

PRESSEMITTEILUNG

Fast die Hälfte der B2B-Unternehmen nutzt Amazon

Einkäufer im B2B-Bereich profitieren vom breiten Sortiment der Plattform, Amazon-Verkäufer von der hohen Bekanntheit und Reichweite.

Karlsruhe/Köln, 05.09.2019. Amazon bestimmt den weltweiten Online-Handel wie kein zweiter Konzern. So ist der US-amerikanische Internetgigant heute kaum noch aus dem Alltag vieler Menschen wegzudenken. Doch nicht nur in zahlreichen Privathaushalten, auch in **rund der Hälfte** der befragten Unternehmen des B2B E-Commerce Konjunkturindex, einer Initiative der IntelliShop AG in Zusammenarbeit mit dem ECC Köln, wird Amazon eingesetzt: **12 Prozent** nutzen Amazon dabei **sowohl in der Beschaffung als auch für den eigenen Vertrieb**, **27 Prozent** setzen **ausschließlich im Einkauf** auf die Plattform und **6 Prozent vertreiben selbst Waren** über die Plattform, ohne dass Amazon Bestandteil der eigenen Beschaffungsprozesse ist. Während von denjenigen B2B-Unternehmen, die Amazon derzeit noch nicht nutzen, 6 Prozent die Nutzung innerhalb der nächsten 12 Monate und weitere 11 Prozent diese zwar nicht kurz- aber langfristig planen, erwägen die übrigen B2B-Unternehmen dies auch **für die Zukunft nicht (83 Prozent)**.

Breites Sortiment lockt B2B-Einkäufer

Der aktuelle B2B E-Commerce Konjunkturindex ging in seiner Befragung von B2B-Entscheidern zudem auf die konkrete Nutzung des Dienstes Amazon Business ein. **54 Prozent** der Unternehmen, die die Plattform grundsätzlich im Einkauf einsetzen, gaben an, dass sie **auch Amazon Business** nutzen. Als **großer Vorteil** wird angeführt, dass bei Amazon Business sowohl auf "**private Produkte**", als auch auf **spezielle B2B-Produkte** zurückgegriffen werden kann.

Abrechnungssystem bei Amazon birgt Herausforderungen

Doch bei der Beschaffung über Amazon zeigen sich auch Herausforderungen: So sei es nach Angaben der Befragten oft nicht direkt ersichtlich, ob die Bestellung bei Amazon selbst oder bei einem Drittanbieter erfolge. In Abhängigkeit der Verkäufer der bestellten Produkte könne es bedingt durch das aktuelle Abrechnungssystem außerdem vorkommen, dass Unternehmen mehrere Rechnungen pro Bestellung erhalten. Da dies eine Erhöhung des buchhalterischen Aufwands nach sich ziehen kann, gab **rund die Hälfte** der Befragten an, dass es die Nutzung von Amazon Business erleichtern würde, wenn **alle Rechnungen über Amazon und nicht separat über die einzelnen Marktplatzhändler** abgewickelt würden. **70 Prozent** der befragten Entscheider würden in einer **Verrechnung über einen einzelnen Kreditor** auf Amazon Business eine deutliche buchhalterische Erleichterung sehen.

Marktpräsenz als Vertriebsvorteil

Als Verkäufer auf Amazon Business profitiere man nach Ansicht von **mehr als drei Viertel** der Befragten von der **großen Bekanntheit und Sichtbarkeit der Plattform**. Dies mache eine Nutzung von Amazon Business **als zusätzlichen Vertriebskanal** aus Sicht vieler Teilnehmer **attraktiv**. Insgesamt bewerten **gut zwei Drittel** der Befragten Amazon Business als einfache Möglichkeit für B2B-Unternehmen, **Beschaffung und/oder Vertrieb online zu skalieren**. Unabhängig von Beschaffung oder Vertrieb biete die Nutzung von Amazon Business aber nicht nur Vorteile: **61 Prozent** der befragten Unternehmen sehen in Amazon Business gar **mehr Herausforderungen als Chancen**.

B2B-Entscheider erwarten positiven Trend bei E-Commerce-Umsätzen

Wenngleich die **Stimmung grundsätzlich immer noch im positiven Bereich** bleibt, ist die Beurteilung der aktuellen **Umsätze im E-Commerce** zum zweiten Mal in Folge gesunken. Nach Einschätzung der Befragten des B2B E-Commerce Konjunkturindex haben sich die E-Commerce-Umsätze im Mai und Juni 2019 bei 21 Prozent der Befragten negativ entwickelt. Im Gegensatz dazu fallen die Erwartungen der B2B-Entscheider an die E-Commerce-Umsätze optimistischer aus als in den Vormonaten. Mit 157,6 Punkten steigerten sie sich gegenüber März und April 2019 um fast 17 Punkte.

Im Hinblick auf die Gesamtumsätze fällt die Bewertung etwas positiver aus: Knapp die Hälfte der Befragten gibt an, dass sie die Entwicklung der Gesamtumsätze im Mai und Juni positiv beurteilen. So ergibt sich mit einem neuen Indexwert von 127 Punkten ein Aufschwung von knapp 17 Punkten gegenüber der Vorbefragung. Die Erwartungen für die Gesamtumsatzentwicklungen in den kommenden zwölf Monaten sanken im Vergleich zur Vorbefragung dagegen marginal um 1,4 Punkte auf 139,4 Punkte.

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 26.07.2019 bis zum 06.08.2019 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 Nutzung von Amazon 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 September 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, Knaut, Kaut-Bullinger, Nordwest Handel, T-Mobile, telering oder eis-mann.

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.guenther@ifhkoeln.de