

## B2B E-COMMERCE KONJUNKTURINDEX

FRAGE DES MONATS: SOCIAL MEDIA & SOCIAL  
COMMERCE

Oktober - Dezember 2020

Powered by ECC KÖLN und IntelliShop AG



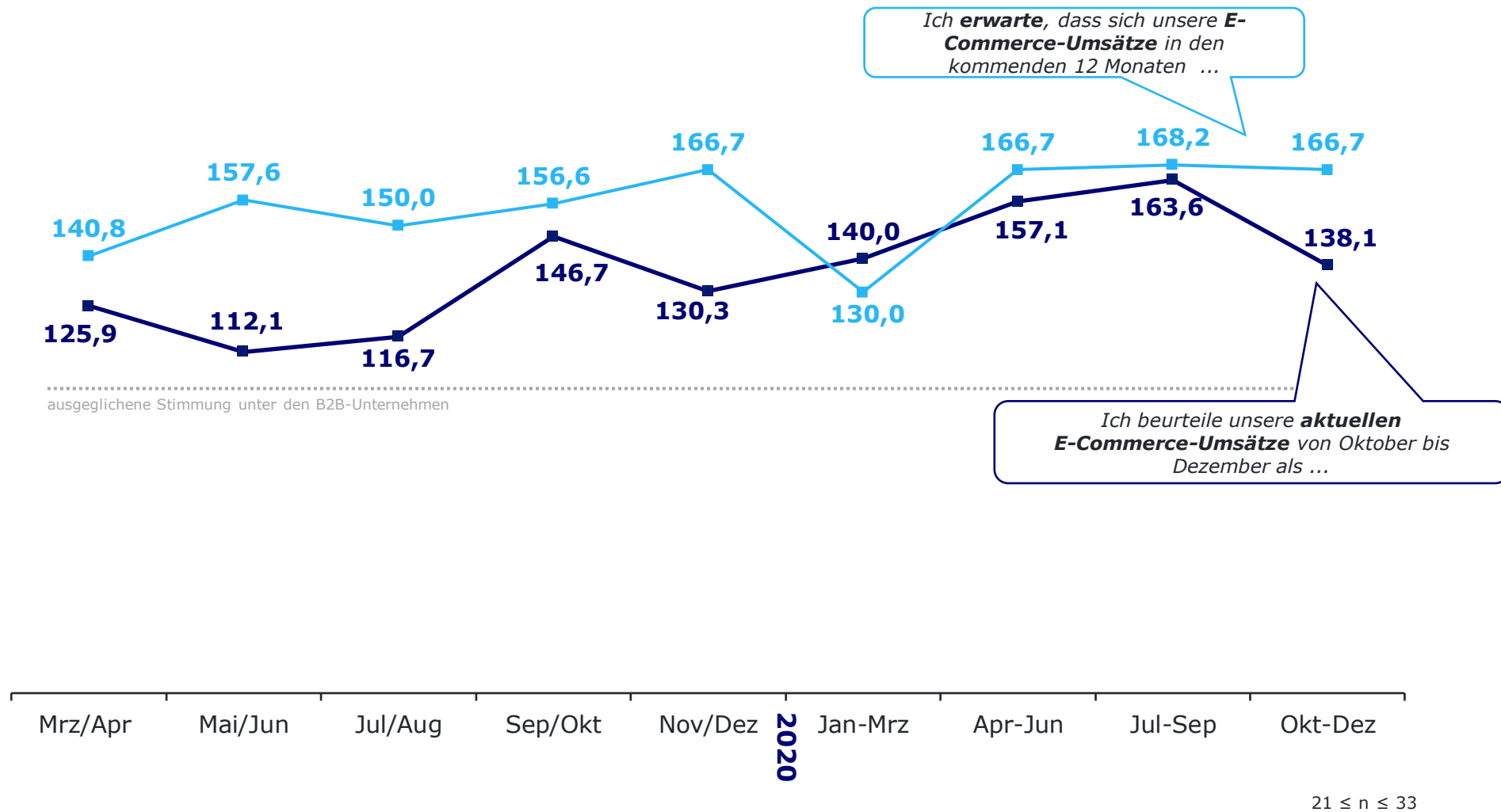
B2B E-COMMERCE  
KONJUNKTURINDEX  
POWERED BY INTELLISHOP ECC KÖLN

Medienpartner:

**Der Handel**

**iBusiness**  
Zukunftsforschung für interaktives Business

**@STRATEGY**  
Das kostenlose Web-Magazin



Der B2B E-Commerce-Konjunkturindex ist das Stimmungsbarometer für die Umsatzentwicklung deutscher B2B-Unternehmen!  
 Die Indexwerte berechnen sich jeweils als Differenz zwischen den Anteilen positiver und negativer Beurteilungen der aktuellen bzw. erwarteten E-Commerce-Umsätze (Detailauswertung s. Folgefolie) plus 100. Ein Indexwert von 100 Punkten steht dabei für eine ausgeglichene Stimmung.

