

Pressemitteilung

frei zur Veröffentlichung ab sofort

Regensburg, 9. Dezember 2019

B2B-E-Commerce 2025: Multikanal-Strategie wird unverzichtbar

Die Ergebnisse der kürzlich erschienen Studie „B2B-E-Commerce 2020 – Status quo, Erfahrungen und Ausblicke“ des Forschungsinstituts ibi research an der Universität Regensburg zeigen, dass der B2B-E-Commerce immer mehr ins Rollen kommt. Schon heute generiert jeder fünfte B2B-Händler die Hälfte seines Umsatzes über Online-Verkäufe. Die größte Herausforderung dabei aus Händlersicht: Langfristiger Erfolg kann nur über Multikanal-Konzepte generiert werden. Dafür fehlt vielen Unternehmen aber die richtige Strategie. Zusätzlich setzen zunehmende Geschäftsbeziehungen zwischen Herstellern und Endverbrauchern den Großhandel unter Druck. Die von eCube, Creditreform und Spryker unterstützte Studie verdeutlicht, dass Großhändler weiterhin den Aufwand von E-Commerce-Projekten unterschätzen.

Aktuell bevorzugen Einkäufer in Großhandelsunternehmen den Online-Shop von Geschäftspartnern sowie weiterhin die klassischen Kanäle (schriftliche und telefonische Bestellung). Für die kommenden fünf Jahre erwarten sie dagegen einen Umbruch: 89 Prozent der Befragten gehen davon aus, dass bis dahin die Hälfte aller Einkäufe online getätigt wird. „Der Vergleich zu unseren Vorgängerstudien aus den Jahren 2018 und 2017 bestätigt ebenfalls, dass immer mehr B2B-Unternehmen sich mit digitalen Vertriebskanälen beschäftigen“, so Dr. Georg Wittmann, Geschäftsführer von ibi research. Als Gründe gaben die rund 170 Studienteilnehmer die zunehmende Digitalisierung von Prozessen, Umsatzsteigerung und die Gewinnung von Neukunden an. Nur 18 Prozent verzichteten auf Online-Verkäufe.

Neue Technologien und Wandel in Wertschöpfungsketten verändern B2B-Markt

Zwei Drittel der befragten Unternehmen gehen davon aus, dass 2025 über 50 Prozent der Bestellungen vollautomatisch getätigt werden. Die Kundenkommunikation wird ihrer Einschätzung nach zu einem großen Teil von Chatbots und Robots durchgeführt. „Diese Entwicklungen verändern den Markt massiv“, berichtet Wittmann. „Hinzu kommt, dass Teile des B2B-Marktes durch direkten Kundenkontakt der Lieferanten umgangen werden können. Auch deshalb befürchten viele Unternehmen, dass der Großhandel in Zukunft an Relevanz verlieren wird.“

„Die Anpassung von Standardsoftware und die Aufbereitung von Produktdaten zählen zu den größten Aufwandstreibern im B2B-E-Commerce. Das zeigt, dass sich viele Unternehmen mit der Modernisierung ihrer Systeme und der Automatisierung von Prozessen schwertun,“ sagt Günter Heiß vom Digital-Commerce-Spezialisten eCube.

B2B-Online-Shops erfüllen derzeit nicht die Anforderungen der Einkäufer

Beim Einkauf in Online-Shops legen Händler besonderen Wert auf eine effiziente Abwicklung des Bestellprozesses. Unerlässlich dafür sind die vom Shop angebotenen Informationen und Funktionen. Hier werden die Erwartungen der Befragten aber nur zum Teil erfüllt. Während beispielsweise mehr als 90 Prozent der Einkäufer eine Verfügbarkeitsanzeige erwarten, bilden diese nur 76 Prozent der Online-Shops ab. Auch bezüglich Such- und Filterfunktionen gibt es Nachholbedarf. „Entgegen der weit verbreiteten Praxis im B2B Entscheidungen eher aus Unternehmenssicht und nicht aus Kundensicht zu fällen, zeigt dieses Ergebnis, dass eine stärkere Kundenorientierung notwendig ist. Wer Kundenwünsche ignoriert verliert selbst Stammkunden schnell an die Konkurrenz, die bei der UX aufgepasst hat.“, erklärt Alexander Graf, Co-CEO von Spryker.

