PRESSEMITTEILUNG

Kontakt:

ECC Köln
Christina Fingerhut
Leiterin Unternehmenskommunikation

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

www.ecckoeln.de

Hohe Erwartungen: Was Anbieter und Geschäftskunden von B2B-Online-Marktplätzen fordern

Beim Handel von Eisenwaren haben Anbieter und Geschäftskunden hohe Erwartungen an B2B-Online-Marktplätze. Das zeigt eine aktuelle Kurzstudie von ECC Köln und der Koelnmesse. Die Anforderungen von vertreibenden und beschaffenden Unternehmen überschneiden sich stark.

Köln, 8. März 2016 – Welche Wünsche und Anforderungen haben Händler und Hersteller an B2B-Online-Marktplätze? Das beleuchtet die aktuelle Kurzstudie „B2B-Marktplätze 2016 – Worauf es wirklich ankommt“ zur INTERNATIONALEN EISENWARENMESSE. Hierfür hat das ECC Köln in Zusammenarbeit mit der Koelnmesse GmbH 240 Unternehmen gefragt, was ihnen beim Handel von Eisenwaren über B2B-Online-Marktplätze wichtig ist. Das Ergebnis: Sowohl vertreibende als auch beschaffende Unternehmen haben hohe Ansprüche an B2B-Online-Marktplätze. Gefordert sind Services und Funktionen, die von privaten Online-Käufen bekannt und geschätzt sind.

> *„Als internationale Plattform informiert die EISENWARENMESSE über Themen, die die Branche bewegen, wie zum Beispiel die Digitalisierung und der E-Commerce. Die Ergebnisse der Kurzstudie geben Insights zu Nutzern und deren Priorisierung, aus denen sich wichtige Handlungsempfehlungen für die Anbieter ableiten lassen. Ein enormer Mehrwert im Wettbewerb“, so Christoph Werner, Mitglied der Geschäftsleitung und Geschäftsbereichsleiter Messemanagement Koelnmesse, zur Kurzstudie.*

Benutzerfreundlichkeit ist Topkriterium für Anbieter und Geschäftskunden

So ist für Anbieter und Geschäftskunden von Eisenwaren die wichtigste Anforderung an B2B-Online-Marktplätze, dass Front- und Backend der Plattformen hochgradig benutzerfreundlich gestaltet sind. Ein guter Kundenservice inklusive technischem Support ist ebenfalls sowohl für beschaffende als auch für vertreibende Unternehmen wichtig. Dass ein B2B-Online-Marktplatz optisch ansprechend ist, landet zwar auch bei Anbietern und Geschäftskunden von Eisenwaren auf den vorderen Rängen, dennoch spielt dieses Kriterium bei der Beschaffung eine geringere Rolle als beim Vertrieb.

> *„Insgesamt überschneiden sich die Anforderungen von Anbietern und Geschäftskunden von Eisenwaren an B2B-Online-Marktplätze stark. Viele Kundenwünsche wurden von Händlern und Herstellern also bereits erkannt. Marktplatzbetreiber sollten ihr Angebot einer Handelsplattform um Services, wie sie aus dem B2C-E-Commerce bekannt sind, erweitern und so den Wünschen der Unternehmen nachkommen“, rät Dr. Jens Rothenstein, Senior Projektmanager am ECC Köln.*

Mobile Optimierung aktuell eher für Anbieter wichtig
Trotz der großen Übereinstimmung zeigen sich auch Unterschiede. So achten Anbieter von Eisenwaren aktuell deutlich stärker darauf, dass B2B-Online-Marktplätze mobil optimiert sind, als Geschäftskunden, für die dieses Kriterium zurzeit vergleichsweise unwichtig ist. Hieran wird deutlich, dass viele Geschäftskunden Beschaffungen aktuell noch nicht über mobile Endgeräte tätigen. Vertreibende Unternehmen sehen hierin aber offensichtlich eine bedeutsame Entwicklung der kommenden Jahre.

Wörter der Meldung: 378
Zeichen (inkl. Leerzeichen): 3.079

Über die Studie
Im Rahmen der vorliegenden Kurzstudie „B2B-Marktplätze 2016 – Worauf es wirklich ankommt“ zur INTERNATIONALEN EISENWARENMESSE 2016 wurden insgesamt 240 Händler und Hersteller nach den aus ihrer Sicht relevanten Aspekten beim Handel von Eisenwaren über B2B-Online-Marktplätze befragt. Das Interesse galt dabei vor allem folgenden Fragen:

- Welche Kriterien, Services und Funktionen müssen B2B-Online-Marktplätze erfüllen bzw. anbieten, damit Unternehmen hierüber Eisenwaren vertreiben?
- Auf welche Aspekte legen Unternehmen bei der Beschaffung von Eisenwaren über B2B-Online-Marktplätze wert?
- Was sind die Gründe dafür, dass die Möglichkeit, Eisenwaren zu vertreiben oder zu beschaffen, nicht genutzt wird?

Die Kurzstudie steht auf der IFH-Website zum kostenfreien Download bereit.

ECC Köln – Die Experten für Handel im digitalen Zeitalter
Eingebunden in das renommierte IFH Köln ist das ECC Köln erster Ansprechpartner für Analysen und Beratung in puncto progressiver Strategie – rund um Trends und Entwicklungen in der digitalen Handelswelt. Das ECC Köln entwickelt und erstellt individuelle Forschungsarbeiten und Studien zu weltweit wichtigen Zukunftsthemen des Handels wie zum Beispiel Cross-Channel-Management, Mobile Commerce oder Payment.

Händler, Hersteller und Dienstleister profitieren von der hohen Methodenkompetenz, dem umfangreichen Experten-Know-how und der strategischen Beratung der ECC-Experten. Konzepte für E-Commerce-Kanalexzellenz und erfolgreiches Cross-Channel-Management gehören genauso zum Leistungsspektrum des ECC Köln wie die Entwicklung neuer Märkte und Zielgruppen.

Was können wir für Sie tun? www.ecckoeln.de

Koelnmesse GmbH
Die Koelnmesse ist Messeplatz Nr. 1 für rund 25 Branchen, für die das Unternehmen die Weltleitmessen veranstaltet. Die Koelnmesse organisiert und betreut jedes Jahr rund 80 Messen, Ausstellungen, Gastveranstaltungen und Special Events in Köln und in den wichtigsten Märkten weltweit. Rund 3 Millionen Besucher aus 209 Staaten und fast 50.000 Unternehmen aus 123 Ländern nehmen regelmäßig an den Veranstaltungen teil. Das Kölner Messegelände – mit 284.000 m² Ausstellungsfläche das sechstgrößte der Welt – liegt nur einen Steinwurf von der Kölner Innenstadt entfernt und ist bestens an das nationale und internationale Verkehrsnetz angebunden. Die Internationalität der Messen ist eine der höchsten der Welt: Im Durchschnitt kommen rund 70 Prozent der Aussteller und mehr als 40 Prozent der Besucher aus dem Ausland.

Die INTERNATIONALE EISENWARENMESSE ist eine der Weltleitmessen der Koelnmesse. Mit rund 2.700 Ausstellern aus über 50 Ländern geht sie 2016 als weltweite Nummer 1 der Hartwarenbranche bereits in die 40. Ausgabe.

Weitere Informationen: www.koelnmesse.de