## Aktuelle Lage Oktober - Dezember

Index  
Okt-Dez 2020

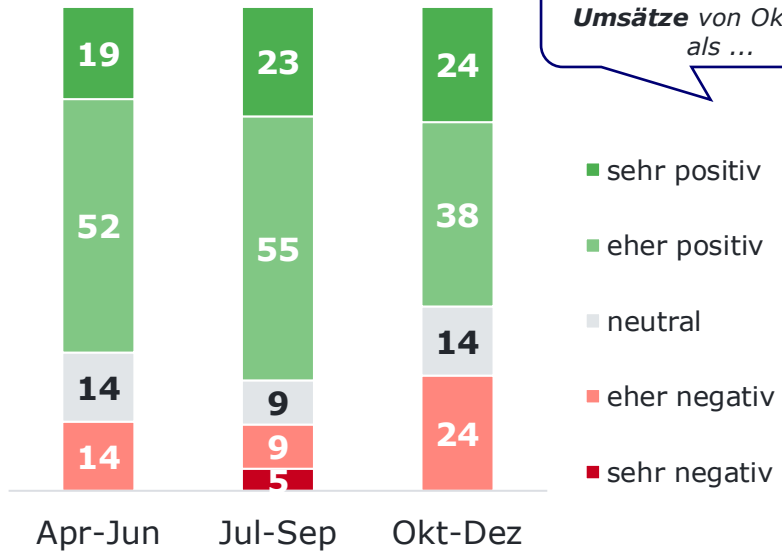
**138,1**

Veränderung  
zum Vorjahr



**+7,8**

*Ich beurteile unsere  
aktuellen **E-Commerce-  
Umsätze** von Okt - Dez  
als ...*



