



Digital Commerce Research Network

**Gemeinsam die Zukunft des Handels
erforschen und gestalten**

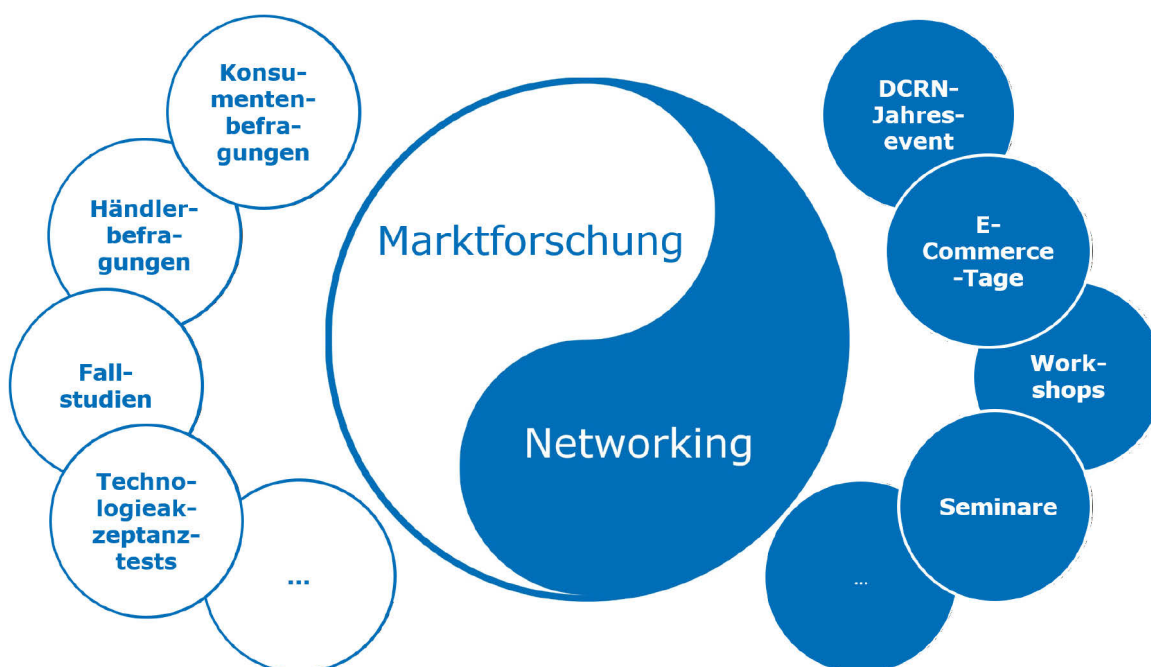
Forschungs- und Beteiligungskonzept 2022

www.ibi.de

1 Motivation und Zielsetzung des Digital Commerce Research Network (DCRN)

Das **Digital Commerce Research Network** (DCRN) verfolgt das Ziel, Händler, Hersteller und Dienstleister aus dem Handelsumfeld zusammenzubringen, gemeinsam mit Wissenschaft und Forschung Lösungen rund um die Chancen und Risiken der digitalen Transformation im Handel zu erarbeiten, neue Technologien und Entwicklungen zu bewerten und somit allen Akteuren in der Handelsbranche fundierte Entscheidungsgrundlagen zu bieten.

ibi research an der Universität Regensburg, als Initiator und Träger des DCRN, ist seit weit über 15 Jahren eine der ersten Adressen in Deutschland rund um die Digitalisierung in der Handelsbranche. Das Spektrum der Forschungsfelder reicht dabei von der Strategieentwicklung bis zur Implementierung innovativer Technologien. Das früher im Projekt „E-Commerce-Leitfaden“ aufgebaute Know-how, die fundierten Marktanalysen, die Praxiserfahrungen sowie das umfangreiche nationale und internationale Netzwerk bildeten eine ideale Ausgangsbasis für das DCRN. Die beiden Kernbestandteile des Netzwerks sind die Marktforschung und das Networking (vgl. Abbildung):



Neben Marktanalysen bietet das DCRN seinen Mitgliedern exzellente Networking-Möglichkeiten, unter anderem einen Zugang zu hochkarätigen Branchenevents des ibi und die Platzierung der Mitgliedsunternehmen in einem hoch innovativen Umfeld.

