

PRESSEMITTEILUNG

Internationale Multishop-Strategien gewinnen im B2B E-Commerce an Bedeutung

**Nahezu jedes zweite B2B-Unternehmen hat in Europa bereits
wichtige Onlinemärkte für sich erschlossen**

Karlsruhe/Köln, 14. April 2016. Die fünfzehnte 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, macht deutlich, dass internationale Multishop-Strategien, bei der in einzelnen Ländern verschiedene Shops über eine zentrale Infrastruktur betrieben werden, im B2B an Bedeutung gewinnen. Während 2013 knapp 45 Prozent der befragten Unternehmen auch außerhalb Deutschlands im Onlinehandel aktiv waren und 28 Prozent dies im Rahmen einer internationalen Multishop-Strategie und mit entsprechender Infrastruktur betrieben haben, ergibt der aktuelle B2B E-Commerce Konjunkturindex eine neue Tendenz: 2016 sind über 60 Prozent der B2B-Unternehmen auf internationaler Ebene im E-Commerce aktiv und 44 Prozent verfolgen hierbei eine Multishop-Strategie.

Europa ist für beinahe jedes zweite B2B-Unternehmen essentiell für die eigene E-Commerce-Strategie. Dort finden sich bereits wichtige, aktiv erschlossene Onlinemärkte. In Nordamerika sind immerhin schon 16 Prozent der befragten Unternehmen im Onlinehandel aktiv und ebensoviele weitere Unternehmen haben konkrete Pläne, in Nordamerika in den E-Commerce einzusteigen. Asien ist derzeit ein spürbar belebter Aufbaumarkt. Aber auch in Südamerika, dem Nahen Osten und Afrika gibt es bereits etablierte Onlinestrategien, wenngleich bis zu 86 Prozent der Entscheider derzeit keine Pläne für diese Märkte haben.

Die in den letzten drei Jahren gewachsenen internationalen E-Commerce-Aktivitäten der deutschen B2B-Unternehmen erfolgen zwar verstärkt im Rahmen einer internationalen Multishop-Strategie – bei der Lösung typischer Herausforderungen wie Payment, Steuerberechnung oder dem Versand-Tracking nutzen die Onlinehändler aber überwiegend lokale Lösungen. Rund 16 Prozent der Unternehmen haben einen Global-Payment-Provider für alle bespielten Märkte und weitere 23 Prozent eine einheitliche Lösung für mehrere Länder und Märkte. Bei der Steuerberechnung nutzen derzeit nur 7 Prozent einen international oder global einheitlichen Service.

Der Index der aktuellen Lage der E-Commerce-Umsätze im B2B ist im Berichtszeitraum leicht gesunken, wenngleich mit 20 Prozent der höchste Anteil der Unternehmen seit 12 Monaten ihre aktuellen E-Commerce-Umsätze als sehr positiv einschätzt. Auf der anderen Seite betrachten mit einem Anteil von 30 Prozent wieder mehr Panelists die Entwicklung „nur“ neutral und immerhin 6 Prozent haben einen eher negativen Blick auf die Entwicklung. Auf hohem Niveau und in Relation zum durch das Jahresendgeschäft gewohnt starkem Vorberichtszeitraum, ist der aktuelle Indexwert von 154 Punkten dennoch sehr erfreulich.

*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 fünfzehnten Erhebung des B2B E-Commerce Konjunkturindex haben 50 Entscheider und Projektverantwortliche aus überwiegend international tätigen B2B-Unternehmen teilgenommen.

Die nächste Erhebung startet Anfang Mai 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.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 381341-750
Fax +49 721 381341-760
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