

PRESSEMITTEILUNG

Rechnung und Vorkasse sind weiterhin Top-Zahlungsverfahren

Klassische Zahlungsverfahren spielen im B2B E-Commerce weiterhin eine zentrale Rolle. Dennoch planen viele B2B-Entscheider die Einführung weiterer Zahlungsverfahren.

Karlsruhe/Köln, 24.10.2019. Rechnung, Vorkasse, Bezahlung bei Abholung, Lastschrift – das Spitzenquartett der Zahlungsverfahren **im B2B E-Commerce** ist erwartungsgemäß **traditionell**. Das zeigen die Ergebnisse des B2B E-Commerce Konjunkturindex, einer Initiative der Intellishop AG in Zusammenarbeit mit dem ECC Köln, im Juli/August 2019.

Nach Angaben der B2B-Entscheider können bei **etwa jedem dritten befragten Unternehmen** Zahlungen außerdem per **Firmen-** oder **privater Kreditkarte** getätigt werden. Während andere Zahlungsverfahren wie etwa PayPal im Consumer-Umfeld bereits eine deutlich höhere Bedeutung zukommt, wird **PayPal** aktuell ebenso von etwa jedem dritten der befragten Unternehmen des B2B E-Commerce Konjunkturindex angeboten. **Finanz-/Ratenkauf, Leasing, Sofortüberweisung und paydirekt** stehen am Ende des Top-10-Rankings. Dieses spiegelt sich auch im **Nutzungsverhalten der B2B-Kunden** im E-Commerce wider: **Bezahlung per Rechnung** wird nach Einordnung der Befragten von ihren B2B-Kunden auch am häufigsten genutzt.

Zukünftige Veränderung des Portfolios geplant

Auch wenn sich nach Einschätzung der Befragten die Auswahl an Zahlungsverfahren im Vergleich zum B2C-Bereich im B2B weniger stark auf die Kaufabschlüsse auswirkt, planen etwa zwei von drei B2B-Unternehmen ihr Angebot zu verändern. Somit ist nur bei etwa jedem Dritten in den nächsten ein bis zwei Jahren voraussichtlich keine Veränderung vorgesehen.

Mit **43 Prozent** plant ein Großteil der befragten B2B-Unternehmen, das Angebot zu erweitern und **zusätzliche Zahlungsverfahren anzubieten**. **14 Prozent** möchten zwar **weitere Zahlungsverfahren** im E-Commerce **eingliedern**, dafür **aber andere, aktuell angebotene Verfahren** aus dem Portfolio **streichen**. Nach Einschätzung der B2B-Entscheider werden nur **5 Prozent** ihr **Zahlungsangebot** insgesamt **verkleinern**.

Kundenspezifische Ausrichtung von Zahlungsverfahren und Preisen

48 Prozent der Befragten richten ihr Zahlungsangebot für einen Kunden nach dem jeweiligen Kundenstatus aus. Ebenso viele B2B-Unternehmen **verzichten** aber auch auf einen solchen Mechanismus und machen hinsichtlich des Kundenstatus keine Unterschiede. **Kundenspezifische Preisstrukturen** sind hingegen für mehr B2B-Unternehmen ein Thema: **Fast 9 von 10** der B2B-Unternehmen setzen sich damit auseinander, je nach Kunde unterschiedliche Preise auszuspielen. Um **Auskünfte** über ihre Kunden zu erhalten, sehen **91 Prozent** der B2B-Entscheider **Auskunfteien** als eine gute Möglichkeit an. Neben dem reinen Angebot an Zahlungsverfahren spielt auch die Transparenz der Zahlungsprozesse eine wichtige Rolle: **Fast drei Viertel** der Befragten geben an, dass sie in ihrem B2B-Unternehmen **stetig versuchen**, die **Transparenz** des Zahlungsprozesses für ihre Kunden zu **verbessern**.

E-Commerce-Umsätze aktuell leicht steigend

Nach dem Tiefstand im Mai und Juni 2019 zogen die **Umsätze im E-Commerce** nach Einschätzung der Befragten des B2B E-Commerce Konjunkturindex im Juli/August 2019 wieder ein wenig an. Im Vergleich zum Vorjahr ist die Stimmung jedoch unverändert. Die **Hälfte der befragten B2B-Entscheider** bewertet die aktuelle Umsatzlage im E-Commerce **neutral**, **34 Prozent** zeigen sich optimistischer und stimmten mit **"eher oder sehr positiv"**. Auch wenn weiterhin mehr als 60 Prozent eine positive Entwicklung der E-Commerce-Umsätze in den kommenden zwölf Monaten erwarten, rechnen der aktuellen

Befragung zufolge nun mehr B2B-Entscheider mit einer leichten Verschlechterung. Daher fiel der zugehörige Indexwert von 157,6 Punkten im Mai/Juni 2019 auf 150 Punkte in der aktuellen Befragung.

Die Gesamt-Umsatzentwicklung wird aktuell noch deutlich kritischer gesehen: Aufgrund der negativen Beurteilung der aktuellen Umsatzlage rutschte der Indexwert von 127,3 Punkten in der Vorbefragung nunmehr unter die neutrale 100-Punkte-Marke. Auch die Erwartungen an die Gesamtumsätze in den kommenden zwölf Monaten sind deutlich abgefallen. Sie erreichen nur noch 123,3 Punkte und liegen damit nicht nur knapp 16 Punkte unter dem Vorbefragungswert, sondern fallen auch im Vergleich zum Vorjahr deutlich niedriger aus.

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 23.09.2019 bis zum 07.10.2019 30 Entscheider und Projektverantwortliche aus überwiegend international tätigen B2B-Unternehmen online befragt. Es handelt sich um nicht repräsentative Umfrageergebnisse. Thema der Befragung waren aktuelle Zahlungsverfahren 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 **November 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 ein 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, Knauf, 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 Straße 401b
50858 Köln

Tel. +49 221 943607-23
Fax +49 221 943607-59
m.guenther@ifhkoeln.de