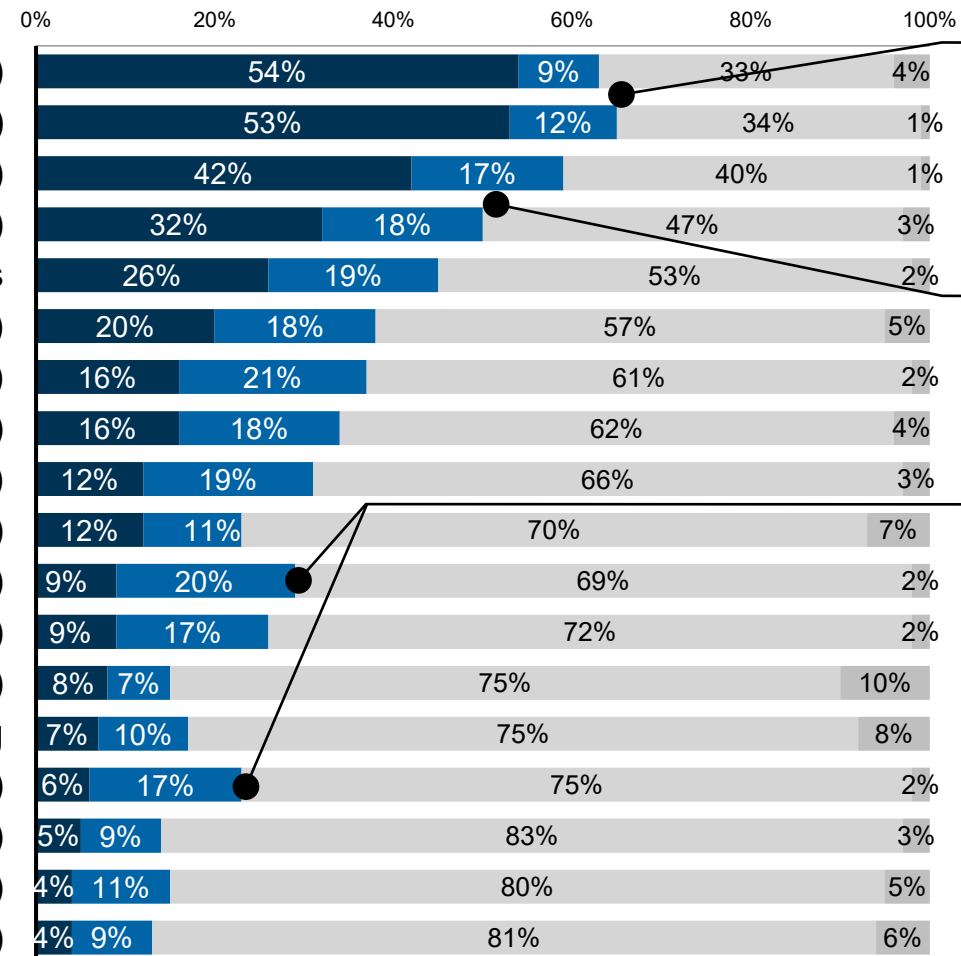
- **Crawlers** (Bots) von KI-Tools wie ChatGPT & perplexity.ai indexieren die Websites und Onlineshops des Web
- Bei entsprechenden Suchanfragen werden entsprechende Informationen und **Links** auf die Webseiten angezeigt (vgl. Screenshots rechts)
- Deshalb sollte auf der eigenen Website, in einem Blog oder im Onlineshop viel, aktueller **qualitativ hochstehender Inhalt** publiziert werden
- Bei der **Erstellung von Texten** (z.B. zu Produkten, zum Hof, zu den Herstell- und Produktionsmethoden), Bilder und Videos hilft wiederum die **KI**, wie die Studienresultate zeigen:

The screenshot shows the Perplexity AI search interface. The search query is 'Ich suche günstiges biologisches Schweizer Gemüse ab Hof. Gib mir passende Onlineangebote mit Link zum Anbieter'. The results are categorized under 'Quellen' (Sources) and 'Antwort' (Answer). The 'Quellen' section lists four sources: 'salat', 'biohof-schaer', 'quer-beet', and 'Alle anzeigen'. The 'Antwort' section provides a numbered list of six results, each with a brief description and a link to the provider's website. The results are: 1. Salat.ch, 2. Biohof Schär Brittnau, 3. Querbeet, 4. Birsmatthof, 5. Gemüse ab Hof, and 6. BioBouquet.

