

PRESSEMITTEILUNG

Kontakt:

ECC Köln
c/o IFH Institut für Handelsforschung GmbH
Christina Fingerhut
Referentin Öffentlichkeitsarbeit

Tel.: +49 (0) 221 94 36 07-92
Fax: +49 (0) 221 94 36 07-99
c.fingerhut@ifhkoeln.de

www.ifhkoeln.de
www.eccckoeln.de

Online-Shops im baunahen Großhandel: Relevante Bestellplattform, aber Vertriebspotenzial häufig ungenutzt

Studie des ECC Köln in Zusammenarbeit mit ieQ-solutions nimmt die Erfolgsfaktoren für B2B-Online-Shops in der SHK- und Elektrobranche unter die Lupe. Die Ergebnisse zeigen, dass die Bedeutung als Bestellplattform weitestgehend erkannt wird, die vertriebsbezogenen Potenziale aber deutlich stärker genutzt werden könnten.

Köln, 10. Oktober 2013 – Online-Shops sind auch im B2B-Bereich mittlerweile keine Seltenheit mehr und viele Großhändler haben erkannt, welches Potenzial in diesem Kanal steckt. Auch im baunahen Großhandel haben sich Online-Shops zwischenzeitlich zu einer relevanten Bestellplattform entwickelt, so ein Ergebnis der ECC-Studie „Erfolgsfaktoren und Best Practices für B2B-Online-Shops im baunahen Großhandel“ in Zusammenarbeit mit ieQ-solutions. Rund 85 Prozent der für die Studie angesprochenen Unternehmen aus den Branchen Sanitär-, Heizung-, Klima-Großhandel und Elektrogroßhandel betreiben einen Online-Shop.

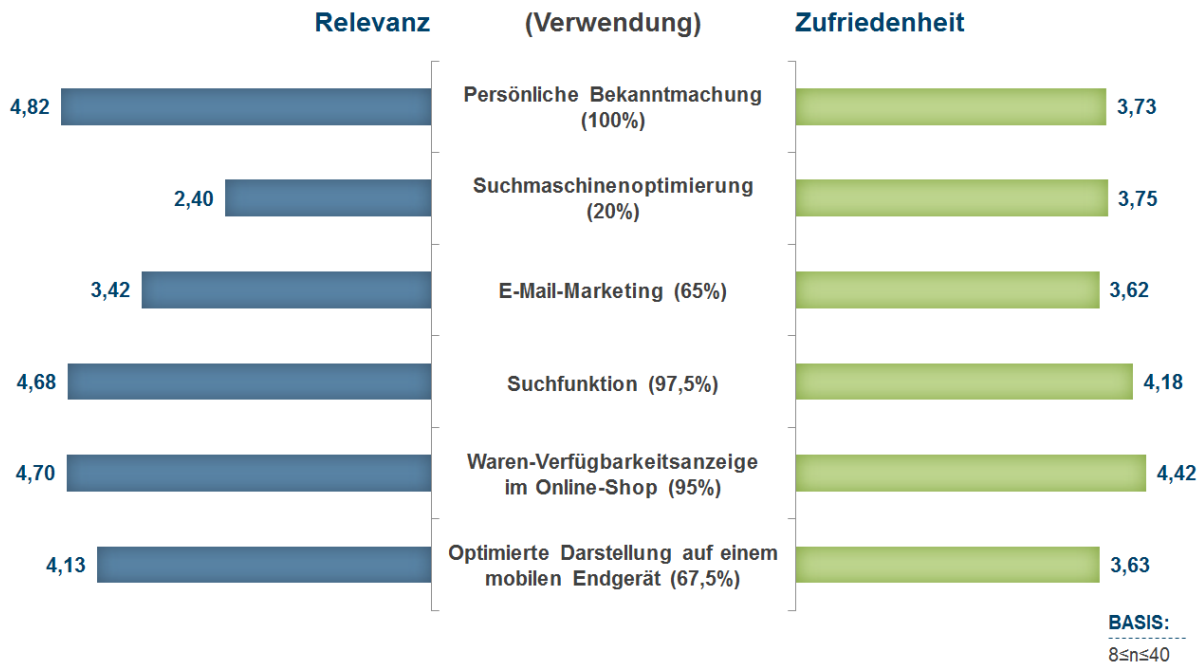
B2B-Online-Shops: Eher zusätzliche Bestellplattform als aktiver Vertriebskanal

Die Studienergebnisse zeigen, dass die befragten Unternehmen ihre Online-Shops aktuell vorwiegend als zusätzlichen Bestellkanal für ihre Bestandskunden pflegen. Die vertriebsorientierten Online-Potenziale zur Neukundengewinnung werden hingegen noch selten genutzt. Während beispielsweise alle Befragten versuchen, ihren Webshop über persönliche Empfehlungen bekannt zu machen, setzt nur jeder fünfte Studienteilnehmer auf Suchmaschinenoptimierung. Immerhin rund zwei Drittel der Unternehmen versuchen über gezieltes E-Mail-Marketing auf ihren Online-Shop aufmerksam zu machen. „Die Ergebnisse zeigen, dass Unternehmen, die die untersuchten Erfolgsfaktoren – insbesondere auch die Übertragung von B2C-Standards – als relevanter erachten, auch Umsatzmäßig erfolgreicher sind. In Bezug auf Vertrieb und Marketing lohnt sich hier der Blick über den Tellerrand definitiv“, so Dr. Kai Hudetz, Geschäftsführer des IFH Köln.