21 ≤ n ≤ 33, Angaben in Prozent

## Erwartungen Oktober - Dezember

Index  
Okt-Dez 2020

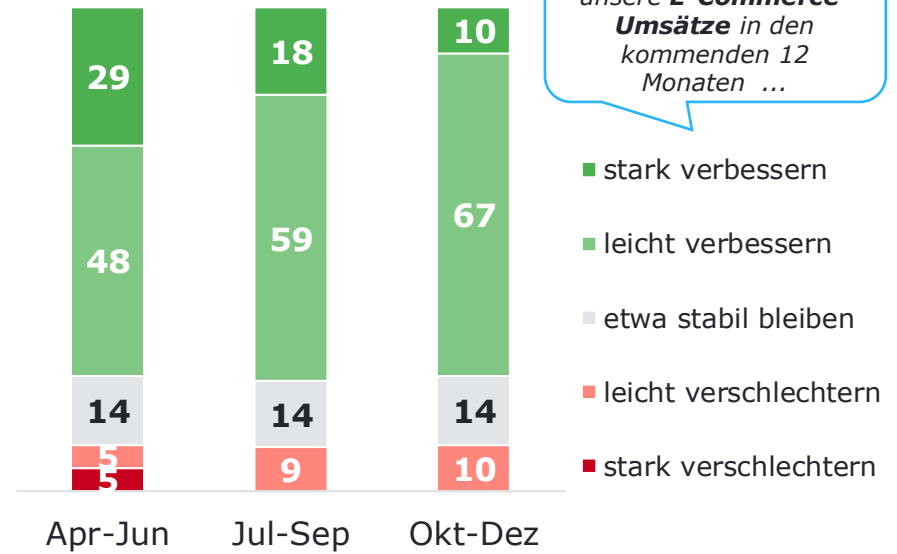
**166,7**

Veränderung  
zum Vorjahr

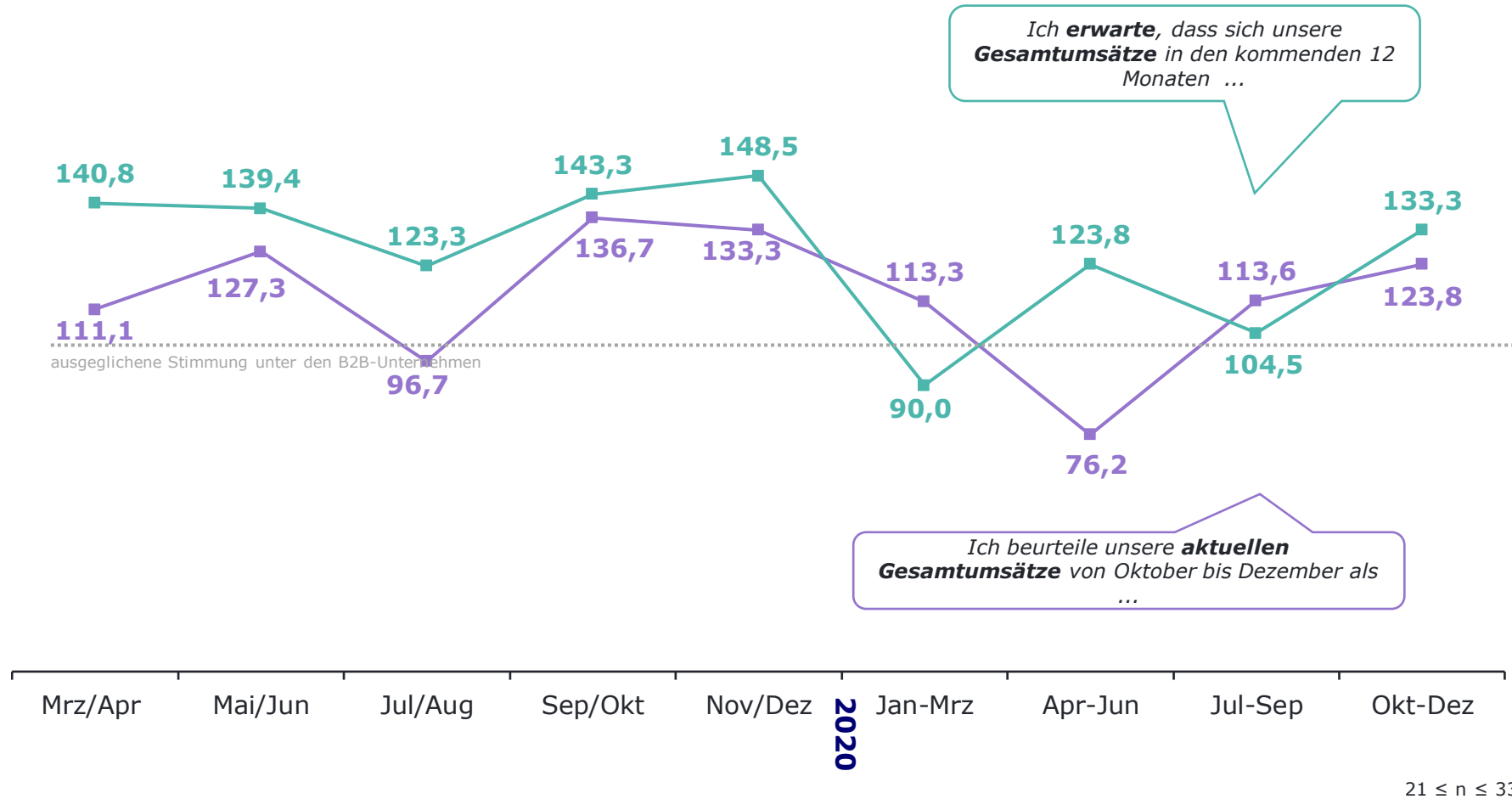


