

Jeder zweite Onlineshop im B2B verfügt über eine Anbindung an ein ERP-System

Karlsruhe/Köln, 27. Februar 2020. Die **Integration von Onlineshops in bestehende IT-Infrastrukturen** ist ein wichtiger Erfolgsfaktor im digitalen Vertrieb. Auch viele B2B-Unternehmen sind sich dessen bewusst und setzen bereits auf die Verknüpfung ihres Onlineshops mit bestehenden Systemen. Welche Informationen zwischen den Systemen ausgetauscht werden und welche Herausforderungen sich durch eine Systemintegration mit Onlineshops ergeben, zeigt der aktuelle **B2B E-Commerce Konjunkturindex**, eine Initiative der IntelliShop AG in Zusammenarbeit mit dem ECC Köln.

Große Zufriedenheit mit der Systemintegration des Onlineshops

Die Onlineshops im B2B-Bereich sind an verschiedene Systeme angegliedert: Jeder zweite Onlineshop verfügt über eine Anbindung an ein **ERP-System**, während 44 Prozent der befragten B2B-Unternehmen ihren Onlineshop mit dem bestehenden **Warenwirtschaftssystem** verbunden haben. Weniger als ein Drittel der B2B-Onlineshops sind an die **Kundendatenbank** bzw. das Customer Relationship Management (CRM) angebunden und jedes fünfte B2B-Unternehmen nutzt die Synergien mit einem **Content Management System (CMS)**.

Dabei kann sich eine tiefere Integration des Onlineshops durchaus lohnen, denn vier von fünf Befragten geben an, dass diese einen **positiven Einfluss auf den Erfolg des Onlineshops** hat. Dieser positive Einfluss ist bei vielen B2B-Unternehmen bereits bemerkbar: **Drei von vier Unternehmen sind mit der Integration ihres Onlineshops in die bestehende Systemlandschaft zufrieden.**

Systemintegration ermöglicht deutliche Prozessvereinfachung

96 Prozent aller befragten B2B-Unternehmen geben an, dass durch eine optimale Systemintegration Prozesse vereinfacht und Fehler vermieden werden können. Vorteile werden dabei vor allem in der nahtlosen Abwicklung von Bestellungen im Onlineshop sowie einer konsistenten Datenbasis über alle Geschäftsprozesse hinweggesehen. Den Abruf von B2B-relevanten Informationen sowie die Bereitstellung gemeinschaftlicher Geschäftsprozesse über alle Systeme nennen ebenfalls jeweils 55 Prozent der B2B-Unternehmen als Vorteil für eine Verknüpfung des Onlineshops mit der bestehenden IT-Infrastruktur. Für zwei von fünf Befragten ist auch die Bereitstellung von digitalen Services auf Basis aktueller Daten ein positiver Nutzen der Systemintegration.

Datenaustausch liefert aktuelle Sicht auf Preise und Lagerbestände in allen Systemen

Der Vorteil einer konsistenten Datenbasis zeigt sich vor allem anhand wichtiger Informationen rund um die Produkte im Onlineshop. Deutlich mehr als zwei Drittel der Onlineshops ziehen sich **Preise, Lagerbestände, Produktinformationen sowie Produktbilder** automatisch aus bereits bestehenden Systemen. In 62 Prozent aller Onlineshops werden Daten aus dem **Kundenstamm** zwischen den Systemen ausgetauscht, während in jedem zweiten befragten B2B-Unternehmen der **Lieferstatus** systemübergreifend ausgetauscht wird.

Langsame Entwicklungsgeschwindigkeit meist die größte Hürde

Knapp die Hälfte der Befragten sieht die **langsame Entwicklungsgeschwindigkeit durch viele verschiedene Abhängigkeiten** als Herausforderung bei der Anbindung ihres Onlineshops an bestehende Systeme. Auch **fehlendes Know-how** im Unternehmen, **hohe Systemanforderungen und Wartungsaufwände** sowie **hohe Prozesskosten** sind Probleme, die sich bei der Integration ergeben. Zwei Drittel der befragten B2B-Unternehmen geben außerdem an, dass die Integration des Onlineshops eine **große Herausforderung für das Unternehmen** darstellt. Über die Hälfte der befragten Entscheider ist sich aber einig, dass **externe Schnittstellen**, beispielsweise vom Systemanbieter des Onlineshops, helfen, eine nahtlose Systemintegration des Onlineshops sicherzustellen.

