

PRESSEMITTEILUNG

FEHLENDE ONLINESTRATEGIEN BREMSEN DEN B2B-HANDEL AUS

ECC KÖLN veröffentlicht fünf Thesen zum B2B-Handel der Zukunft und zeigt: Noch immer herrscht Nachholbedarf bei der Umsetzung digitaler Vertriebsstrategien.

Köln, 2. März 2021 — Der flächendeckende Durchbruch der Digitalisierung im B2B-Handel fehlt noch immer. Während die Branche zwar zum Großteil die Relevanz der Digitalisierung erkennt, fehlen bei der Mehrheit der B2B-Unternehmen aber immer noch konkrete strategische und operative Maßnahmen zur Umsetzung. Das neue Thesenpapier „B2B-Handel der Zukunft“ von ECC KÖLN in Zusammenarbeit mit B2B-Handelsexperte Dr. Adrian Seeger stellt in fünf Thesen die Herausforderungen der Branche dar und zeigt Handlungsfelder auf.

Die Thesen im Überblick

1. Kundenbindung wird herausfordernd.
2. Wachstum nur durch Digitalisierung.
3. Informationstransparenz wird zum Standard.
4. Serviceerlöse sind zukünftig erfolgskritisch.
5. Prozessproduktivität wird zum Wettbewerbsvorteil.

Digitale Sichtbarkeit als Erfolgsfaktor

Durch den Konflikt zwischen klassischem Vertrieb und E-Commerce findet im B2B-Handel noch immer keine echte Entwicklung hin zu Multi-Channel statt. Wer auch in Zukunft wachsen und seine Marktanteile nicht an Wettbewerber mit digitaler DNA verlieren möchte, muss seine Onlinesichtbarkeit und die Verknüpfung des klassischen Vertriebs mit dem Onlinekanal weiter vorantreiben. B2B-Kund:innen suchen nach Bewertungen, Informationen zu Verfügbarkeiten und transparenten Preisen. Hiervon profitieren aktuell insbesondere plattformbasierte Geschäftsmodelle.

„Das Tempo und die Dynamik der Marktveränderungen durch neue, digitale Wettbewerber hat enorm zugenommen. Neue Geschäftsmodelle bieten Kund:innen größeren Nutzen und veraltete Vertriebsstrukturen sowie Beschaffungsprozesse haben ausgedient,“ so Mailin Schmelter, stellvertretende Bereichsleitung am ECC KÖLN.

Effizienz und Produktivität auf Kundenseite besonders wichtig

B2B-Beschaffer:innen von heute sind autonom und möchten schnelle, effiziente und kanalübergreifende Prozesse. Die ganzheitliche Interaktion mit der Kundenseite wird für B2B-Unternehmen immer wichtiger. Der klassische Vertrieb und Produktkommunikation verlieren an Bedeutung. Insbesondere die digitale Beschaffung sowie die zugehörigen Logistikprozesse müssen fokussiert werden, um am E-Commerce-Wachstum im B2B-Sektor teilhaben zu können.

„Noch immer ist der Anteil digitaler Bestellungen im Vergleich zur Gesamtanzahl viel zu gering. B2B-Händler müssen vor allem die Beschaffungsprozesse ihrer Kund:innen fokussieren und digitalisieren,“ so Dr. Adrian Seeger, B2B-Handelsexperte.

ECC KÖLN unterstützt mit B2B-Zukunftskompass

Das ECC KÖLN bietet Unternehmen mit dem B2B-Zukunftskompass Hilfestellung bei der Ausrichtung ihrer Positionierung im digitalen Zeitalter. Hierfür werden in den Zukunftsfeldern Vertrieb, Einkauf, Logistik und IT/Prozesse gemeinsam Ziele erarbeitet und priorisiert sowie konkrete Maßnahmen abgeleitet. Mehr unter <https://www.ifhkoeln.de/teilen/b2b-handel-der-zukunft/>.

Wörter der Meldung: 360

Zeichen (inkl. Leerzeichen): 3.016



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.

Über das Thesenpapier

Das Thesenpapier „B2B-Handel der Zukunft“ des ECC KÖLN in Zusammenarbeit mit B2B-Handelsexperte Dr. Adrian Seeger besteht aus fünf Thesen, die die Entwicklung des B2B-Handels in den nächsten Jahren beleuchten. Hierfür wurden Daten des statistischen Bundesamtes sowie der IFH KÖLN Studie „Digitaler Klimawandel im Großhandel“ (2020) mit kernpunkt und Spryker und des B2B Branchenreport 2018 des IFH KÖLN herangezogen.

Das Thesenpapier kann [hier](#) kostenfrei heruntergeladen werden.

Im Rahmen der Vorträge der [ECC WEB TALKS](#) moderiert Mailin Schmelter vom ECC KÖLN heute die Expertenrunde zum Thema mit Dr. Kai Hudetz und Michael Mertens, beide ebenfalls vom ECC KÖLN, sowie B2B-Handelsexperte Dr. Adrian Seeger. Jetzt kostenfrei zum ECC WEB TALK „B2B Handel der Zukunft – Es wird Zeit, alte Zöpfe abzuschneiden“ [anmelden](#).

In einem weiteren ECC WEB TALK mit Prof. Dr. Kerstin Seeger und Dr. Kai Hudetz am 18. März 2021 werden Handlungsempfehlungen im Umgang mit den Herausforderungen im B2B-Handel diskutiert und Maßnahmen aufgezeigt. Jetzt kostenfrei zum ECC WEB TALK „B2B Zukunftskompass – Für den Handel der Zukunft“ [anmelden](#).

Die letzten drei ECC WEB TALKS können Sie eine Woche lang auf der Website der [ECC WEB TALKS](#) bequem noch einmal anschauen.

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: www.ecckoeln.de