Das DCRN wird jährlich eine Studie zur Zukunft des Handels durchführen (in der Regel abwechselnd eine Endkunden- bzw. Händlerbefragung) und in dieser, aktuelle Marktentwicklungen sowie Trends analysieren. Durch eine öffentlichkeitswirksame Platzierung und Nennung der DCRN-Mitglieder in der Studie sowie in der Kommunikation steigert sich auch die Sichtbarkeit der Mitglieder. Diese erhalten selbstverständlich auch Material für die eigene Medienarbeit.

Die Ergebnisse werden bei einem Networking-Event oder Webinar präsentiert und – ggf. zusammen mit weiteren spannenden Trends und Praxisberichten – diskutiert.

Wir hoffen, dass wir mit diesem Konzept Ihr Interesse gewinnen können. Weitere Informationen und Beteiligungsmöglichkeiten finden Sie auf den folgenden Seiten.

Die Leistungen des DCRN sind in den folgenden beiden Abschnitten beschrieben. Wie sich Händler, Hersteller und Dienstleister sowie auch Interessensvertreter wie Kammern und Verbände beteiligen können wird im Abschnitt 6 erläutert.

2 Marktforschungsaktivitäten

Neben der jährlichen Händlerbefragung zur Zukunft des Handels haben wir aktuell die folgenden Forschungsfelder/-themen für die kommenden Jahre identifiziert (beispielhaft):

- Status quo und Relevanz von Plattformen/Marktplätzen im B2C bzw. B2B-E-Commerce (Expertenbefragung)
- Auswirkungen der COVID-19-Pandemie auf Handel und Kunden (Händler- bzw. Konsumentenbefragung)
- Einsatzfelder von KI bei unternehmensinternen Prozessen im Handel (Fallstudien und Händlerbefragung)
- Retourenmanagement im E-Commerce (Händlerbefragung)
- Evaluierung von Ansätzen zur Steigerung der Produktdatenqualität im Handel (Fallstudien und Händlerbefragung)
- Einkaufsverhalten der Konsumenten – Omni-Channel im Plattformzeitalter (Konsumentenbefragung)
- Chancen und Herausforderungen des internationalen E-Commerce (Fallstudien und Händlerbefragung)

- Auswirkungen der starken Kundenauthentifizierung auf Checkout-Prozesse
- Auswirkungen von EU-Regulierungen auf Online-Händler und ihre Kunden
- Einschätzungen der Händler bzgl. der neuen EU-Strategie für den Massenzahlungsverkehr und die damit verbundenen Auswirkungen auf den Handel und die Konsumenten

3 Networking- und Kommunikationsaktivitäten

Zentrales Networking-Event des DCRN ist die Präsentation der jährlichen Studie zur Zukunft des Handels. Im Rahmen dieser Veranstaltung (virtuell oder in Präsenz) werden die Ergebnisse der Studie präsentiert und – zusammen mit weiteren spannenden Trends und Praxisberichten – diskutiert. Zudem erhalten die Partner im Rahmen des DCRN kostenlosen oder vergünstigten Zugang zu verschiedenen Veranstaltungen des ibi.

4 Termine des DCRN 2022 sowie weitere Termine von ibi research (Stand November 2021)

- Jahresauftakt-Treffen der DCRN-Mitglieder (Januar 2022)
- CIBI Innovationstag (München, 30.03.2022)
- E-Commerce-Tage online (online, 17. und 18.05.2022)
- Vorstellung der DCRN-Studie 2022 (online, September 2022; ggf. in Kombination mit dem E-Commerce-Tag Regensburg)
- ibi-Zahlungsverkehrsforum (Frankfurt, 06.10.2022)
- E-Commerce-Tag (Regensburg, 12.10.2022)