**±0,0**

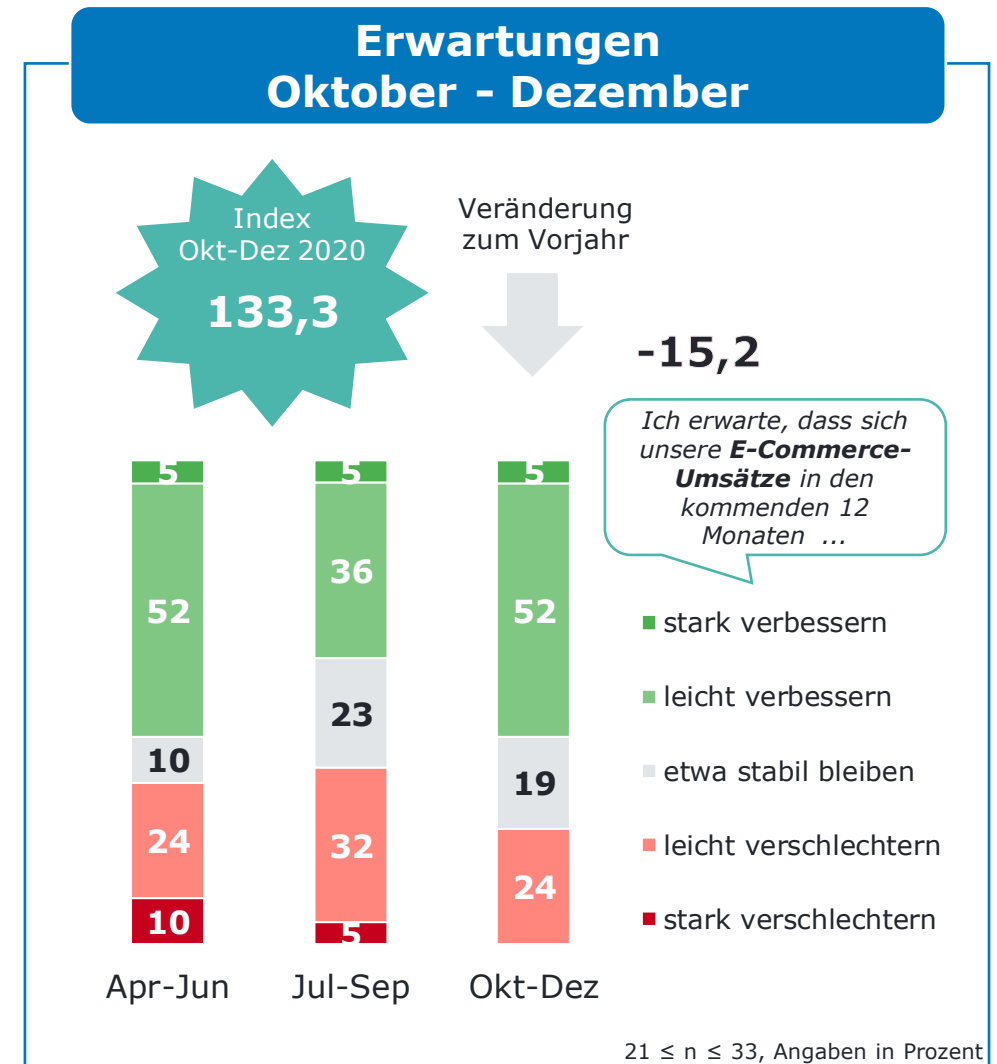
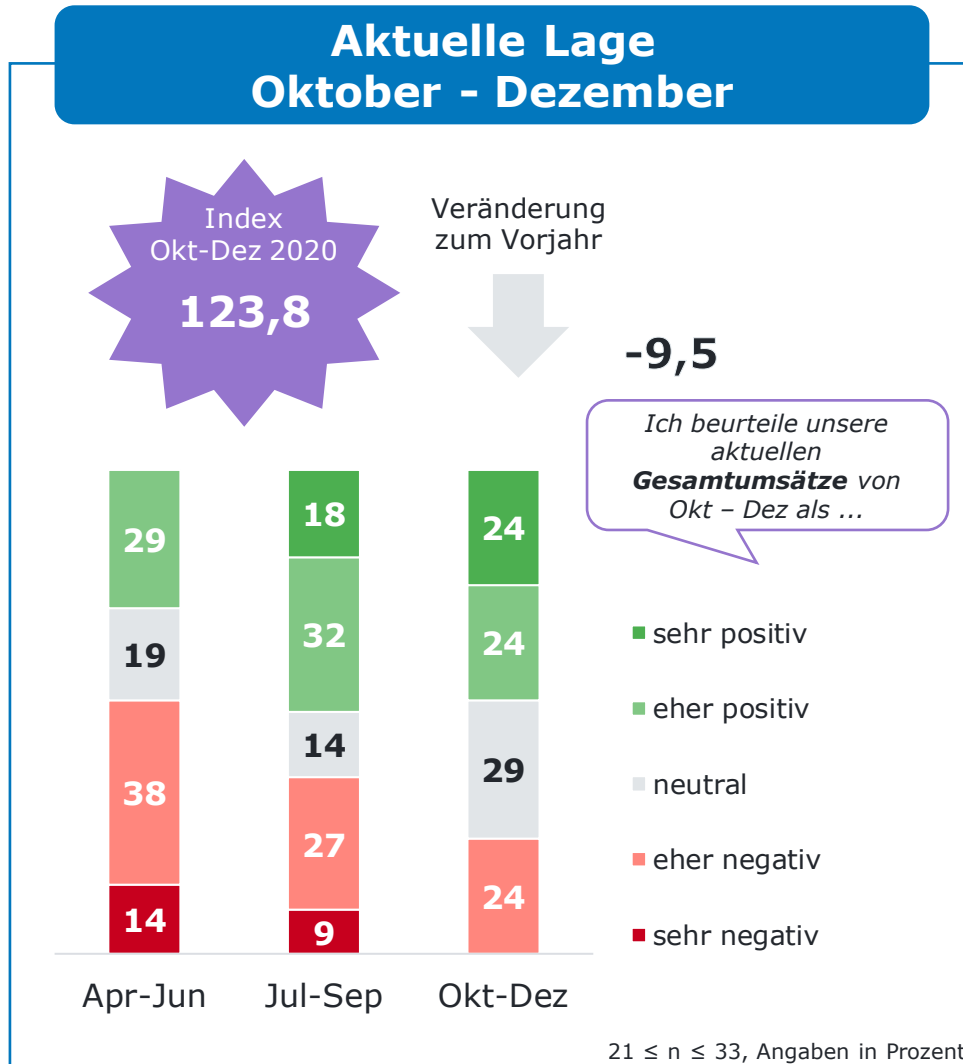
*Ich erwarte, dass sich  
unsere **E-Commerce-  
Umsätze** in den  
kommenden 12  
Monaten ...*



