

PRESSEMITTEILUNG

Konkrete Angabe von Verfügbarkeit und Lieferzeiten als Herausforderung und Chance im B2B-Commerce B2B Onlinehändler testen zusätzliche Lieferoptionen

Karlsruhe/Köln, 22. September 2015. Der zwölfte Berichtsband des B2B E-Commerce Konjunkturindex, einer Initiative der IntelliShop AG in Zusammenarbeit mit den E-Commerce-Experten vom ECC Köln am IFH Institut für Handelsforschung, weist mit einem Index von 132,5 Punkten einen deutlichen Rückgang bei der Lage-Einschätzung der E-Commerce-Umsätze im Juli und August 2015 auf. Dennoch zeigen sich 55 Prozent der befragten B2B Onlinehändler noch zufrieden und bewerten ihre Online-Umsätze positiver als die Gesamtumsätze im Unternehmen.

Im Rahmen der aktuellen Zusatzfragen wurden diesmal die Strategien bei der Kommunikation von Warenverfügbarkeit und Lieferterminen sowie die angebotenen Lieferoptionen im Onlineshop betrachtet. Insbesondere im B2B-Kontext, in welchem bestellte Waren für den weiteren Produktionsprozess oder Verkauf oftmals „in time“ benötigt werden, ist eine verlässliche Information darüber, wann die geordneten Produkte vor Ort eintreffen, für den Beschaffer von besonderer Bedeutung. Mehr als neunzig Prozent der B2B Unternehmen machen im Shop bereits Angaben zur Verfügbarkeit, wenngleich nur jeweils 17 Prozent entweder einen konkreten Versand- oder einen konkreten Liefertermin beim Kunden benennen. Immerhin 35 Prozent treffen Aussagen zur Verfügbarkeit im eigenen Lager. Bei den Lieferoptionen erfreuen sich der Expressversand oder die Lieferung zum Wunschtermin der größten Beliebtheit. Nur knapp neun Prozent der B2B Onlinehändler erlauben die Abholung vor Ort, zum Beispiel bei einem angeschlossenen Fachhändler.

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 zwölften Erhebung des B2B E-Commerce Konjunkturindex haben 48 Entscheider und Projektverantwortliche aus überwiegend international tätigen B2B-Unternehmen teilgenommen.

Die nächste Erhebung startet Anfang November 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
Amalienbadstraße 41
76227 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
Zinnowitzer Straße 1
10115 Berlin

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