



## **Nachholbedarf bei der Einbindung von Händlern und dem Außendienst in die B2B E-Commerce Strategie**

*E-Commerce im B2B beginnt beim digitalen Katalog*

(Mynewsdesk) Karlsruhe/Köln, 20. Mai 2014. Der B2B E-Commerce Konjunkturindex, eine Initiative der IntelliShop AG in Zusammenarbeit mit den E-Commerce-Experten vom ECC Köln am IFH Institut für Handelsforschung, veröffentlicht die Ergebnisse der jüngsten Befragung für den Zeitraum März und April 2014. Zwei von drei befragten Unternehmen bewerten ihre E-Commerce-Umsätze positiv bis sehr positiv und mit 83,3 Prozent rechnet die große Mehrzahl der Befragten in den kommenden zwölf Monaten mit einem weiteren Wachstum der E-Commerce-Umsätze. Der Index für die E-Commerce-Umsätze steigt im Vergleich zu den beiden Vormonaten Januar und Februar auf 163,9 Punkte und erreicht damit einen Höchststand seit Beginn der Erhebung. Nach wie vor liegt er deutlich über dem Index für die Gesamtumsätze, der ebenfalls deutlich auf 155,5 Punkte gestiegen ist.

Die Ergebnisse der aktuellen Zusatzfrage zeigen überraschend deutlich, dass es immer noch einen hohen Nachholbedarf bei der Einbindung von Händlern und dem Außendienst in die E-Commerce-Strategie der befragten B2B-Unternehmen gibt. So nutzen derzeit erst knapp 17 Prozent der Panel-Teilnehmer die Anbindung von Tablet Devices an die E-Commerce-Plattform, um den eigenen Außendienst zu stärken und Angebots- und Bestellprozesse zu optimieren.

Erwartungsgemäß vielfältig zeigen sich dagegen die Einsatzmöglichkeiten von E-Commerce-Lösungen im B2B. Das Spektrum reicht vom digitalen Katalog mit und ohne Bestellmöglichkeit, über Online-Shops für das After-Sales-Geschäft mit Zubehör und Verbrauchsmaterialien bis hin zum Online-Vertrieb des gesamten Sortiments.

Angesichts der Wichtigkeit von kundenindividuellen Konditionen und Informationen im B2B-Handel überrascht jedoch auch hier, dass lediglich knapp die Hälfte der Unternehmen ihre E-Commerce-Plattform als Schnittstelle zwischen den relevanten Geschäftssystemen verstehen und die Vernetzung und Stärkung von Off- und Onlinekanälen bereits in ihrer derzeitigen E-Commerce-Strategie verankert haben.

Der vollständige Berichtsband zum kostenlosen Download und alle Informationen zum B2B E-Commerce Konjunkturindex und den Teilnahmemöglichkeiten als Panelist finden sich unter: [www.b2b-e-commerce-index.de](http://www.b2b-e-commerce-index.de)

Shortlink zu dieser Pressemitteilung:

<http://shortpr.com/7131z0>

Permanentlink zu dieser Pressemitteilung:

<http://www.themenportal.de/software/nachholbedarf-bei-der-einbindung-von-haendlern-und-dem-aussendienst-in-die-b2b-e-commerce-strategie-85934>

=== Der B2B E-Commerce Konjunkturindex veröffentlicht die Ergebnisse der jüngsten Befragung für den Zeitraum März und April 2014. (Bild) ===

Zwei von drei befragten Unternehmen bewerten ihre E-Commerce-Umsätze positiv bis sehr positiv und mit 83,3 Prozent rechnet die große Mehrzahl der Befragten in den kommenden zwölf Monaten mit einem weiteren Wachstum der E-Commerce-Umsätze. Der Index für die E-Commerce-Umsätze steigt im Vergleich zu den beiden Vormonaten Januar und Februar auf 163,9 Punkte und erreicht damit einen Höchststand seit Beginn der Erhebung. Nach wie vor liegt er deutlich über dem Index für die Gesamtumsätze, der ebenfalls deutlich auf 155,5 Punkte gestiegen ist.

Shortlink:

Permanentlink:

<http://www.themenportal.de/bilder/der-b2b-e-commerce-konjunkturindex-veroeffentlicht-die-ergebnisse-der-juengsten-befragung-fuer-den-zeitraum-maerz-und-april-2014>

### **Pressekontakt**

IFH Institut für Handelsforschung GmbH

Frau Christina Fingerhut  
Dürener Str. b 401  
50858 Köln

[c.fingerhut@ifhkoeln.de](mailto:c.fingerhut@ifhkoeln.de)

### **Firmenkontakt**

IFH Institut für Handelsforschung GmbH

Frau Christina Fingerhut  
Dürener Str. b 401  
50858 Köln

[shortpr.com/7131z0](http://shortpr.com/7131z0)

[c.fingerhut@ifhkoeln.de](mailto:c.fingerhut@ifhkoeln.de)

=== Über den B2B E-Commerce Konjunkturindex ===

Der B2B E-Commerce Konjunkturindex beruht auf einer zwei-monatlichen 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-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.

An der ersten Erhebung des B2B E-Commerce Konjunkturindex haben 29 Entscheider und Projektverantwortliche aus überwiegend international tätigen B2B-Unternehmen teilgenommen.

Die nächste Erhebung startet am 06. Januar 2014. 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 tragen die Panelists dazu bei, mehr Transparenz in den deutschen B2B-Online-Handel zu bringen.

Weitere Information und Teilnahme-Registrierung unter:  
[www.b2b-ecommerce-index.de](http://www.b2b-ecommerce-index.de)

=== Über die IntelliShop AG ===

Die IntelliShop AG entwickelt und vertreibt mit der IntelliShop eCommerce Suite eine der leistungsstärksten und hochskalierbaren Shop-Plattformen für Konzerne und den Mittelstand in Deutschland, Europa und den USA. Zu den Kunden gehören T-Mobile, 1&amp;1, eismann, Österreichische Post oder die Eppendorf AG.

Die E-Commerce-Lösungen von IntelliShop verschaffen Shop-Betreibern dank hohem Funktionsumfang, flexiblen Schnittstellen und kompromissloser Stabilität wertvolle Wettbewerbsvorteile im elektronischen Handel.

Gegründet im Jahr 2004, verzeichnet das Unternehmen hohe, jährliche Wachstumsraten und konnte sich schnell als einer der führenden und innovativsten Anbieter für komplexe Shopsysteme etablieren.

=== Über das ECC Köln ===

Als Schnittstelle zwischen Wissenschaft und Praxis bietet das Institut für Handelsforschung seit 1929 neutrale Analysen und Strategieberatung für Händler, Hersteller und Dienstleister. Das ECC Köln fokussiert dabei den Einfluss des Internet auf die Handelslandschaft. Die Erfolgsfaktoren des E-Commerce werden in Studien und Auftragsprojekten analysiert. In Zusammenarbeit mit den Kollegen des IFH Köln werden diese Erkenntnisse in den Kontext eines effizienten Cross-Channel-Managements gesetzt. Hierfür greifen die Experten des ECC Köln auf alle gängigen Methoden der Marktforschung zurück, interpretieren die Analyseergebnisse und unterstützen Unternehmen dabei, Managemententscheidungen vorzubereiten und abzusichern. Unsere Kunden profitieren von der Kanalexpertise des ECC Köln und dem Branchen-Know-how des IFH Köln.

[www.eckkoeln.de](http://www.eckkoeln.de) oder [www.ifhkoeln.de](http://www.ifhkoeln.de)