Quelle: <https://www.perplexity.ai/search/ich-suche-gunstiges-biologisch-rsZiilVXSfCOAsNR7u2fsg>

# 4.1 Übersicht zu KI-Anwendungen im E-Commerce

- Bei Übersetzungen (z.B. deepL)
- Bei der Text-Erstellung (z. B. ChatGPT)
- Bei der Erstellung von Produktinformationen (Produkttexte)
- Im SEO (z.B. suchmaschinenoptimierte Produkttexte mittels KI)
- Bei der Erstellung von Bilder und Videos
- Bei Marketingkampagnen (z.B. Targeting, Steuerung)
- Bei der Suche (KI-Produktsuche, -filter oder -finder)
- Im Analytics (Datenauswertung mit KI)
- Bei Produktempfehlungen (KI-basierte Empfehlungssysteme)
- In der Programmierung (z.B. Co-Pilot)
- Im Kundenservice (KI-Service-Chatbot, Kundensupport)
- Bei der Personalisierung (von Inhalten/Angebote)
- Im Inkasso (z.B. Bonitätsprüfung)
- Bei der Prävention & Erkennung von Betrug
- In der Verkaufs- / Kundenberatung (KI-Verkaufs-Chatbot)
- Im Pricing (Angebotsberechnung, Preisgestaltung)
- Im Forecasting (z.B. Verkaufs- / Umsatzprognosen)
- Bei der Beschaffung (z.B. autom. Einkauf, Bedarfsermittlung)



40. Über die Hälfte erstellt und übersetzt mit KI Texte.

41. Über 1/3 erstellt mit KI SEO-optimierte Produkttexte.

42. 9% nutzt & 20% planen KI-Service-/Sales-Chatbots.

Abbildung 18: In welchem Bereich des Digital Commerce & Marketing kommt die Künstliche Intelligenz (KI, AI) bei Ihnen im Unternehmen zur Anwendung?

n = 605 ■ Wird eingesetzt ■ Ist in Planung ■ Wird nicht eingesetzt ■ Weiss nicht / keine Angabe



# 5. Handlungsempfehlungen an Lebensmittelhändler



## 5.1 Handlungsempfehlungen an Lebensmittelhändler

1. Jeder Lebensmittelhersteller und -verkäufer braucht eine **Website**, sie ist und bleibt das wichtigste Marketinginstrument (Owned Media)
2. Bietet **mobile-optimierte Websites** (Responsive Design) an, denn die Kundschaft informiert sich und kauft hauptsächlich mit dem **Smartphone**
3. Prüft ob es sich lohnt, Lebensmittel über einen eigenen **Onlineshop** direkt an die Kundschaft zu verkaufen (rein technisch kein grosser Aufwand)
4. Nutzt mehrere **Marketing- und Vertriebskanälen** gleichzeitig, testet digitale Marktplätze, Instagram, WhatsApp und/oder Newsletter zur Vermarktung
5. Nutzt soziale Medien um eine Community, direkte **Kundenbeziehungen** aufzubauen und zu pflegen
6. Prüft die Zusammenarbeit mit **Food Blogger**, erhöht dank Foodfluencer die Reichweite und Bekanntheit Eures Betriebs und Angebotes
7. **Social Selling**, d.h. die Bewerbung & Verkauf von Lebensmittel über Instagram TikTok und YouTube, ist im Trend
8. Versucht im Marketing- und **Vertriebsprozesse** zu digitalisieren und **automatisieren**
9. Differenziert und **positioniert Euch** gegenüber Mitbewerbern, z.B. durch Regionalität, Qualität, Nachhaltigkeit, Transparenz, Kundenservices
10. Erstellt qualitativ hochstehende, aktuelle, spannende **Inhalte**. Dies hilft auch im **Suchmaschinen-** und bei der **KI-Optimierung:**

## 5.2 KI-Handlungsempfehlungen an Lebensmittelhändler

11. Nutzt die KI zur **Inspiration und Ideengenerierung** im ganzen Betrieb
12. **Texte** (z.B. für Website, Onlineshop, Blog, Social Media und Newsletter) mit KI erstellen und dabei eine Qualitätskontrolle sicherstellen
13. Mit KI-Tools wie DeepL alle **Texte übersetzen** und eine **mehrsprachige Website**, Blog bzw. Onlineshop anbieten
14. Produkttexte mit KI-Tools **suchmaschinenoptimieren** (u.a. Keywords), um bei Google **und** KI-Tools wie ChatGPT gefunden werden zu werden.
15. Habt keine Berührungängste, testet und **nutzt neue Technologien** wie die KI



