

PRESSEMITTEILUNG

Wenige innovative Servicefunktionen im B2B E-Commerce Sowohl bei den Kontaktmöglichkeiten wie auch bei Service- und Informationsangeboten dominieren noch die „Klassiker“

Karlsruhe/Köln, 27. März 2015. Der B2B E-Commerce Konjunkturindex, eine Initiative der IntelliShop AG in Zusammenarbeit mit den E-Commerce-Experten vom ECC Köln am IFH Institut für Handelsforschung, hat zum neunten Mal den B2B-E-Commerce Markt durchleuchtet und dabei auch die angebotenen Kontaktmöglichkeiten sowie Service- und Informationsfunktionen in B2B Onlineshops abgefragt. Das Spektrum an möglichen Service-Features ist gerade im B2B breit, jedoch dominieren noch die Klassiker wie das „Kontaktformular“ (91 %), die „Hotline“ (66 %) oder die „Warenkorb-Schnellerfassung“ (59 %).

Dialogorientierte Kontaktmöglichkeiten wie Click-to-Chat, Click-to-Call oder Click-to-Video bieten erst wenige B2B-Händler ihren Kunden an. Auch innovative Service- und Informationsfunktionen wie ein Materialrechner haben sich noch nicht durchgesetzt. Immerhin jeder fünfte Onlinehändler im B2B testet oder nutzt bereits einen virtuellen Verkaufsberater. Und bereits 27,3 Prozent der befragten Unternehmen produzieren Beratungsvideos mit Experten.

Im aktuellen B2B E-Commerce Konjunkturindex zeigen sich die Unternehmen deutlich verhaltener als in den vorherigen Erhebungen. Der Indexwert für die Gesamtumsätze sinkt auf lediglich 119,6 Punkte. Die E-Commerce-Umsätze dagegen bewegen sich weiterhin auf einem hohen Niveau. Der Index für die aktuellen E-Commerce-Umsätze sinkt nur leicht und erreicht immer noch sehr gute 150 Punkte.

*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-Punkte-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 neunten Erhebung des B2B E-Commerce Konjunkturindex haben 46 Entscheider und Projektverantwortliche aus überwiegend international tätigen B2B-Unternehmen teilgenommen.

Die nächste Erhebung startet Anfang Mai 2015. 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-Onlinehandel zu bringen und profitieren von kostenfreien Ergebnissen.

www.b2b-ecommerce-index.de

Über die IntelliShop AG

Gegründet im Jahr 2004, verzeichnet die IntelliShop AG hohe, jährliche Wachstumsraten und konnte sich schnell als einer der innovativsten Anbieter für komplexe Shopsysteme im Enterprise-Segment etablieren.

Die modulare Architektur und der innovative Prozessmanager ermöglichen eine vollständige Anpassung des Shops an die bewährten Unternehmensprozesse. Dank integrierter Middleware erfolgt die schnelle und problemlose Integration in die vorhandene IT-Infrastruktur.

Zu den B2B-Kunden gehören zum Beispiel Eppendorf, GEA, Wieland Electric, 1&1, Horizont, EWM, Knüppel oder Nordwest. Im B2C-Segment vertrauen T-Mobile, Teleshopping, Eismann oder die Österreichische Post auf IntelliShop.

www.b2b.intellishop.ag

Über das ECC Köln

Das ECC Köln ist Experte für den Handel im digitalen Zeitalter. Eingebunden in das renommierte IFH Köln und sein großes Netzwerk begleiten die Experten des ECC Köln den E-Commerce bereits seit 1999. Händler, Hersteller und Dienstleister profitieren von der hohen Methodenkompetenz, den umfangreichen Marktdaten und dem strategischen Know-how des engagierten Teams. Das ECC Köln erstellt Forschungsarbeiten und anerkannte Studien zu wichtigen Zukunftsthemen des Handels wie Cross-Channel-Management, Mobile Commerce oder Payment. In unternehmensspezifischen Projekten werden Kunden bei konkreten strategischen Fragen rund um E-Commerce- und Cross-Channel-Strategien, die Entwicklung neuer Märkte und Zielgruppen oder Fragen der Kanalexzellenz unterstützt.

www.ecckoeln.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