

PRESSEMITTEILUNG

B2BEST BAROMETER: PLATTFORMEN AUCH IM B2B IMMER STÄRKER IN UNTERNEHMENSSTRATEGIE VERANKERT

Neues B2BEST Barometer von ECC KÖLN und Creditreform zeigt: Großhändler und Hersteller sind sich der (zukünftigen) Relevanz von B2B-Plattformen bewusst und reagieren. Zwei von drei Unternehmen planen die Nutzung von Plattformen als zusätzlichen Vertriebskanal.

Köln, 23. März 2021 — Die Digitalisierung der B2B-Verkaufsprozesse hat durch die Coronakrise einen starken Schub erhalten. So ist der eigene Onlineshop mittlerweile nach Angabe der für das B2BEST Barometer befragten Großhändler und Hersteller der am häufigsten genutzte Vertriebskanal. Seine Relevanz wird auch in den nächsten Jahren erhalten bleiben, wenngleich Plattformen auf dem Vormarsch sind. Das „B2BEST Barometer“ von ECC KÖLN und Creditreform, dessen Ergebnisse heute auf der Veranstaltung „B2BEST DIGITAL“ präsentiert werden, beleuchtet quartalsweise Trendthemen des Großhandels und B2B-Vertriebs. Im Fokus dieser Erhebung: B2B-Plattformen.

Konkurrenzdruck durch Plattformen wächst

Schon heute zählt rund die Hälfte der befragten Unternehmen Onlinemarktplätze wie Mercateo oder WUCATO zu ihren Hauptwettbewerbern (46 %) – noch höher ist der Konkurrenzdruck durch Onlineshops neuer Marktteilnehmer (54 %). Aber: Insbesondere größere B2B-Unternehmen nehmen die Herausforderung an und richten ihre Unternehmensstrategie entsprechend aus. So geben 66 Prozent der befragten Händler und Hersteller an, B2B-Plattformen als zusätzlichen Vertriebskanal nutzen zu wollen. Rund 69 Prozent möchten sich sogar selbst zu einer B2B-Plattform entwickeln.

„Die Relevanz von Plattformstrategien erkennen zunehmend auch B2B-Unternehmen. Großhändler und Hersteller haben große Ziele, jetzt sind Konsequenz, aber auch Realismus von Bedeutung: Nur die allerwenigsten Unternehmen werden sich selbst zur Plattform entwickeln können. Die richtigen Marktplätze für die richtigen Produkte und Services als Vertriebskanal nutzen – darauf wird es in Zukunft ankommen“, ordnet Dr. Kai Hudetz, Geschäftsführer IFH KÖLN, die Ergebnisse des B2BEST Barometers ein.

Plattformen lösen eigenen Onlineshop als Hauptvertriebskanal ab

B2B-Marktplätze, eigene geschlossene Onlineplattformen für Kund:innen sowie B2C-Marktplätze haben die Chance, dem eigenen Onlineshop den Rang abzulaufen. Während Plattformen aktuell von rund einem Drittel der befragten Unternehmen genutzt werden, wird die Relevanz in den nächsten fünf Jahren ansteigen: So schätzen 69 Prozent der befragten B2B-Unternehmen die zukünftige Relevanz von eigenen geschlossenen Onlineplattformen als hoch ein, fast ebenso relevant werden B2C-Marktplätze bewertet (61 %). Lediglich Großhändler und kleinere Unternehmen nutzen digitale und plattformbasierte Kanäle zögerlicher und setzen stattdessen auch in Zukunft auf klassische Vertriebsformate in Form von Telefonverkauf oder schriftlichen Bestellungen.

