

PRESSEMITTEILUNG

HEADLESS COMMERCE IM B2B-HANDEL: POTENZIAL NOCH NICHT AUSGESCHÖPFT

Die Relevanz von Headless Commerce im B2B-Bereich ist (noch) nicht besonders ausgeprägt. Das belegt der neue B2Bkix und zeigt, vor welchen Hürden B2B-Unternehmen bei der Umsetzung von Headless Commerce stehen. Die wirtschaftliche Lage der B2B-Unternehmen bleibt positiv bewertet.

Köln/Karlsruhe, 23. November 2021 — Auch im B2B-Handel gehört der Onlinekanal mittlerweile zum Alltag. Doch wie stehen B2B-Unternehmen Headless Commerce gegenüber? Dieser Frage widmet sich der B2B E-Commerce Konjunkturindex (B2Bkix) des ECC KÖLN in Zusammenarbeit mit der IntelliShop AG in seiner aktuellen Erhebung und zeigt, dass die Relevanz von Headless Commerce im Geschäftskundensegment bislang (noch) nicht besonders ausgeprägt ist.

Headless Commerce genießt geringe Priorität

Zwei Drittel sind sich einig: B2B-Unternehmen brauchen eine flexible Softwarelandschaft, um langfristig erfolgreich zu sein. Headless Commerce ist ein E-Commerce-Ansatz, bei dem der Onlineshop (Frontend) sowie Datenbanken oder andere IT-Systeme wie Warenwirtschaftssysteme (Backend) technisch voneinander getrennt werden. Das bedeutet, der Onlineshop kann bearbeitet werden, ohne dass sich diese Änderungen auf die IT-Systeme und Einstellungen im Backend auswirken. Bislang wird Headless Commerce im B2B-Bereich aber nur wenig priorisiert: Lediglich 36 Prozent schreiben ihm derzeit eine hohe bzw. sehr hohe Priorität zu. Dennoch setzt ein Fünftel der Befragten das Thema Headless Commerce bereits um, knapp ein Drittel will es weitertreiben und ein weiteres Drittel möchte sich zukünftig damit beschäftigen. Doch die Mehrheit gibt zu, dass die Umsetzung von Headless Commerce viel Kompetenz und Know-how erfordert. Hierbei herrscht vor allem hinsichtlich der IT-Infrastruktur sowie der Schulung der Mitarbeitenden Nachholbedarf: Um Headless Commerce voranzutreiben, müssen 65 bzw. 43 Prozent der befragten B2B-Unternehmen vor allem die Einführung neuer Tools oder Software fokussieren und die Mitarbeiter:innen für das Thema sensibilisieren.

Potenzial von Headless Commerce vorhanden

Trotz einiger Hürden, die bei der Einführung von Headless Commerce zu überwinden sind, sehen viele B2B-Unternehmen die Vorteile darin: 57 Prozent bewerten das Thema im Geschäftskundensegment als wichtig. Zudem gehen einige der Befragten davon aus, dass Headless Commerce den wirtschaftlichen Erfolg eines B2B-Unternehmens positiv beeinflussen und damit einen deutlichen Wettbewerbsvorteil bieten kann. Die Konsequenz: 55 Prozent schätzen, dass das Thema im B2B-Bereich zukünftig deutlich an Relevanz gewinnen wird. Dabei versprechen sich die Unternehmen von Headless Commerce insbesondere eine hohe Flexibilität und eine große Skalierbarkeit.