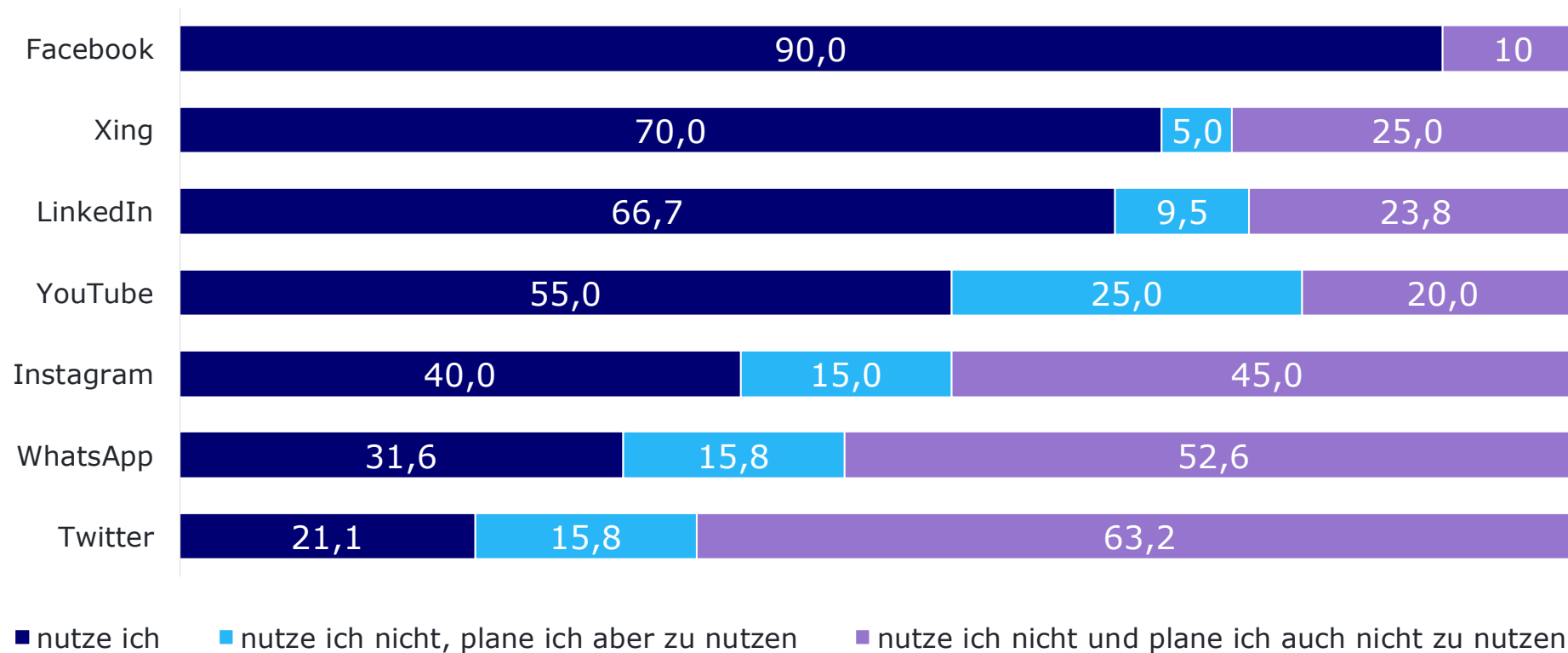
21 ≤ n ≤ 33, Angaben in Prozent



! Die Indexwerte berechnen sich jeweils als Differenz zwischen den Anteilen positiver und negativer Beurteilungen der aktuellen bzw. erwarteten Gesamtumsätze (Detailauswertung s. Folgefolie) plus 100. Ein Indexwert von 100 Punkten steht dabei für eine ausgeglichene Stimmung.

