

Nachhaltige Veränderungen der E-Commerce-Strategie im B2B-Bereich durch die Coronakrise

Karlsruhe/Köln 10. September 2020: Es ist längst klar, dass der Onlinehandel ein enormes Wachstum durch die Coronakrise erfahren hat. Unternehmen erweitern die Nutzung neuer Kontaktkanäle, ebenso wie die Angebote im Onlineshop. Nicht nur im B2C-, sondern auch im **B2B-Bereich** hat der **E-Commerce** einen regelrechten Boom erlebt.

Acht von zehn B2B-Unternehmen schätzen die Veränderungen ihrer E-Commerce-Strategie als sehr nachhaltig ein: Sie wollen auch nach der Pandemie weitere Anpassungen/ Optimierungen vornehmen. Welche konkreten Veränderungen B2B-Unternehmen während der Pandemie vorgenommen haben und welches Umdenken sich durch die Coronakrise zeigt, analysiert der aktuelle **B2B E-Commerce Konjunkturindex**, eine Initiative der IntelliShop AG in Zusammenarbeit mit dem ECC Köln.

Änderungen im E-Commerce auch nach Coronakrise

Fast die Hälfte der befragten B2B-Unternehmen hat während der Corona-Zeit ihr Angebot im Onlineshop weiter ausgebaut. Auch die Nutzung neuer Kontaktkanäle sowie eine bessere **Verknüpfung zwischen Online und Außendienst** hat fast ein Drittel der B2B-Unternehmen verstärkt vorangetrieben. Diese Veränderungen bezüglich der E-Commerce-Strategie scheinen nachhaltig zu sein: Acht von zehn B2B-Unternehmen wollen auch nach der Coronakrise weitere Anpassungen und Optimierungen vornehmen. Weitere sieben Prozent wollen die vorgenommenen Änderungen zumindest beibehalten. Auch bei der Planung neuer Anpassungen sind sich die befragten B2B-Entscheider weitestgehend einig: 84 Prozent planen derzeit, weitere Änderungen an Ihrer E-Commerce-Strategie in Zukunft vorzunehmen.

Coronapandemie hat Relevanz der Digitalisierung verstärkt

In der Coronakrise spielt Digitalisierung eine ganz besondere Rolle. Das merken auch die befragten B2B-Unternehmen: So sind sich fast alle Befragten einig, dass die Coronapandemie die **Entwicklung der letzten Jahre** in Bezug auf die Digitalisierung **beschleunigt** hat. 95 Prozent der befragten B2B-Entscheider geben außerdem an, dass der Ausbau der Digitalisierung durch die Pandemie in den nächsten ein bis zwei Jahren einen hohen Stellenwert haben wird.

Zwar waren etwa ein Viertel der befragten B2B-Unternehmen bereits vor der Coronapandemie weitestgehend digitalisiert, über drei Viertel der befragten Entscheider geben jedoch an, dass sie das Thema Digitalisierung zwar bereits vor der Coronakrise angestoßen hatten, die Pandemie aber die Relevanz in ihrem Unternehmen verstärkt hat. Zur Frage der Nachhaltigkeit dieser Entwicklung herrscht weitestgehend Einigkeit: In drei Viertel der befragten B2B-Unternehmen wird die Coronapandemie den Digitalisierungsgrad nachhaltig verändern.

Dabei hat sich für die Unternehmen das **digitale Umdenken** zweifellos rentiert: Die Flexibilität sowie die Reaktionsschnelligkeit auf neue Situationen und die Digitalisierung interner Prozesse haben bei der Mehrzahl der befragten B2B-Unternehmen zugenommen. Auch auf die Digitalisierung des Ein- und Verkaufs, die Beschleunigung von Entscheidungsprozessen sowie die Kreativität bezüglich neuer Produkte und Angebote hat die Coronakrise einen positiven Einfluss. Um Umsatzausfälle auszugleichen, hat zudem die Hälfte der befragten B2B-Unternehmen kreative Lösungen entwickelt.

Der Online-Vertriebsweg, ein Must-have

Für viele Unternehmen ist **vertriebliche Handlungsfähigkeit** entscheidend für das Bestehen in Krisensituationen. Der Online-Vertrieb ist dabei die erforderliche Lösung und gehört zu den Must-haves aller befragter Unternehmen, um handlungsfähig zu bleiben. Ebenso sind sich alle befragten B2B-Entscheider darüber einig, dass eine schnelle Reaktion und Flexibilität in der Krise ausschlaggebend für den Erfolg des Unternehmens sind und die Coronakrise den B2B-Onlinehandel nachhaltig verändern wird. Acht von zehn B2B-Unternehmen haben während der Corona-Zeit verstärkt in digitale Vertriebs- und Marketingmodelle investiert.

E-Commerce-Umsätze steigen weiter an

Der aktuelle Index der **E-Commerce-Umsätze** von April bis Juni 2020 liegt im positiven Bereich. Besonders im Vergleich zum Vorjahr gibt es einen enormen Wandel. Die Umsätze sind nicht nur um 45 Punkte gestiegen, sondern 71 Prozent der Befragten beurteilen die aktuelle Lage ihrer E-Commerce-Umsätze sogar als positiv und nur 14 Prozent als negativ.

Auch die Erwartungen zeigen optimistisches Denken: Mit einem Anstieg von 9,1 Prozentpunkten zum Vorjahr rechnen 77 Prozent der B2B-Unternehmer*innen nächstes Jahr mit Verbesserungen in den E-Commerce-Umsätzen.

Ganz anders sieht es bei der Betrachtung der **Gesamtumsätze** aus. Diese sind im Vergleich zum Vorjahr drastisch gesunken (51 Punkte). Dennoch beurteilen fast 30 Prozent der befragten B2B-Unternehmen ihre aktuelle Lage als positiv. Die Erwartungen an die Gesamtumsätze sind zum Vorjahr zwar ebenfalls gesunken, jedoch lediglich um etwa zehn Punkte. Dabei sind etwas über die Hälfte der Befragten zuversichtlich und nehmen an, dass sich die Gesamtumsätze im nächsten Jahr verbessern werden.

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 17.08.2020 bis zum 28.08.2020 21 Entscheider und Projektverantwortliche aus überwiegend international tätigen B2B-Unternehmen online befragt. Es handelt sich um nicht repräsentative Umfrageergebnisse. Thema der Befragung war die Corona-Pandemie. 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 Oktober 2020. 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-Unternehmen im deutschen Mittelstand, beschäftigen sich mit dem Thema E-Commerce und Digitalisierung und möchten zukünftig selbst an der Befragung teilnehmen? Die Teilnahmemöglichkeiten finden Sie unter: www.b2b-ecommerce-index.de/ueberblick/registrierung/

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 eismann.

www.intellishop-software.com

Über das ECC Köln

Als Tochtermarke des IFH Köln ist das ECC Köln erster Ansprechpartner für Knowhow-Transfer in der digitalen Handelswelt. Händler, Hersteller und Dienstleister profitieren von einzigartigen Market und Customer Insights sowie individuellen erfolgs- und businessrelevanten Impulsen, Events und Trainings. Mit dem ECC Club (www.ecc-club.de) bietet das ECC Köln eine einzigartige Community- und Networkingplattform für Entscheider im E-Commerce.

Expertise, Channels, Community – Dafür steht das ECC Köln.

Mehr unter: <https://www.ifhkoeln.de/ueber-uns/ecc-koeln/>

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

Juliane Steiert

Dürener Straße 401b

50858 Köln

Tel. +49 221 943607-23

Fax +49 221 943607-59

presse@ifhkoeln.de