

PRESSEMITTEILUNG

Pressekontakt:

IFH Köln
Christina Bunnenberg
Unternehmenskommunikation

+49 (0) 221 94 36 07-92
presse@ifhkoeln.de
www.ifhkoeln.de

B2B-E-Commerce wächst auf 1.300 Milliarden Euro Umsatz

IFH Köln legt mit aktueller Studie neue Zahlen zum B2B-E-Commerce vor. Die E-Commerce-Umsätze erreichen einen Anteil von stolzen 24 Prozent am Gesamtumsatz. 320 Milliarden Euro wurden 2018 über Websites, Onlineshops oder Marktplätze generiert. Der B2B-E-Commerce über Websites, Onlineshops und Marktplätze wächst dabei (deutlich) stärker als im B2C-Onlinehandel.

Köln, 14. Mai 2019 – Wie digital ist die B2B-Beschaffung? Mit der neuen IFH-Studie [„B2B-E-Commerce 2019“](#) liegen endlich neue Zahlen vor, die den deutschen B2B-E-Commerce genau beziffern. Und diese zeigen: Der E-Commerce im B2B-Bereich ist ordentlich gewachsen. Knapp 1.300 Milliarden Euro wurden 2018 zwischen Geschäftskunden elektronisch umgesetzt. Damit erreicht der gesamte B2B-E-Commerce-Markt einen Anteil von rund 24 Prozent am Gesamtumsatz aller betrachteten Wirtschaftszweige. Und: Die Beschaffung über das Internet nimmt kontinuierlich zu. Das durchschnittliche jährliche Wachstum liegt seit 2012 über sechs Prozent.

„Der B2B-E-Commerce-Markt ist weitaus komplexer als der Onlinehandel mit Endverbrauchern (B2C). Zwischen Geschäftskunden bestehen häufig längerfristige Geschäftsbeziehungen mit immer wiederkehrenden Käufen. Dennoch erwarten auch die B2B-Kunden bequeme Online-Bestellmöglichkeiten, die sie aus ihrem privaten Leben kennen,“ erklärt Hansjürgen Heinick, B2B-E-Commerce-Experte des IFH Köln.

Wachstumsimpulse über Onlineshops und Marktplätze

Rund ein Viertel der B2B-E-Commerce-Umsätze werden über Websites, Onlineshops und Marktplätze (ohne EDI) generiert. Dieser Anteil scheint zunächst gering – das Umsatzvolumen aber ist mit rund 320 Milliarden Euro beachtlich. Auch das Wachstum von durchschnittlich mehr als 15 Prozent jährlich seit 2012 ist beeindruckend.

„Der Vergleich zur deutlich geringeren Wachstumsrate des B2B-E-Commerce insgesamt zeigt, dass die Wachstumsimpulse aktuell vor allem aus dem Vertrieb über Websites, Onlineshops und Marktplätze kommen“, so Hansjürgen Heinick, Autor der Studie.

Über 50 Prozent der Umsätze, die über Websites, Onlineshops und Marktplätze realisiert werden, entfallen auf güterbasierten Internethandel von Industrieunternehmen und Großhändlern. Das entspricht rund 180 Milliarden Euro. Dabei realisiert – anders als bei der E-Commerce-Betrachtung inkl. EDI – der Großhandel den größeren Anteil des B2B-Internethandels.



Quelle: IFH Köln, B2B-E-Commerce 2019

Daten und Grafiken aus dieser Pressemitteilung dürfen nur im Rahmen journalistischer oder redaktioneller Zwecke genutzt werden. Die werbliche und kommerzielle Nutzung sowie Aufbereitung für eine vertragsbasierte Weitervermarktung ist untersagt. Dies gilt insbesondere für Statistikportale.

Wörter der Meldung: 301

Zeichen (inkl. Leerzeichen): 2407

Über die Studie

Nach der erstmaligen detaillierten IFH-Erfassung und Quantifizierung des B2B-E-Commerce-Marktes in Deutschland im Jahr 2013 liegt nun ein Update im Wesentlichen für das verarbeitende Gewerbe und den Großhandel vor. Darüber hinaus ist es gelungen, einzelne neue Aspekte darzustellen, wie etwa das Volumen der Verkaufs- und Beschaffungsanteile via Marktplatz. Der Branchenreport „B2B E-Commerce 2019“ bietet eine grundlegende Orientierung über die Größenordnungen, hilft, die eigene Situation und Position im Markt besser einzuschätzen und zeigt ungenutzte Potenziale auf. Die Studie kann über den [IFH-Shop](#) bezogen werden.

Über das IFH Köln – Die Experten für Handel im digitalen Zeitalter

Als Brancheninsider liefert das IFH Köln Information, Research und Consulting zu handelsrelevanten Fragestellungen im digitalen Zeitalter. Das IFH Köln ist erster Ansprechpartner für unabhängige, fundierte Daten, Analysen und Strategien, die Unternehmen erfolgreich und zukunftsfähig machen. Durch die Betrachtung von Märkten, Kunden und dem Wettbewerb, bietet das IFH Köln einen 360°-Blick für die Strategieableitung bei handelsrelevanten Themen. In maßgeschneiderten Projekten werden Kunden bei strategischen Fragen rund um Digital-Strategien, bei der Entwicklung neuer Märkte und Zielgruppen oder bei Fragen der Kanalexzellenz unterstützt. Mit der Digital-Brand ECC Köln ist das IFH Köln seit 1999 im E-Commerce aktiv und bearbeitet Zukunftsthemen im Handel.

Weitere Informationen unter www.ifhkoeln.de