

Pressemitteilung

frei zur Veröffentlichung ab sofort

Regensburg, 25. Januar 2021

Großhandel verspielt viel Potenzial in Payment- und Finanzprozessen

ibi research hat sich in einer Studie mit dem B2B-E-Commerce und dem Stand der Digitalisierung im deutschen Großhandel beschäftigt. 172 Experten haben in diesem Jahr neben Fragen zum Vertrieb auch zum Schwerpunktthema „Payment- und Finanzprozesse“ Stellung genommen. Wie schon in den Vorgängerstudien erkennbar, zeigt auch die aktuelle Erhebung, dass B2B-E-Commerce weiterhin im Trend liegt. Immer mehr Unternehmen vertreiben ihre Produkte und Dienstleistungen online. Der eigene Online-Shop liegt mit 56 Prozent in der Gunst der Vertriebler vor dem Außendienst, telefonischen oder schriftlichen Bestellungen. Die Corona-Pandemie hat die Entwicklung zur Nutzung digitaler Vertriebswege weiter beschleunigt. Eine ausführliche Vorstellung der Ergebnisse findet am 27. Januar 2021 zusammen mit den Studienpartnern DATEV und Creditreform in Form eines kostenfreien Webinars statt.

Digitale Vertriebskanäle gewinnen im Großhandel an Bedeutung – jedoch gibt es je nach Größe des Unternehmens Unterschiede

In Summe nutzen große Unternehmen digitale Vertriebsmöglichkeiten häufiger als kleine Händler. Beim Online-Shop ist das Verhältnis jedoch umgekehrt: Kleine setzen zu 62 Prozent einen eigenen Online-Shop ein, während große Akteure das nur zu 55 Prozent tun. Wie in der Vorjahresstudie schon zu sehen war, wird EDI dafür im Wesentlichen von großen Unternehmen genutzt (49 Prozent). Auffällig ist zudem, dass die vollautomatisierten Bestellungen von Maschine zu Maschine von 12 Prozent im Vorjahr auf heute 20 Prozent gestiegen sind. Hier erwarten die Autoren der Studie in den kommenden Jahren eine Fortsetzung des Trends.

Bezahlverfahren: Rechnung und Vorkasse weiterhin die am häufigsten eingesetzten Verfahren im B2B-Handel

Über 80 Prozent der Unternehmen bieten ihren Kunden die Zahlung per Vorkasse (88 Prozent) sowie die Rechnung (83 Prozent) als Bezahlmethode an, danach folgen Lastschrift (71 Prozent), Kreditkarte (68 Prozent) und PayPal (66 Prozent). Das Angebot dieser Verfahren unterscheidet sich nicht merklich über die Unternehmensgrößen hinweg. Auffallend ist, dass fast jedes vierte Großunternehmen Leasing und Ratenkauf anbietet, während kleine und mittlere Unternehmen diese Lösungen deutlich weniger oder kaum im Portfolio haben. Die am Markt verfügbaren Instrumente der Absatzfinanzierung bieten hier vermutlich noch einiges an Potenzial.

Detaillierte Vorstellung der Studienergebnisse am 27. Januar 2021

Neben dem Verkauf im B2B-E-Commerce und der Zahlungsabwicklung wurden auch die Bereiche Risiko- und Debitorenmanagement sowie Rechnungsabwicklung und Archivierung näher beleuchtet. Die gesamten Ergebnisse und Themenbereiche der Studie werden ausführlich am **27. Januar um 14 Uhr** in Form eines kostenlosen Webinars vorgestellt.

„Die Ergebnisse der Studie zeigen sehr klar, dass der Verkauf an Unternehmen, teilweise oder komplett, verstärkt über digitale Vertriebskanäle erfolgt,“ so ibi-Geschäftsführer Dr. Georg Wittmann. „Im Vergleich zu den Aktivitäten an der Kundenschnittstelle sehen wir aber sehr deutlich, dass es bei den Finanz- und Paymentprozessen im B2B-E-Commerce noch sehr viel Nachholbedarf gibt. Insbesondere im Debitorenmanagement sowie bei den Rechnungsprozessen können die Unternehmen noch viel Potenzial ausschöpfen.“

Die Teilnahme an der Vorstellung der Studie „Payment- und Finanzprozesse im B2B-E-Commerce“ ist kostenfrei, es ist aber eine Registrierung erforderlich unter www.ibi.de/webinare.



research

an der Universität Regensburg

Über ibi research

Seit 1993 bildet ibi research an der Universität Regensburg GmbH eine Brücke zwischen Universität und Praxis. Das Institut betreibt anwendungsorientierte Forschung und Beratung, arbeitet also mit den Methoden der Wissenschaft an den Themen der Praxis, mit klarem Schwerpunkt auf Innovationen und deren Umsetzung.

ibi research konzentriert sich dabei auf die Themenfelder Digitalisierung der Finanzdienstleistungen und des Handels, im E-Business genauso wie im Multikanal und im B2C-Geschäft genauso wie im B2B-Geschäft. Das Forschungsspektrum reicht von der Marktanalyse und Geschäftsmodell-Entwicklung über Prozessgestaltung und Data Analytics bis hin zu Fragen der Governance und Compliance. Zugleich bietet ibi research umfassende Beratungsleistungen zur Umsetzung der Forschungs- und Projektergebnisse.

Weitere Informationen: www.ibi.de

ibi research freut sich über den honorarfreien Abdruck dieser Pressemitteilung.

Bei Interesse an weiteren Informationen, Artikeln etc. wenden Sie sich bitte an:

ibi research an der Universität Regensburg
Carina Freundl
Galgenbergstraße 25
93053 Regensburg

Telefon: 0941 943-1901
Telefax: 0941 943-1888
E-Mail: presse@ibi.de