Erwartungen an die E-Commerce-Umsätze steigen weiter an

Obwohl die E-Commerce-Umsätze zum Jahresende 2019 deutlich unter der Einschätzung zum Vorjahr liegen, steigen die Erwartungen an den Markt weiter an: Die aktuelle Einschätzung der **E-Commerce-Umsätze** liegt im positiven Bereich ist jedoch gegenüber dem Vorjahr um 19,7 Punkte gesunken. Knapp 50 Prozent der Befragten bewerten die aktuelle Umsatzlage weiterhin positiv. Die Erwartung an die Entwicklung der E-Commerce-Umsätze in den kommenden zwölf Monaten liegen mit 166,7 Punkten im deutlich positiven Bereich und 10 Punkte über dem Wert aus dem vorherigen Monat.

Verglichen mit den E-Commerce-Umsätzen werden die aktuellen **Gesamtumsätze** aus dem Jahresende 2019 etwas positiver bewertet – 54 Prozent der Befragten bewerten die Gesamtumsätze ihres Unternehmens im November/Dezember 2019 positiv. Mit 133,3 Punkten liegt die Beurteilung mit 3 Punkten leicht über der Einschätzung der E-Commerce-Umsätze. Die Erwartungen an die Umsatzentwicklung der nächsten Monate zeigt ebenfalls einen positiven Trend. Im Vergleich zum Wert aus dem vorherigen Monat liegt die Erwartung 4,8 Punkte darüber, wenngleich der Wert weiterhin knapp zehn Punkte unter dem des Vorjahres liegt.

Über den B2B E-Commerce Konjunkturindex

Der **B2B E-Commerce Konjunkturindex** beruht auf einer zweimonatlichen 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.

Für die Erhebung wurden im Zeitraum vom 03.02.2019 bis zum 14.02.2019 33 Entscheider und Projektverantwortliche aus überwiegend international tätigen B2B-Unternehmen online befragt. Es handelt sich um nicht repräsentative Umfrageergebnisse. Thema der Befragung war die Systemintegration des Onlineshops. Die Studie wurde im Auftrag der Intellishop AG in Zusammenarbeit mit dem ECC Köln durchgeführt. Die Ergebnisse stehen zum kostenlosen Download unter folgendem Link zur Verfügung: www.b2b-ecommerce-index.de

Die nächste Erhebung startet im April 2020. 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 können auch Sie dazu beitragen, mehr Transparenz in den deutschen B2B-Onlinehandel zu bringen und profitieren außerdem von kostenfreien Ergebnissen.

Sie sind ebenfalls ein B2B-Unternehmen im deutschen Mittelstand, beschäftigen sich mit dem Thema E-Commerce und Digitalisierung und möchten zukünftig selbst an der Befragung teilnehmen? Die Teilnahmemöglichkeiten finden Sie unter: www.b2b-ecommerce-index.de/ueberblick/registrierung/

Über die Intellishop AG

Als deutscher Softwarehersteller entwickelt die Intellishop AG seit 2004 Enterprise B2B-Commerce-Lösungen für die internationalen Vertriebs- & Handelsstrukturen von Großkunden. Die Intellishop-Experten setzen ihren Fokus auf eine kompromisslose Kundenzufriedenheit und eine zielgerichtete, digitale Umsatzsteigerung. Ergänzt werden die Produkte durch zusätzliche Dienstleistungen im Bereich Professional Services und Outsourcing-Services.

Zu den Kunden gehören zum Beispiel Eppendorf, Miltenyi Biotec, Wieland Electric, Gemü, Jordan, Knauf, Kaut-Bullinger, Nordwest Handel, T-Mobile, telering oder eismann.

www.intellishop-software.com

Über das ECC Köln

Eingebunden in das IFH Köln ist das ECC Köln erster Ansprechpartner für Trends und Entwicklungen in der digitalen Handelswelt. Händler, Hersteller und Dienstleister profitieren von einzigartigen Market und Customer Insights sowie individueller Marktforschung und Strategieberatung. Mit dem ECC-Club (www.ecc-club.de) bietet das ECC Köln eine einzigartige Content- und Networkingplattform für Entscheider im E-Commerce. *Content. Commerce. ONE Community – Dafür steht das ECC Köln.*

Was können wir für Sie tun? www.ecckoeln.de

Ihr Redaktionskontakt

IntelliShop AG

Alina Harthan

Amalienbadstraße 41

76227 Karlsruhe

Tel. +49 721 381341-717

Fax +49 721 381341-760

alina.harthan@intellishop.ag

ECC Köln

Lara Kersken

Dürener Straße 401b

50858 Köln

Tel. +49 221 943607-827

Fax +49 221 943607-59

presse@ifhkoeln.de