Onlinehandel führt zu Digitalisierung des Credit Managements

Nach wie vor ist die Rechnung, gefolgt von PayPal, das Zahlungsverfahren mit der höchsten Relevanz im B2B-E-Commerce – und wird es nach Einschätzung der Studienteilnehmer auch in den kommenden fünf Jahren bleiben. Kreditkartenzahlung und Lastschrift werden wichtiger als sie es heute sind. Mit der Verlagerung der Geschäftsprozess in den Onlinehandel ist jedoch auch die Notwendigkeit zur Digitalisierung des klassischen Credit Managements verbunden, um Risiken auf digitalen Absatzkanälen steuern zu können. „Die Studie zeigt, dass in den Bereichen Neukundenregistrierung und Check-out bei vielen Unternehmen nach wie vor manuelle Arbeitsschritte notwendig sind. Diese Herausforderungen müssen gelöst werden, denn im digitalen B2B-Handel sind Echtzeitprozesse gefragt, um hohe Conversion-Rates erzielen zu können“, erläutert Daniel Blasberg, Produktmanager E-Commerce bei Creditreform.

Die vollständige Studie „B2B-E-Commerce 2020 – Status quo, Erfahrungen und Ausblicke“ steht kostenlos zum Download zur Verfügung unter: www.ibi.de/B2B2020

Die wichtigsten Informationen zur Studie auf einen Blick

Titel:	B2B-E-Commerce 2020 – Status quo, Erfahrungen und Ausblicke (Dezember 2019)
Methodik:	Expertenbefragung mit vorgelagerten qualitativen Experteninterviews und online-gestützte Umfrage
URL:	www.ibi.de/B2B2020

Bildmaterial:



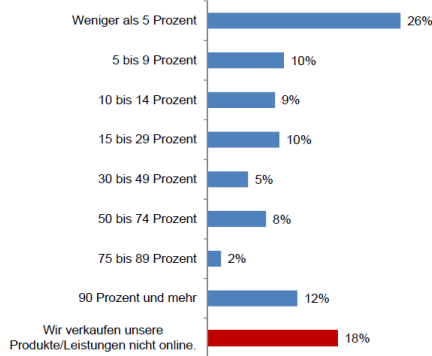
Bildquelle: fotostock.com
ISBN 978-3-945451-72-4

B2B-E-Commerce 2020 – Status quo, Erfahrungen und Ausblicke

Ergebnisse einer Expertenbefragung von
ibi research an der Universität Regensburg, Creditreform, eCube und Spryker
Dezember 2019

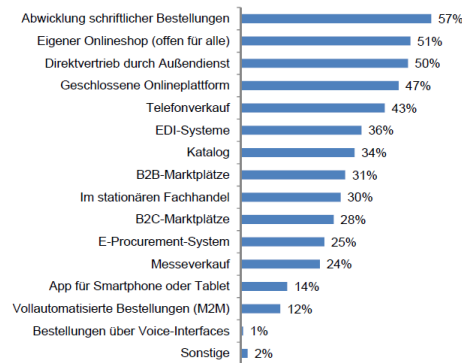
82 Prozent der Unternehmen verkaufen im Internet – jeder Fünfte generiert dort mehr als 50 Prozent des Umsatzes

Wie hoch ist der Anteil der Verkäufe über Online-Shops oder Marktplätze am Gesamt-Jahresumsatzes Ihres Unternehmens?



144 ≤ n ≤ 165 Experten

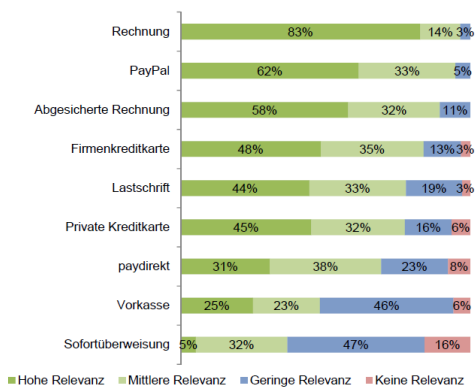
Welche Lösung nutzt Ihr Unternehmen für den Verkauf?