5 Ansprechpartner bei ibi research

Dr. Ernst Stahl

Tel.: +49-941-943-1923

ernst.stahl@ibi.de

Elisabeth Rung

Tel.: +49-941-943-1917

elisabeth.rung@ibi.de

6 Beteiligungsmöglichkeiten und Leistungen

Leistungen im Überblick	Basic	Plus	Pre- mium
Logo-Präsenz auf der ibi-Website (www.ibi.de) sowie auf der DCRN-Projektseite	X	X	X
Aktive Diskussion im Rahmen (virtueller) Treffen und Möglichkeit, inhaltliche Anregungen und Fragen für die jährliche Erhebung bzw. für die Studie zur Zukunft des Handels	X	X	X
Logo-Präsenz in der jährlichen Studie des DCRN zur Zukunft des Handels sowie in den weiteren Veröffentlichungen des DCRN	X	X	X
Unternehmensprofil mit Logo, Kompetenzen, Dienstleistungen, Ansprechpartner, Kontakt etc. in der jährlichen Studie	X	X	X
Aktive Möglichkeit der Verteilung der Studie (auch selbst gehostet) durch den DCRN-Partner	X	X	X
Unternehmensprofil mit Logo, Kompetenzen, Dienstleistungen und Ansprechpartner, Kontakt etc. auf den DCRN-Seiten der ibi-Website	X	X	X
Anzahl kostenloser Tickets für die jährliche CIBI (www.cibi.de)	1	1	1
Anzahl kostenloser Tickets für den oder die stattfindende(n) E-Commerce-Tag(e) (mind. einmal pro Jahr, virtuell oder in Präsenz)	1	2	2
Ausstellerstand auf dem/den E-Commerce-Tag(en) (falls Präsenzdurchführungen möglich sind); alternativ, falls eine Durchführung virtuell erfolgt, ein Vortrag oder eine Meet&Talk-Diskussionsrunde	-	-	X
Platzierung mit Kurzporträt im E-Commerce-Newsletter beim Einstieg in das Netzwerk (Stand Oktober 2021 gut 12.500 Abonnenten)	-	X	X
Möglichkeit der Platzierung einer fachlichen/redaktionellen Unternehmens-News (mindestens) einmal im Jahr im E-Commerce-Newsletter (Stand Oktober 2021 gut 12.500 Abonnenten; aktive Lieferung seitens des Partners als Voraussetzung)	-	-	X
Ein Interview (Text) zu einem ausgewählten Thema des Partners und Platzierung sowie Bewerbung in den ibi-Medien inkl. Social Media	-	-	X
Ein gemeinsames Webinar zu einem ausgewählten Thema und Platzierung sowie Bewerbung in den ibi-Medien	-	-	X
Kosten p. a. in Euro	950	1.900	4.500

7 Beteiligung am DCRN – per Fax bitte an 0941-943-1888 oder per E-Mail an sekretariat@ibi.de

Firmenname	
Ansprechpartner	
Straße	
PLZ & Ort	
Telefonnummer	

Ja, wir werden verbindlich Teil des Digital Commerce Research Network (DCRN) und buchen das folgende Paket (Preise zzgl. USt.). Diese Vereinbarung gilt für ein Jahr, beginnend am 01.01.2022. Sie verlängert sich jeweils um ein weiteres Jahr, wenn sie nicht mit einer Frist von drei Monaten vor Ablauf des Vertragsjahres von einer der beiden Parteien schriftlich gekündigt wird.

Start-ups¹ unterstützen wir durch einen 50 %-Rabatt auf das günstigste Einstiegspaket „Basic“ in den ersten drei Jahren nach Gründung.

Paket (bitte ankreuzen)	<input type="checkbox"/> Basic (950 €)	<input type="checkbox"/> Plus (1.900 €)	<input type="checkbox"/> Premium (4.500 €)
-----------------------------------	---	--	---

Ort, Datum

Unterschrift und Stempel

¹ Als Start-ups zählen Unternehmen, die maximal in den letzten drei Jahren gegründet wurden und weniger als 100 Mitarbeiter beschäftigen und nicht Teil eines Konzerns sind.