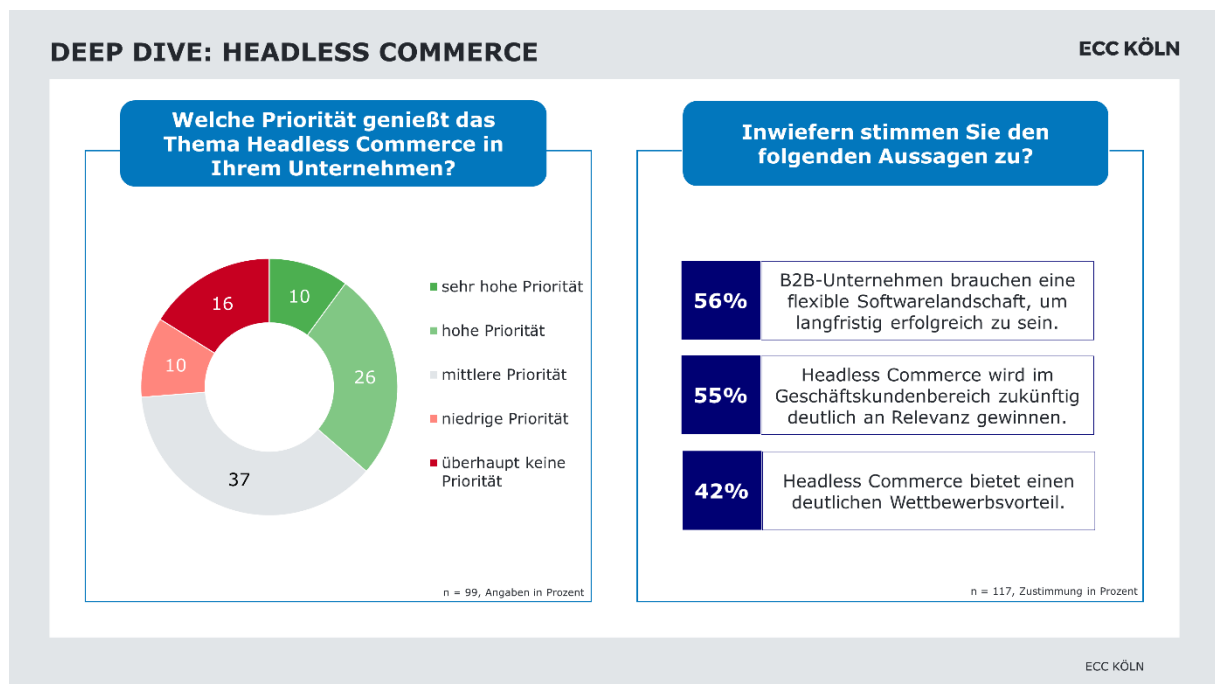
Wirtschaftliche Lage weiterhin positiv bewertet

Mehr als ein Drittel der befragten Unternehmen bewertet ihre aktuellen E-Commerce-Umsätze positiv. Obwohl der Index das zweite Quartal in Folge sinkt, bleibt er trotz eines Minus von 11,5 Punkten im Vergleich zum letzten Quartal weiterhin auf konstant hohem Niveau. Für die Zukunft erwarten die befragten B2B-Verantwortlichen eine positive Entwicklung: 53 Prozent gehen davon

aus, dass sich die E-Commerce-Umsätze in den kommenden zwölf Monaten verbessern werden. Die Gesamtumsätze werden von knapp zwei Dritteln der Befragten (59 %) positiv bewertet. Dennoch sinkt der Index leicht um 1,1 Punkte im Vergleich zum letzten Quartal. Auch der Index der zukünftigen Gesamtumsätze sinkt. Verglichen mit dem vorherigen Quartal verzeichnet er aber lediglich 0,9 Punkte weniger. Dennoch erwartet knapp die Hälfte (47 %) der B2B-Unternehmen eine Verbesserung ihres Umsatzes in den kommenden zwölf Monaten.

Wörter der Meldung: 495

Zeichen (inkl. Leerzeichen): 3.695



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 die Studie

Der B2B E-Commerce Konjunkturindex (B2Bkix) beruht auf einer quartalsweisen Befragung von Entscheidungstragenden 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 05. bis zum 22. Oktober 127 Entscheider:innen und Projektverantwortliche aus B2B-Unternehmen online befragt. Thema der Befragung war Headless Commerce. 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 Januar. 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.b2becommerceindex.de/ueberblick/registrierung/

Über die IntelliShop AG

Als deutscher Softwarehersteller entwickelt die IntelliShop AG seit 2004 Enterprise B2BCommerce-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.

Mehr unter: 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/>