Kleine Unternehmen mit Nachholbedarf in puncto Automatisierung

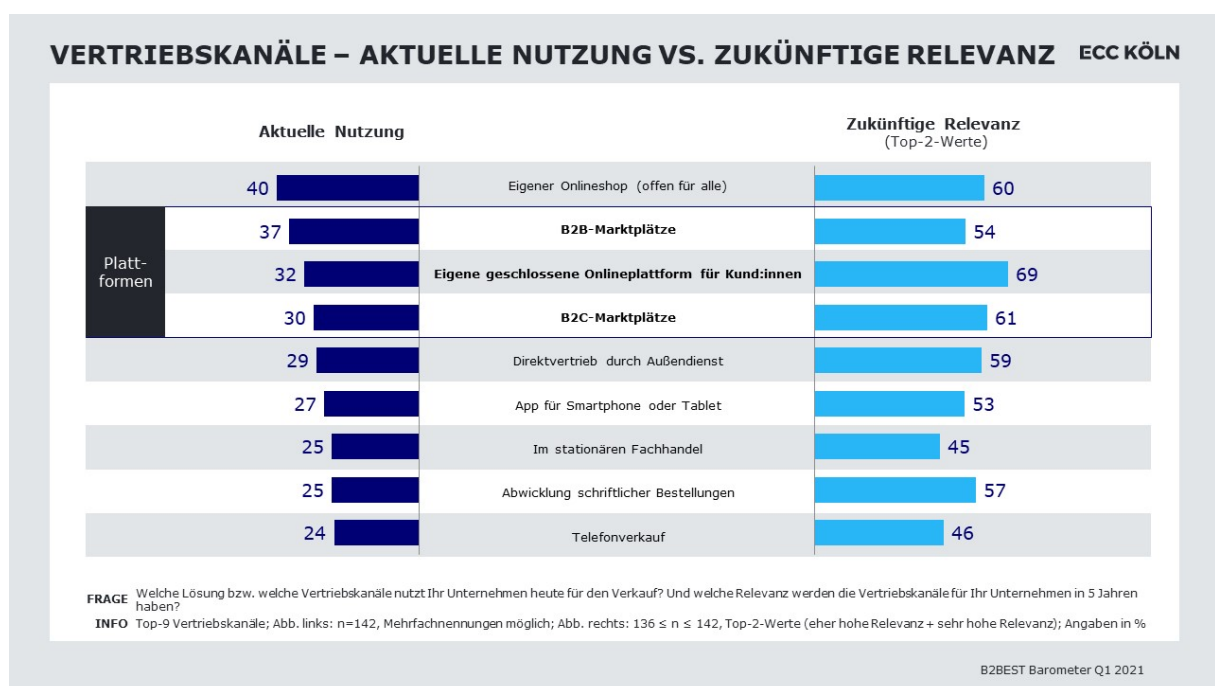
Der starke Anstieg des Onlinehandels sowie der damit einhergehende Boom von B2B-Plattformen führt laut 63 Prozent der Befragten auch zu einem Anstieg von Betrugsversuchen, beispielsweise

durch falsche Angaben zur Identität oder zu den erforderlichen Nachweisen. Möglicher Grund hierfür: 60 Prozent der Händler prüfen die Bonität der Kund:innen erst nach der Onlinebestellung. Insbesondere in kleineren Unternehmen erfolgt diese Prüfung häufig noch manuell. Um nicht von den Konzentrationsprozessen der Branche überholt zu werden, müssen Investitionen in Digitalisierung, Software und Automatisierung getätigt werden.

„Die deutliche Steigerung im Bereich der Betrugsversuche über digitale Antragsstrecken macht deutlich, welche Relevanz die Identifizierung bei der Erstprüfung potenzieller Kund:innen hat. Da jedoch über 60 Prozent der Unternehmen erst nach einer Onlinebestellung offene Forderungen und Kreditlimits prüfen, müssen Zahlungskonditionen angepasst werden, was zu einer Verschlechterung der Konversionsrate führt“, so Christian Kramer, Branchenmanager Groß- und Außenhandel bei Creditreform, zu den Ergebnissen des B2BEST Barometers.

Wörter der Meldung: 517

Zeichen (inkl. Leerzeichen): 4.093



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 B2BEST Barometer

Im Rahmen des „B2BEST Barometers“ beleuchten das ECC KÖLN und Creditreform quartalsweise die Stimmung im Großhandel und B2B-Vertrieb sowie Trendthemen der Branche. Hierfür wurden im ersten Quartal 2021 insgesamt 142 Großhändler und Hersteller zur Beurteilung der wirtschaftlichen Lage, Einstellung sowie Umsetzung von digitaler Transformation und Investitionsbereitschaft online befragt. In der vorliegenden Befragung wurde zusätzlich das Thema „B2B-Plattformen“ fokussiert.

Die Ergebnisse der Studie stehen [hier](#) zum Download zur Verfügung.

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

Über Creditreform

Creditreform ist Deutschlands führender Anbieter von Wirtschaftsinformationen, Marketingdaten und Lösungen zum Forderungsmanagement. Seit 1879 schützen wir Unternehmen vor Zahlungsausfällen, schaffen Transparenz und Sicherheit. Mit bundesweit 128 selbstständigen Geschäftsstellen und über 4.100 Mitarbeitern betreuen wir rund 130.000 Mitgliedsunternehmen. Unterstützt werden wir von unseren spezialisierten Tochterunternehmen der Gruppe Creditreform, Creditreform AG und Creditreform International.