

PRESSEMITTEILUNG

Online-Marktplätze im B2B E-Commerce

Fast 60 Prozent der befragten B2B-Unternehmen nutzen bereits Marktplätze, jedoch oft nur für gezielt ausgesuchte Waren

Karlsruhe/Köln, 17. Februar 2016. Die vierzehnte Erhebung 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, beleuchtet im Rahmen der Zusatzfragen die Erfahrungen und Einschätzungen der B2B-Unternehmen im Hinblick auf Online-Marktplätze. Die Panel-Auswertung zeigt, dass bereits fast 60 Prozent aller befragten B2B-Unternehmen Waren über B2B Online-Marktplätze vertreiben. Bei der Wahl der Waren sind vier von zehn B2B-Unternehmen jedoch der Meinung, dass Online-Marktplätze nur für gezielt ausgesuchte Waren in Frage kommen. Im Zuge der Internationalisierung bevorzugt jedes vierte befragte B2B-Unternehmen international agierende B2B-Marktplätze gegenüber Plattformen, die nur in einzelnen Ländern aktiv sind.

Einen hohen Stellenwert von Online-Marktplätzen bei der Internationalisierung bestätigen lediglich rund 17 Prozent der Entscheider. Die deutliche Mehrheit verneint zudem, dass die Plattformen das Sammeln von E-Commerce-Erfahrungen in neuen Märkten deutlich vereinfachen. Und mehr als jedes dritte Unternehmen ist skeptisch, ob sich die eigene Marke und Premium-Produkte adäquat auf B2B Online-Marktplätzen präsentieren lassen. Eine Markenschwächung, aber auch eine ungewollte Abhängigkeit von Marktplatz-Betreibern werden hier als Risikopunkte angeführt – jedoch teilt die Hälfte der B2B-Onlinehändler diese Befürchtungen eher nicht.

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 vierzehnten Erhebung des B2B E-Commerce Konjunkturindex haben 56 Entscheider und Projektverantwortliche aus überwiegend international tätigen B2B-Unternehmen teilgenommen.

Die nächste Erhebung startet Anfang März 2016. 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

ECC Köln – Die Experten für Handel im digitalen Zeitalter

Eingebunden in das renommierte IFH Köln ist das ECC Köln erster Ansprechpartner für Analysen und Beratung in puncto progressiver Strategie – rund um Trends und Entwicklungen in der digitalen Handelswelt. Das ECC Köln entwickelt und erstellt individuelle Forschungsarbeiten und Studien zu weltweit wichtigen Zukunftsthemen des Handels wie zum Beispiel Cross-Channel-Management, Mobile Commerce oder Payment.

Händler, Hersteller und Dienstleister profitieren von der hohen Methodenkompetenz, dem umfangreichen Experten-Know-how und der strategischen Beratung der ECC-Experten. Konzepte für E-Commerce-Kanalexzellenz und erfolgreiches Cross-Channel-Management gehören genauso zum Leistungsspektrum des ECC Köln wie die Entwicklung neuer Märkte und Zielgruppen.

Was können wir für Sie tun? 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
Juliane Mischer
Dürener Str. 401 b
50858 Köln

Tel. +49 221 943607-23
Fax +49 221 943607-59
j.mischer@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