

PRESSEMITTEILUNG

B2B-Unternehmen mit Nachholbedarf bei der Einbindung von Vertriebspartnern in die E-Commerce Strategie E-Commerce-Umsätze positiver beurteilt als Gesamtumsätze

Karlsruhe/Köln, 21. Januar 2014. Der B2B E-Commerce Konjunkturindex, eine Initiative der IntelliShop AG in Zusammenarbeit mit den E-Commerce-Experten vom ECC Köln am Institut für Handelsforschung, veröffentlicht die Ergebnisse der jüngsten Befragung für den Zeitraum November und Dezember 2013. Im Jahresendgeschäft sinkt der Indexwert für die Gesamtumsätze, bei insgesamt nach wie vor sehr guter Stimmung, auf 133,3 Punkte. Im Vergleich dazu steigen die aufgrund eines digitalisierten und internetbasierten Angebots- und Auftragsprozesses generierten Umsätze deutlich. Die aktuellen E-Commerce-Umsätze erzielen dabei einen Indexwert von 150,1 Punkten (gegenüber 141,4 Punkten in der Vorerhebung).

Nach wie vor erwarten die befragten Entscheider auch für die kommenden zwölf Monate eine weitere Steigerung der E-Commerce-Umsätze. So liegt der B2B E-Commerce Konjunkturindex für die Erwartungen an das Jahr 2014 mit 180,0 (von 200 möglichen) Punkten deutlich über dem Indexwert von 166,7 Punkten für die Erwartungen an die Gesamtumsatz-Entwicklung.

Ein wichtiges Wachstumspotenzial zeigen die Ergebnisse der aktuellen Zusatzfrage: Rund die Hälfte der befragten B2B-Unternehmen hat bislang auf die Einbindung von nachgelagerten Vertriebsstufen in die eigene E-Commerce-Strategie verzichtet. Immerhin 24 Prozent der Anbieter ermöglichen im Online-Shop die Auswahl des betreuenden Fachhändlers. Und jeweils 17 Prozent der Unternehmen nutzen den E-Commerce zur Leadgenerierung für ihre angeschlossenen Händler oder stärken diese mit eingebundenen Logistikleistungen wie Drop-Shipping. Demgegenüber betrachten 34,5 Prozent der B2B-Entscheider E-Commerce als eigenständigen, konkurrierenden Vertriebskanal.

*Der vollständige Berichtsband zum kostenlosen Download und alle Informationen zum B2B E-Commerce Konjunkturindex und den Teilnahmemöglichkeiten als Panelist finden sich unter: **www.b2b-ecommerce-index.de***

Über den B2B E-Commerce Konjunkturindex

Der B2B E-Commerce Konjunkturindex beruht auf einer zwei-monatlichen Befragung von Entscheidern und Projektverantwortlichen aus deutschen B2B-Unternehmen. Die Unternehmen beurteilen ihre aktuellen Umsätze und ihre Erwartungen an die Umsatzentwicklung in den folgenden zwölf Monaten auf einer 5-Skala von „sehr negativ“ bzw. „stark verschlechtern“ bis „sehr positiv“ bzw. „stark verbessern“. Die ausgewiesenen Werte des B2B E-Commerce Konjunkturindex berechnen sich als Differenz der Anteile positiver und negativer Beurteilungen der aktuellen bzw. erwarteten Umsätze und Ausgaben plus 100. Somit bedeutet ein Wert von 100, dass der Anteil positiver Rückmeldungen genauso groß ist wie der Anteil negativer Rückmeldungen.

An der zweiten Erhebung des B2B E-Commerce Konjunkturindex haben 30 Entscheider und Projektverantwortliche aus überwiegend international tätigen B2B-Unternehmen teilgenommen.

Die nächste Erhebung startet am 24. Februar 2014. Teilnehmen können alle B2B-Unternehmen, die Umsätze über internetbasierte und digitalisierte Angebots- und Auftragsprozesse generieren. Mit ihrer Teilnahme an den Umfragen des B2B E-Commerce Konjunkturindex tragen die Panelists dazu bei, mehr Transparenz in den deutschen B2B-Online-Handel zu bringen.

Weitere Information und Teilnahme-Registrierung unter:

www.b2b-ecommerce-index.de



Über die IntelliShop AG

Die IntelliShop AG entwickelt und vertreibt mit der IntelliShop eCommerce Plattform eine der leistungsstärksten und hochskalierbaren Systeme für den Online-Handel von Konzernen und dem Mittelstand in Deutschland, Europa und den USA. Zu den Kunden gehören eismann, GEA, T-Mobile, 1&1, die Österreichische Post oder die Eppendorf AG.

Die E-Commerce-Lösungen von IntelliShop verschaffen Shop-Betreibern dank hohem Funktionsumfang, flexibler Schnittstellen und kompromissloser Stabilität wertvolle Wettbewerbsvorteile im elektronischen Handel.

Gegründet im Jahr 2004, verzeichnet das Unternehmen hohe, jährliche Wachstumsraten und konnte sich schnell als einer der führenden und innovativsten Anbieter für komplexe Shop-Systeme etablieren.

www.intellishop.ag

Über das ECC Köln

Als Schnittstelle zwischen Wissenschaft und Praxis bietet das Institut für Handelsforschung seit 1929 neutrale Analysen und Strategieberatung für Händler, Hersteller und Dienstleister. Das ECC Köln fokussiert dabei den Einfluss des Internet auf die Handelslandschaft. Die Erfolgsfaktoren des E-Commerce werden in Studien und Auftragsprojekten analysiert. In Zusammenarbeit mit den Kollegen des IFH Köln werden diese Erkenntnisse in den Kontext eines effizienten Cross-Channel-Managements gesetzt. Hierfür greifen die Experten des ECC Köln auf alle gängigen Methoden der Marktforschung zurück, interpretieren die Analyseergebnisse und unterstützen Unternehmen dabei, Managemententscheidungen vorzubereiten und abzusichern. Unsere Kunden profitieren von der Kanalexpertise des ECC Köln und dem Branchen-Know-how des IFH Köln.

www.ecckoeln.de oder www.ifhkoeln.de



Ihr Redaktionskontakt

IntelliShop AG
Oliver Schwartz
Bannwaldallee 32
76185 Karlsruhe

Tel. +49 721 381341-75
Fax +49 721 381341-76
oliver.schwartz@intellishop.ag

IFH Institut für Handelsforschung GmbH
Christina Fingerhut
Dürener Str. 401 b
50858 Köln

Tel. +49 221 943607-92
Fax +49 221 943607-59
c.fingerhut@ifhkoeln.de

index Agentur für strategische
Öffentlichkeitsarbeit und Werbung GmbH
Astrid Michalik / Kerstin Janke
Zinnowitzer Straße 1
10115 Berlin

Tel. +49 30 39088-194/191
Fax +49 30 39088-199
intellishop@index.de