© 2019 ibi research: „Online-Kaufverhalten im B2B-E-Commerce“ – powered by Creditreform, eCube und Spryker

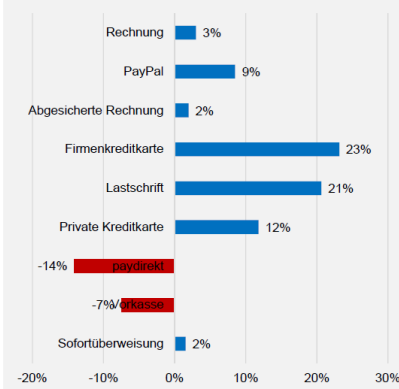
Rechnung bleibt weiterhin das bedeutendste Zahlungsverfahren im B2B-Commerce – Kreditkarte und Lastschrift holen auf

Wie schätzen Sie die Bedeutung der Zahlungsverfahren im B2B-Commerce in fünf Jahren ein?



13 ≤ n ≤ 58 Experten; nur Zahlungsverfahren n=10

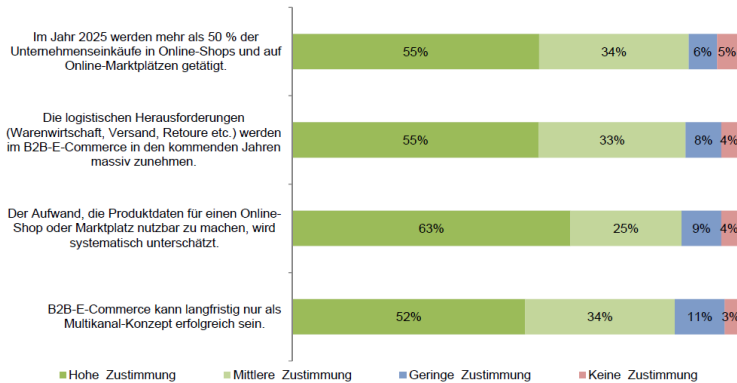
Bedeutungsveränderung der Zahlungsverfahren im B2B-Commerce (2019 bis 2024)



© 2019 ibi research: „Online-Kaufverhalten im B2B-E-Commerce“ – powered by Creditreform, eCube und Spryker

89 Prozent der Unternehmen erwarten, dass im Jahr 2025 mehr als die Hälfte der Einkäufe online getätigt werden

Bitte bewerten Sie die folgenden Aussagen zum B2B-E-Commerce.

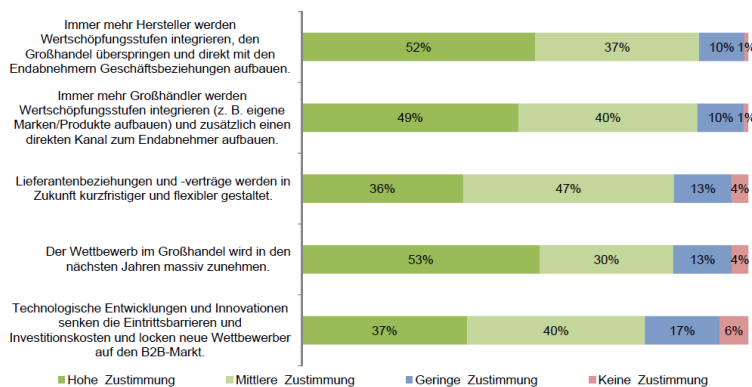


106 ≤ n ≤ 113 Experten

© 2019 ibi research: „Online-Kaufverhalten im B2B-E-Commerce“ – powered by Creditreform, eCube und Spryker

Die große Mehrheit befürchtet, dass der Großhandel in Zukunft an Relevanz verliert

Bitte bewerten Sie die folgenden Aussagen zur Zukunft des Großhandels.