Mobile Nutzung: Bedeutung wird überwiegend erkannt – Angebote sind ausbaufähig

Der Blick auf diese Standards aus dem B2C-E-Commerce zeigt: Viele der Grundfunktionen werden als relevant erachtet und von vielen Unternehmen auch bereits mit hoher Zufriedenheit genutzt. So verfügen knapp 98 Prozent in ihrem Online-Shop über eine Suchfunktion und 95 Prozent über eine Warenverfügbarkeitsanzeige. Nachholbedarf besteht hingegen noch bei den mobilen Angeboten: Während die Bedeutung mobiler Endgeräte überwiegend erkannt wird, bieten aktuell nur rund zwei Drittel der befragten Unternehmen eine mobiloptimierte Darstellung ihres Online-Shops für Smartphones und Tablets an. „Gerade in der mobilen Ansprache sehen wir enormes Potenzial“, so Dr. Dieter Lindener, Senior Direktor bei ieQ-solutions. „Handwerker, die schnell einen kurzfristigen Bedarf befriedigen müssen, können so noch

von unterwegs prüfen, wo die benötigte Ware verfügbar ist und diese idealerweise sofort bestellen. Shops, die dann auch Cross-Channel-Services anbieten, sodass die Ware zu einem vereinbarten Zeitpunkt nur noch eingeladen werden muss, können sich hier in Puncto Service deutlich vom Wettbewerb differenzieren“.



Lesebeispiel: 100 Prozent der befragten Unternehmen nutzen die persönliche Bekanntmachung, um auf ihren Shop aufmerksam zu machen und sind mit dieser Maßnahme insgesamt zufrieden: Auf einer Skala von 1 (überhaupt nicht zufrieden) bis 5 (sehr zufrieden) bewerten sie die Maßnahme durchschnittlich mit 3,73. Darüber hinaus schätzt die Gesamtheit der befragten Unternehmen diese Maßnahme als sehr relevant ein: Auf einer Skala von 1 (überhaupt nicht relevant) bis 5 (sehr relevant) wird sie durchschnittlich mit 4,82 beurteilt.

Basis: 8 ≤ n ≤ 40

Quelle: ECC Köln

Wörter der Meldung: 399

Zeichenzahl der Meldung (inkl. Leerzeichen): 3.219

Über die Studie

Für die Studie „Erfolgsfaktoren von B2B-Online-Shops“ hat das ECC Köln im August 2013 insgesamt 40 Verantwortliche von B2B-Online-Shops in den Branchen Sanitär-, Heizung-, Klima-Großhandel und Elektrogroßhandel im Rahmen einer telefongestützten Online-Befragung befragt. Ziel der Erhebung war es, aufzuzeigen, welche Faktoren für eine erfolgreiche E-Commerce-Lösung im SHK- und Elektrogroßhandel von Bedeutung sind, sodass Online-B2B-Käufer nachhaltig zufriedengestellt werden können. Weitere Informationen zum Studiendesign sowie ausgewählte Grafiken und Ergebnisse der Studie stehen auf der Website des ECC Köln zum Download zur Verfügung.

Über das ECC Köln

Als Schnittstelle zwischen Wissenschaft und Praxis bietet das IFH Köln seit 1929 neutrale Analysen und Strategieberatung für Händler, Hersteller und Dienstleister. Das ECC Köln fokussiert dabei den Einfluss des Internets 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 Multi-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. Weitere Informationen unter www.ecckoeln.de oder www.ifhkoeln.de

Über ieQ-solutions

Die ieQ-solutions® GmbH & Co. KG mit Sitz in Münster ist ein partnergeführtes Unternehmen und steht seit rund 10 Jahren für „Branchenlösungen“ im Großhandel (PVH). Damit ist die Kombination von tiefem Branchenwissen, das in zahllosen Beratungsmandaten gewonnen wurde, mit langjähriger IT-Erfahrung gemeint. Das Ergebnis: Kompetente sowie praxisbewährte Unternehmensberatung führt zu branchenspezifischen und kundenindividuellen IT-Lösungen für CRM, E-Commerce und Product-Information-Management. All dies wird – als Gold Certified Partner von Microsoft – auf der Grundlage des neuesten Standes der IT-Technik und unter Nutzung einzigartiger Lösungen, die bei renommierten und häufig marktführenden Unternehmen umgesetzt wurden, realisiert.