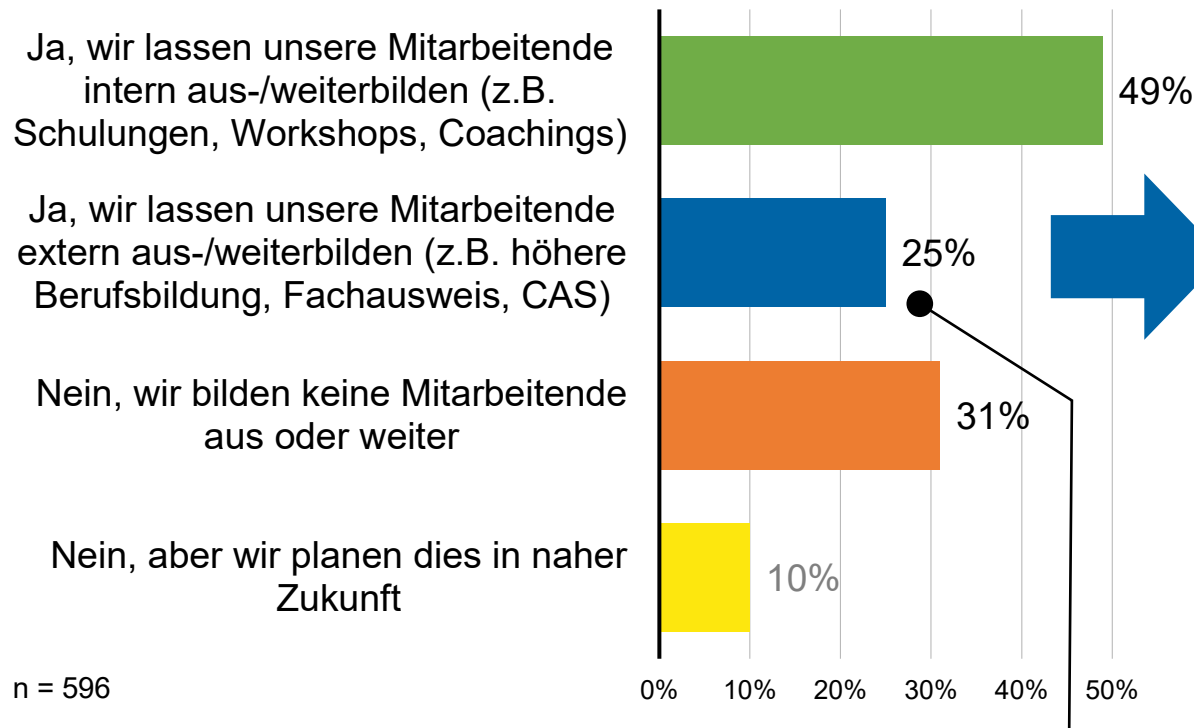


# 6. Weiterbildungen



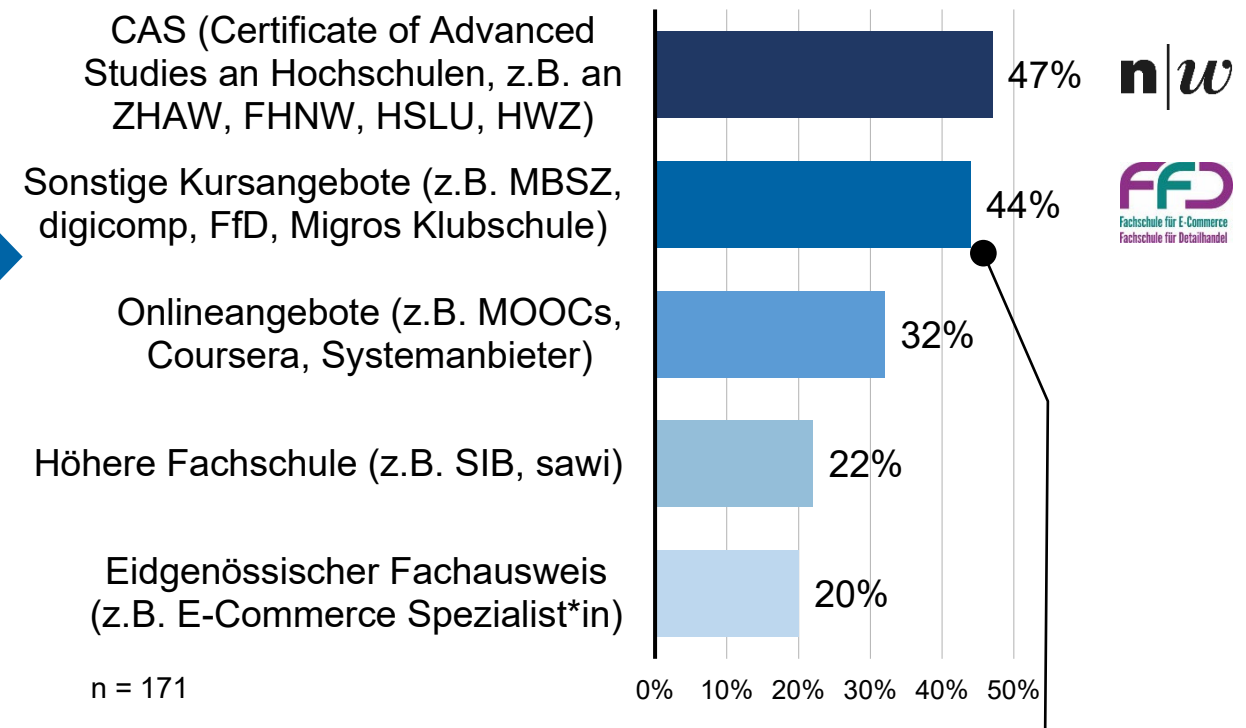
# 6.1 Aus- und Weiterbildung zu E-Commerce und digitalem Marketing