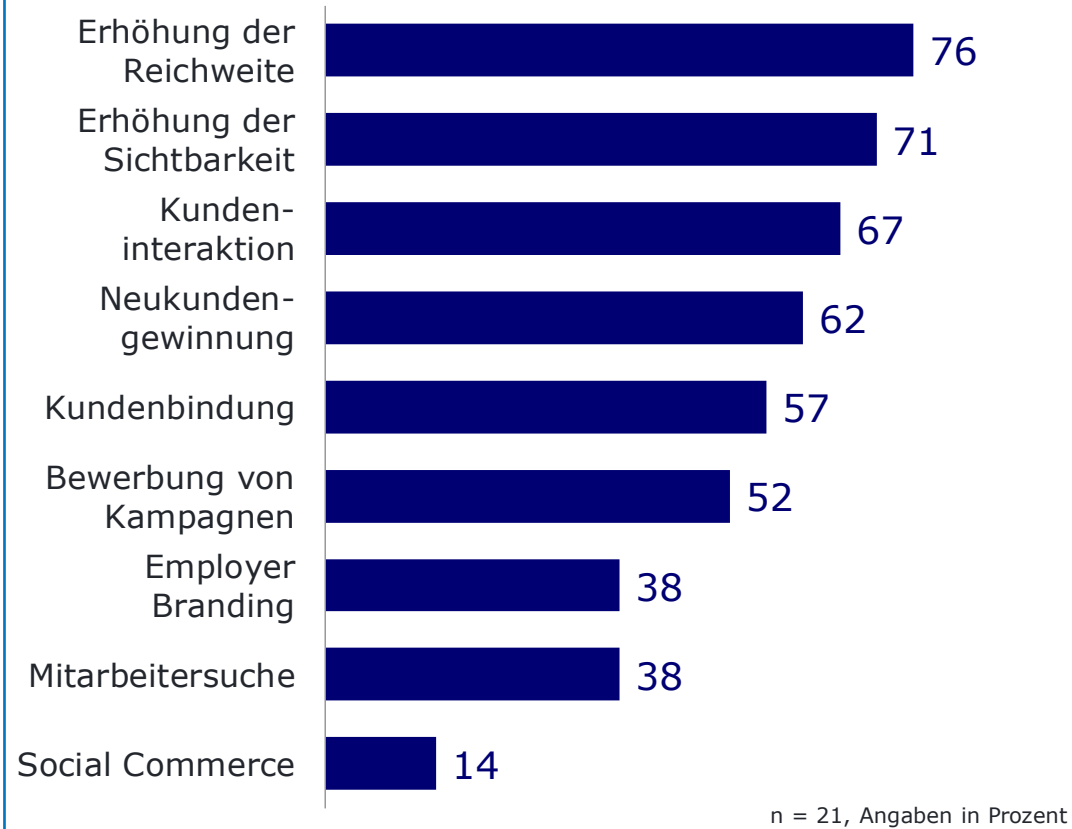


## Welche der folgenden Netzwerke nutzt Ihr Unternehmen aktuell?

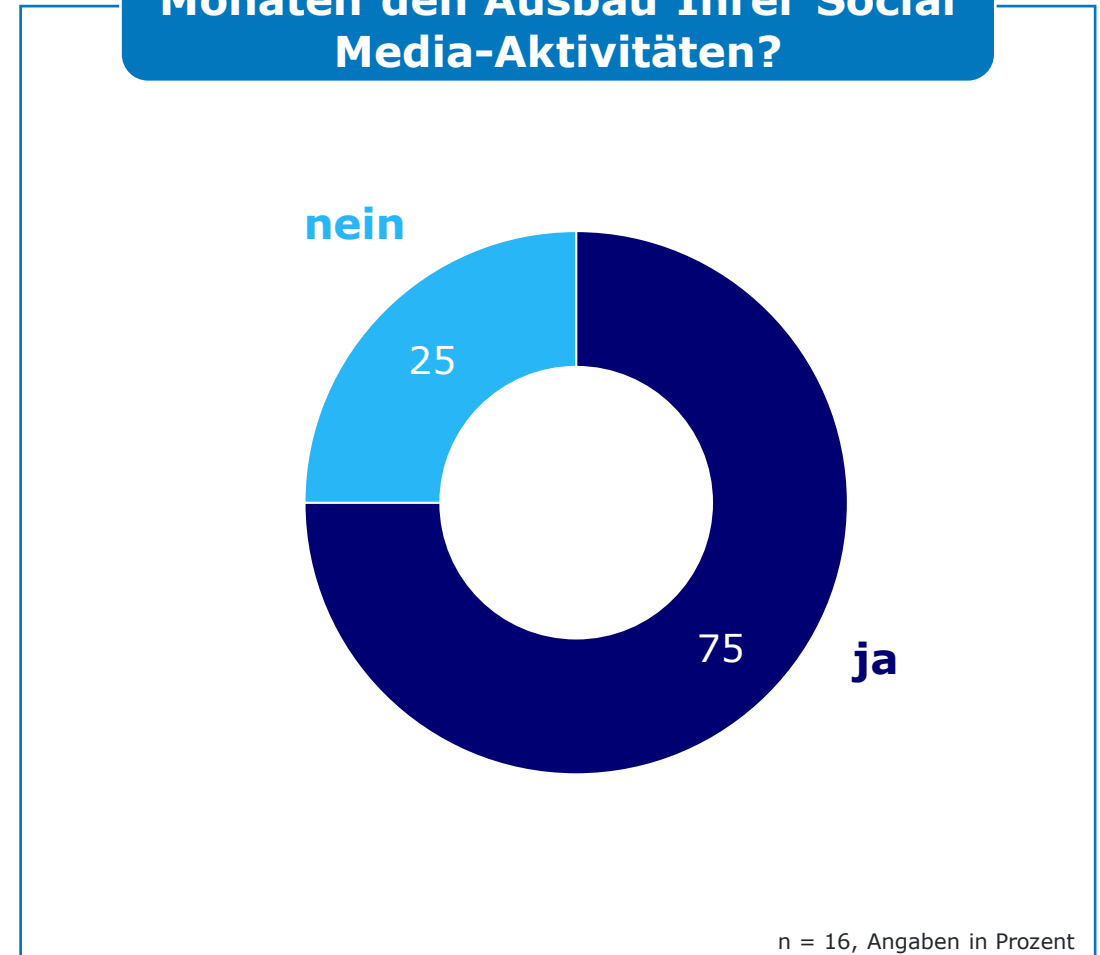


19 ≤ n ≤ 21; Angaben in Prozent

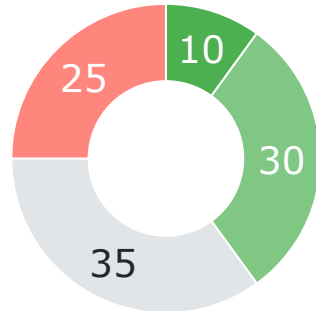
## Welche Ziele verfolgt Ihr Unternehmen mit seinem Social Media-Auftritt?



## Planen Sie in den nächsten 12 Monaten den Ausbau Ihrer Social Media-Aktivitäten?



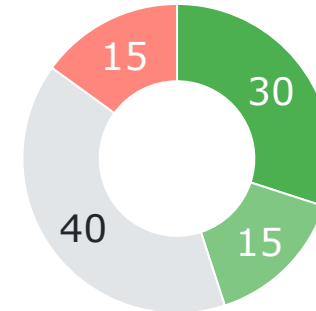
## Wie schätzen Sie die aktuelle Bedeutung von Social Commerce im Geschäftskundensegment ein?



- sehr wichtig
- eher wichtig
- teils/teils
- eher unwichtig

n = 21, Angaben in Prozent

## Wie schätzen Sie die Bedeutung von Social Commerce in 5 Jahren ein?



- sehr wichtig
- eher wichtig
- teils/teils
- eher unwichtig

n = 21, Angaben in Prozent

## Inwieweit stimmen Sie folgenden Aussagen zu?

Meiner Meinung nach eignet sich Social Commerce eher im B2C-Bereich als im B2B.