88 ≤ n ≤ 112 Experten

© 2019 ibi research: „Online-Kaufverhalten im B2B-E-Commerce“ – powered by Creditreform, eCube und Spryker



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 an.

Weitere Informationen: www.ibi.de

Über Creditreform:

Creditreform blickt 2019 auf eine 140-jährige Tradition zurück. Diese lange Geschichte prägt auch den Auftritt der 129 selbstständigen Vereine Creditreform in Deutschland vor Ort. Die genaue Kenntnis der regionalen Wirtschaft und die persönliche Ansprache für jedes Mitglied sind lebendiger Ausdruck dieser Historie bis heute. Dabei ist die aktuelle Arbeit von Creditreform im Gläubigerschutz ganz von der Digitalisierung geprägt. Die weltweit größte Datenbank über deutsche Unternehmen, die vielfältigen Möglichkeiten elektronischer Kommunikation und der Einsatz neuester digitaler Entwicklungen, etwa durch Blockchain oder im Scoring, erweisen Creditreform als kompetenten Partner des Großhandels.

Plattformen von Zahlungsabwicklung im Onlineshopping bis hin zu Echtzeit-Bonitätsprüfungen

Ganz im Zeichen der Digitalisierung im Großhandel durch Payment und E-Commerce bietet Creditreform eine zentrale Plattform an, die zur Verfügung stellt, was der Händler jetzt braucht: Das reicht von der Zahlungsabwicklung im Onlineshop, im Mobile-Commerce oder am Point of Sale (POS) über Echtzeit-Bonitätsprüfungen, Betrugsprävention und Debitorenmanagement bis hin zur automatisierten Identifizierung und Registrierung von Neukunden. Es spielt bei der Anbindung keine Rolle, ob B2B- oder B2C-Geschäfte abgewickelt oder welche Verkaufskanäle genutzt werden. Alle Dienstleistungen lassen sich flexibel über moderne Webservices oder vorgefertigte Plug-ins anbinden, so dass die Anforderungen individuell umgesetzt werden können.

Weitere Informationen: www.creditreform.de und www.crefopay.de



research

an der Universität Regensburg

Über eCube:

Enabling Digital Commerce

Wir unterstützen Unternehmen dabei, ihr digitales Geschäft konsequent und nachhaltig auf die Schaffung von Business Value auszurichten. Gemeinsam mit unseren Kunden und Technologie-Partnern legen wir die Basis für lernende und ständig wachsende Netze von digitalen Fähigkeiten und Vermögenswerten: Digital Commerce Ecosystems.

Consulting: Think together

Wir unterstützen Unternehmen auf strategischer, fachlicher und technischer Ebene dabei, die richtigen Maßnahmen und Technologien für schnelles und nachhaltiges Wachstum zu finden.

Implementation: Build together

Wir bieten die Erfahrung, Kompetenz und die Werkzeuge, die nötig sind, um Digital Commerce Ecosystems zu konzipieren und bei unseren Kunden nachhaltig zu implementieren.

Empowerment: Grow together

Wir implementieren nicht nur, sondern wir befähigen unsere Kunden mit Erfahrung und Know how, Ihr digitales Business selbst in die Hand zu nehmen und erfolgreich weiterzuentwickeln.

Weitere Informationen: www.ecube.de

Über Spryker:

Das Spryker Commerce OS ist ein einzigartiges, API-based, headless Commerce-Betriebssystem für digitale Marktführer und solche, die es werden wollen.

Komplexität einfach übersetzt? Geschäftsmodelle jeder Art können über das Spryker Commerce OS einfach abgebildet werden. Ob umfassende B2B-Prozesse und Artikelanforderungen, benutzerfreundliche B2C- und B2B-Shops und andere Kundenschnittstellen oder nahtlose Integrationen an Drittsysteme.

Spryker stellt Individualisierung an erster Stelle, damit Unternehmen eine perfekt auf sie zugeschnittene Lösung bekommen.

Weitere Informationen: www.spryker.com

ibi research freut sich über den honorarfreien Abdruck dieser Pressemitteilung.



research

an der Universität Regensburg

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