## AUS-/WEITERBILDUNG VON MITARBEITENDEN



Nur jeder 4. Onlinehändler **bildet** seine Mitarbeitende **extern aus- oder weiter**. 1/3 bildet gar nicht aus/weiter!

## FORMEN DER EXTERNEN AUS-/WEITERBILDUNG



Fast die Hälfte bildet sich in einem **CAS** an Hochschulen oder an einer Schule wie der FfD aus- oder weiter.

## Modulkonfigurator

So funktioniert der Modulkonfigurator ▾

Module	Kalender	SUCHE NACH MODULNAME
Modul AI POWERED DIGITAL MARKETING		+
Modul DIGITAL MARKETING		+
Modul CONTENT MARKETING		+
Modul DIGITAL CONTENT CREATION		+
Modul DIGITAL LEADERSHIP		+
Modul DIGITALE TRANSFORMATION		+
Modul PERFORMANCE MARKETING		+
Modul MARKETING AUTOMATION		+
<b>Modul E-COMMERCE B2B/B2C</b>		×
Modul DATA DRIVEN MARKETING		+
Modul SOCIAL MEDIA		+

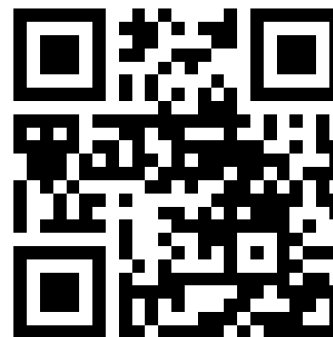


6.2 Jetzt für das **Modul E-Commerce B2B/B2C** der FHNW anmelden.

Im einzigartigen Modulkonfigurator hat man viele Wahlmöglichkeiten.

Jetzt informieren:

<https://lets-get-digital.ch>



### Programmtitel

CAS Digital Marketing Spezialist:in	+	CAS Content Marketing Spezialist:in	+	CAS Marketing Automation Spezialist:in	+
CAS E-Commerce und Online-Marketing Spez...	+	CAS Data Driven Marketing Spezialist:in	+	CAS Digital Leadership in Marketing	+
CAS Digital Transformation Spezialist:in	+	CAS Social Media Marketing Spezialist:in	+	CAS Digital Branding Spezialist:in	+
CAS Digital Content Creation Spezialist:in	+	CAS AI Powered Digital Marketing (NEU)	+		

### Programminformation

#### Modul A : E-COMMERCE B2B/B2C

Die Reihenfolge der Module kann beliebig gewählt werden.

#### Modul B

Die Reihenfolge der Module kann beliebig gewählt werden.

#### STARTDATEN:

April 2025 25.04.2025 ^ ●

Dieses Modul findet online und physisch in Olten resp. bei Firmen statt

25.04.2025	Kick-Off Olten	Einführung in E-Commerce
26.04.2025	Online	Content für Onlineshops Produktpräsentation & User Experience in Onlineshops
08.05.2025	Willisau	Besuch im Logistikzentrum BRACK.CH / Logistik und Digital Marketing im E-Commerce
10.05.2025	Online	E-Commerce-Architekturen E-Commerce Operations & Workflows
23.05.2025	Online	Data & Analytics in E-Commerce Digital Analytics & Campaign Tracking
13.06.2025	Online	KI-Anwendungen im E-Commerce Social Commerce
14.06.2025	Olten	Video E-Commerce
27.06.2025	Online	E-Commerce mit Suchmaschinen
28.06.2025	Olten	E-Commerce Recht

**Kursstart ist am  
Freitag, 25. April  
2025**

# 7. Fragen & Diskussion gerne später im Podiumsgespräch





# Bei Fragen zu Forschung und Weiterbildungen stehe ich gerne persönlich zur Verfügung

**Prof. Dr. Darius Zumstein**

Professor für Digitales Marketing

Programmleiter des MAS Digital Marketing, CAS E-Commerce & Online Marketing, CAS Marketing Automation



Institute for Competitiveness and Communication (ICC)  
Fachhochschule Nordwestschweiz FHNW  
Riggenbachstrasse 16  
4600 Olten  
Schweiz

+41 78 800 01 44

[darius.zumstein@fhnw.ch](mailto:darius.zumstein@fhnw.ch)