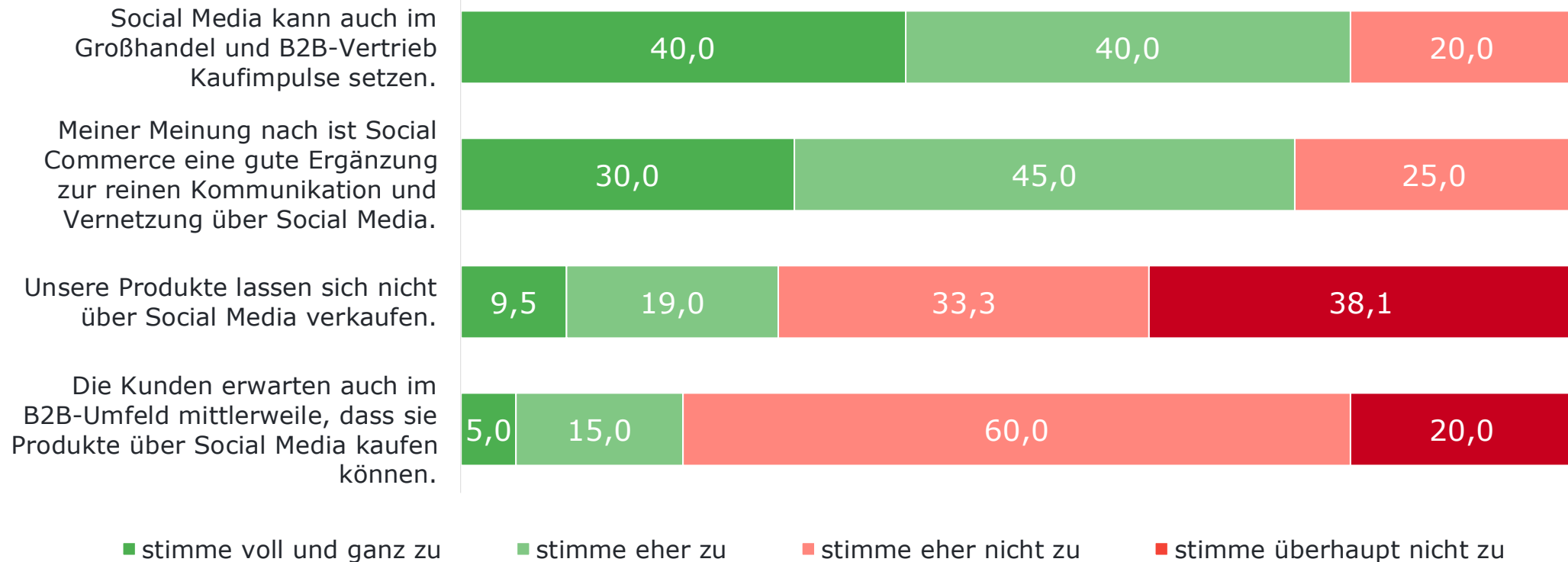


- stimme voll und ganz zu
- stimme eher zu
- stimme eher nicht zu

n = 21, Angaben in Prozent



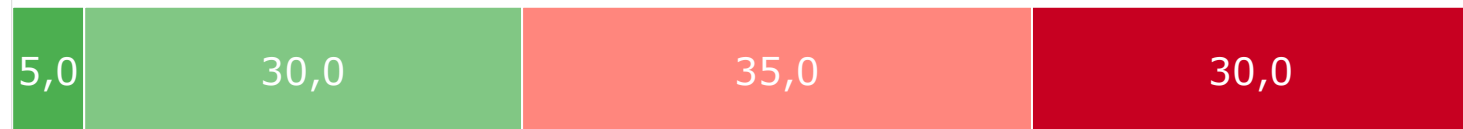
## Inwiefern stimmen Sie folgenden Aussagen zu?



20 ≤ n ≤ 21; Angaben in Prozent

## Inwiefern stimmen Sie folgenden Aussagen zu?

Wie erreichen unsere B2B-Kunden nicht auf Social Media, weil sie solche Plattformen nicht nutzen.



Unserem Unternehmen fehlt junges Personal, um sich mit dem Thema Social Media auseinanderzusetzen.



Der Aufwand, einen Social Media-Auftritt zu pflegen, rechnet sich nicht für unser Unternehmen.



■ stimme voll und ganz zu    
 ■ stimme eher zu    
 ■ stimme eher nicht zu    
 ■ stimme überhaupt nicht zu

19 ≤ n ≤ 20; Angaben in Prozent

1

## Social Media

Top-Netzwerk der B2B-Unternehmen ist mit Abstand Facebook. Auch Xing und LinkedIn werden bereits von vielen B2B-Unternehmen genutzt. Das größte Potenzial liegt bei YouTube: Ein Viertel der B2B-Unternehmen plant eine zukünftige Nutzung. Bei den Aktivitäten in sozialen Medien stehen insbesondere die Erhöhung von Sichtbarkeit und Reichweite sowie Kundengewinnung und -interaktion im Fokus.

2

## Hohes Potenzial von Social Media

Der Großteil der B2B-Unternehmen plant derzeit, seine Social Media-Aktivitäten zukünftig (weiter) auszubauen. Dabei sieht sich nur etwa ein Fünftel der B2B-Unternehmen mit Herausforderungen wie fehlendem Know how beim Personal oder einem hohen Aufwand bei der Pflege eines solchen Kanals konfrontiert.

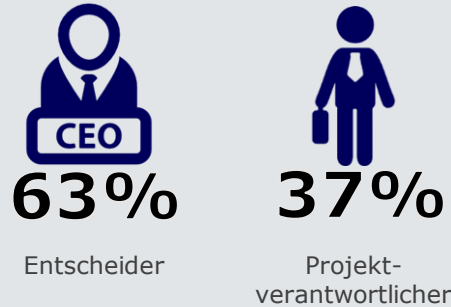
3

## Social Commerce noch ausbaufähig

Nur die wenigsten B2B-Unternehmen nutzen ihren Social Media-Auftritt bisher als direkten Absatzkanal. Dennoch wird die Bedeutung dieser Vertriebsform auch im Geschäftskundensegment als zunehmend wichtig eingeschätzt; Tendenz steigend. Zwar sind sich fast zwei Drittel der B2B-Unternehmen einig, dass sich Social Commerce eher im B2C-Bereich eignet, soziale Netzwerke können aber auch im Großkundensegment Kaufanreize schaffen.



## Position im Unternehmen



n = 22

## Teilnehmerzahl:

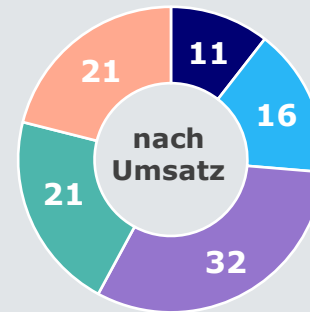
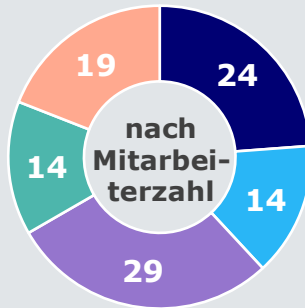
n = 21



