

PRESSEMITTEILUNG

Digitale Reife in B2B-Unternehmen weitestgehend noch in den Kinderschuhen

Nur jedes dritte B2B-Unternehmen sieht sich als weitestgehend digitalisiert an. Für zwei Drittel stellt die Digitalisierung eine große Herausforderung im Unternehmen dar.

Karlsruhe/Köln, 04. Juli 2019. Nur ein Drittel der Entscheider aus B2B-Unternehmen schätzen ihr Unternehmen als weitestgehend digitalisiert ein. Immerhin **54 Prozent haben die digitale Transformation ihres Unternehmens bereits** angestoßen und erste Projekte umgesetzt, um die Chancen daraus gewinnbringend zu nutzen. Das ist auch nötig, denn die Befragten des B2B E-Commerce Konjunkturindex sind sich einig, dass die Digitalisierung des Vertriebs in den kommenden 1 bis 2 Jahren noch **deutlich an Bedeutung** gewinnen wird. Welche digitalen Services und Tools im Vertrieb bevorzugt genutzt werden und welche Chancen sich durch die Digitalisierung ergeben, zeigt der aktuelle B2B E-Commerce Konjunkturindex, eine Initiative der IntelliShop AG in Zusammenarbeit mit dem ECC Köln.

Digitaler Reifegrad in Marketing, Vertrieb und Kundenkommunikation am höchsten

Im Geschäftsbereich **Marketing und Vertrieb** haben nur 16 Prozent der Befragten noch kein Digitalisierungsprojekt angestoßen oder umgesetzt. Im Bereich **Kundenkommunikation** ist es **nur etwa jedes fünfte** Unternehmen. Die Bereiche Human Resources, Kundendienst, Einkauf und Logistik bilden hier eher die Nachzügler. So hat im Bereich Human Resources die **Hälfte der B2B-Unternehmen nach Einschätzung der befragten Entscheider noch kein Digitalisierungsprojekt angestoßen** oder umgesetzt.

Herausforderungen und Chancen in der Umsetzung

Zwei Drittel der Befragten sehen bei der Digitalisierung in ihrem Unternehmen noch große Herausforderungen. Etwa die Hälfte gibt an, dass es ihnen **ohne strategischen Partner oder Dienstleister schwer** fällt Aufgaben und Maßnahmen der Digitalisierung zu meistern. 43 Prozent geben an, dass ihr Unternehmen bei der Digitalisierung etwas hinterher hinkt und sie **dringend aufholen** müssen. Etwa zwei von drei B2B-Unternehmen folgen bei ihrer digitalen Transformation einer umfassenden Digitalisierungsstrategie.

Viele B2B-Unternehmen versuchen aber auch bereits, die **Chancen der Digitalisierung** für ihre Geschäftsentwicklung zu nutzen. 71 Prozent geben an, im Zuge der Digitalisierung bereits **neue Geschäftsmodelle** entwickelt zu haben. 60 Prozent der B2B-Unternehmen konnten durch die Digitalisierung im Vertrieb bereits Ihr **Bestandskundengeschäft ausbauen und den Vertrieb nachhaltig optimieren**. Mehr als jedes Zweite konnte außerdem neue Kundengruppen erschließen.

Der eigene Onlineshop ist zur Pflicht geworden

Der Vertrieb über den **eigenen Onlineshop** wird inzwischen von 86 Prozent der Befragten genutzt. Rund 60 Prozent nutzen **digitale Produktkataloge** mit oder ohne Check-Out-Funktionalität. Die Hälfte nutzt außerdem auch den Vertriebsweg über **Onlinemarktplätze**. Etwas weniger, nämlich 46 Prozent betreibt einen Vertriebsweg über **EDI-Anbindungen**. **Mobile Shopping über Apps** ist dagegen erst bei einem Drittel der Befragten im Einsatz. 41 Prozent planen jedoch die Einführung des Vertriebs über Apps.

Stabile E-Commerce-Umsätze mit weiterhin positivem Trend

Die aktuelle Einschätzung der **E-Commerce-Umsätze** ist gegenüber dem Vorjahr zwar gesunken, dennoch werden sie aber im Vergleich zu den Vormonaten zum Großteil als **stabil oder gar eher positiv bewertet**. Die Erwartungen an die E-Commerce-Umsätze der kommenden zwölf Monate liegen mit 140,8 Punkten weiterhin im positiven Bereich, sind aber im Vergleich zur Vorbefragung um 15 Punkte gesunken.

Die Gesamt-Umsatzentwicklung wird gegenüber den E-Commerce-Umsätzen aktuell negativer bewertet. Knapp ein Drittel der Befragten gibt an, dass sie ihre Gesamtumsätze im März und April als eher negativ beurteilen. Die Befragung ergibt einen Indexwert von 111 Punkten und damit einen Abfall von knapp 40 Punkten gegenüber der Vorbefragung. Die Erwartungen für die Gesamtumsatzentwicklungen in den kommenden zwölf Monaten sind im Vergleich zur Vorbefragung ebenfalls um 12 Punkte auf 140,8 Punkte gesunken. Auch im Vergleich zum Vorjahr fallen die aktuellen Erwartungen für die Gesamtumsatzentwicklungen in den kommenden zwölf Monate niedriger aus.

Den vollständigen Berichtsband zum kostenlosen Download finden Sie unter:
www.b2b-ecommerce-index.de

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 20.05.2019 bis zum 02.06.2019 rund 30 Entscheider und Projektverantwortliche aus überwiegend international tätigen B2B-Unternehmen online befragt. Es handelt sich um nicht repräsentative Umfrageergebnisse. Thema der Befragung war die Digitale Reife in B2B-Unternehmen. 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 Juli 2019. 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 eine B2B-Ecommerce Unternehmen und möchten zukünftig selbst an der Befragung teilnehmen? Die Teilnahmemöglichkeiten als Panelist finden Sie unter: www.b2b-ecommerce-index.de/umfrage/teilnahme/

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
Melanie Günther
Dürener Str. 401 b
50858 Köln

Tel. +49 221 943607-23
Fax +49 221 943607-59
m.quenther@ifhkoeln.de