## Erhebungszeitraum:

01. Februar 2021 –  
12. Februar 2021

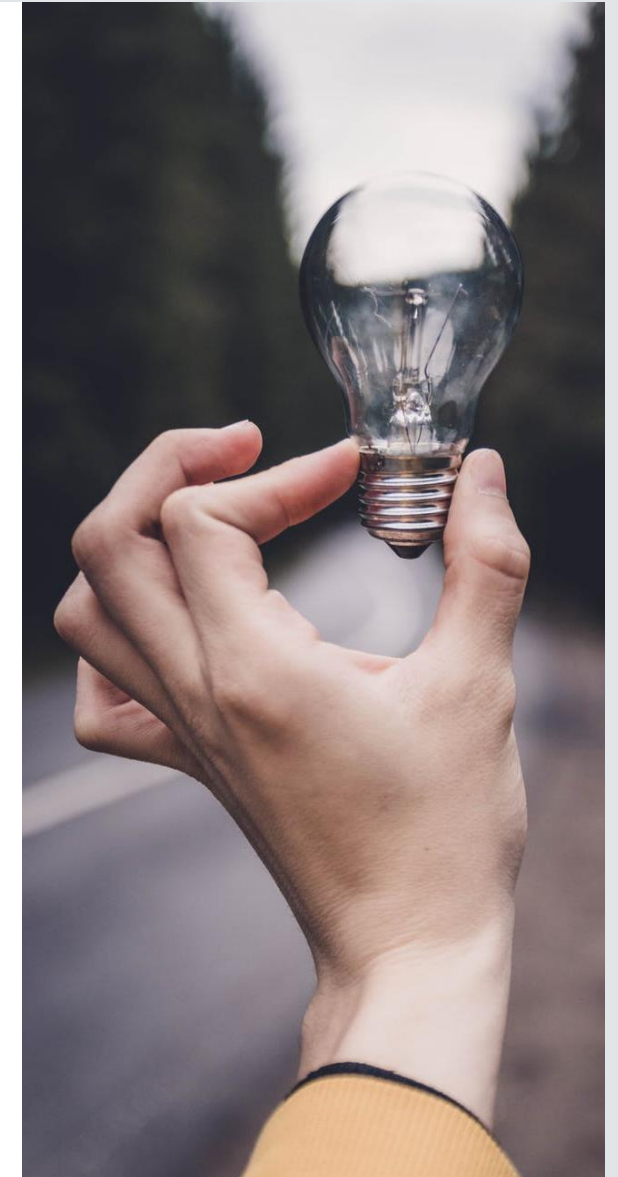
## Unternehmensgröße (%)



- Bis 9 Mitarbeiter; bis zu 2 Mio. € Umsatz
- 10 bis 49 Mitarbeiter; 2 bis unter 10 Mio. € Umsatz
- 50 bis 249 Mitarbeiter; 10 bis unter 50 Mio. € Umsatz

- 250 bis 999 Mitarbeiter; 50 Mio. € bis unter 500 Mio. € Umsatz
- 1000 Mitarbeiter und mehr; über 500 Mio. € Umsatz

n = 22



Seit dem Jahr 2013 ist der B2B E-Commerce-Konjunkturindex **das Stimmungsbarometer** für die Umsatzlage **deutscher B2B-Unternehmen**. 2-monatlich werden B2B-Unternehmen dazu befragt, wie sich die aktuellen E-Commerce- und Gesamtumsätze entwickeln und welche Erwartungen sie an die zukünftige Entwicklung haben. Der auf Basis dieser Urteile errechnete Index spiegelt die **aktuelle Stimmung unter den B2B-Unternehmen** wider. Ein Indexwert von 100 Punkten steht dabei für ein ausgeglichenes Meinungsbild.

In monatlich **wechselnden Zusatzfragen** werden zudem **aktuelle Themen** beleuchtet, beispielsweise B2B Online-Marktplätze, mobile Angebote oder Fragen rund um Internationalisierung.

Weitere Informationen finden Sie unter [www.b2b-ecommerce-index.de](http://www.b2b-ecommerce-index.de).



## Haben auch Sie Interesse?

Dann registrieren Sie sich jetzt zur Teilnahme am B2B E-Commerce-Konjunkturindex! Die monatliche Umfrage nimmt nur wenige Minuten in Anspruch. Im Anschluss an die Auswertung erhalten Sie die wegweisenden Ergebnisse stets per E-Mail zugesandt.

» [Jetzt registrieren!](#)

## IntelliShop AG

### **IntelliShop - Ihre B2B-eCommerce Experten für schnell wachsende Geschäftsbeziehungen und erfolgreiche Digitalstrategien**

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

Die IntelliShop B2B Commerce Software ist die direkte Verbindung zu jedem Geschäftskunden. Mit einfacher Konfiguration können sämtliche kundenbezogenen Geschäftsprozesse flexibel eingerichtet und optimal in bestehende Beschaffungs- und IT-Infrastrukturen integriert werden. Die hohe Effizienz der IntelliShop-Technologie wurde speziell für die digitale Transformation von individuellen B2B-Vertriebsprozessen und internationalen Handelsstrukturen entwickelt.

Zu den B2B-Referenzkunden gehören: Eppendorf, Jordan, Wieland Electric, Knaf, EWM, Miltenyi Biotec, Amphenol, Kaut-Bullinger oder Nordwest Handel. Im B2C-Segment vertrauen T-Mobile, eismann oder die Österreichische Post auf IntelliShop. [www.intellishop-software.com](http://www.intellishop-software.com)

## ECC KÖLN

Als Tochtermarke des IFH Köln ist das ECC Köln erster Ansprechpartner für Knowhow-Transfer in der digitalen Handelswelt. Händler, Hersteller und Dienstleister profitieren von einzigartigen Market und Customer Insights sowie individuellen erfolgs- und businessrelevanten Impulsen, Events und Trainings. Mit dem ECC Club ([www.ecc-club.de](http://www.ecc-club.de)) bietet das ECC Köln eine einzigartige Community- und Networkingplattform für Entscheider im E-Commerce.

**Expertise, Channels, Community – Dafür steht das ECC Köln.**

Mehr unter: [www.ifhkoeln.de/ueber-uns/ecc-koeln/](http://www.ifhkoeln.de/ueber-uns/ecc-koeln/)

# KONTAKTINFORMATIONEN



## **Julia Frings**

Junior Projektmanagerin  
ECC KÖLN

+49 (0)221 943 607 833  
j.frings@ifhkoeln.de



## **Alina Harthan**

Online-Marketing Manager  
IntelliShop AG


+49 (0)721 381 341 717  
alina.harthan@intellishop.ag

# ECC KÖLN

## **ECC KÖLN GmbH**

Dürener Str. 401 b  
50858 Köln

+49 (0) 221 943607-10  
**www.ifhkoeln.de**

 @ifhkoeln

 /company/ifh-koeln-gmbh