

PRESSEMITTEILUNG

B2BEST BAROMETER: FLEXIBILITÄT BEI ONLINE-ZAHLUNGEN ENTSCHEIDEND IM B2B-HANDEL

Neues B2BEST Barometer von ECC KÖLN und Creditreform zeigt: Vielfältiges und flexibles Zahlungsangebot zunehmend relevant im B2B-Handel. Mehrheit der B2B-Unternehmen bietet verschiedene Zahlungsoptionen an. Betrugsrisiko im B2B-Onlinehandel weiterhin hoch mit steigender Tendenz. Wirtschaftliche Lage verbessert sich leicht.

Köln, 11. September 2025 — Die digitale Transformation verändert auch die Zahlungsprozesse im B2B-Handel und Kund:innen erwarten heute mehr Flexibilität denn je. Laut aktuellem B2BEST Barometer von ECC KÖLN und Creditreform bewerten 87 Prozent der befragten B2B-Unternehmen das Zahlungsverhalten heutzutage als deutlich differenzierter je nach Kundengruppe. Entsprechend stufen knapp neun von zehn (89 %) Großhändlern und Herstellern flexible Online-Zahlungsoptionen als unverzichtbar ein, um den Kundenanforderungen gerecht zu werden. Gleichzeitig verschärfen wirtschaftliche Unsicherheiten die Lage: Unternehmen beobachten steigende Forderungsvolumina (50 %) und ein häufigeres Ausreizen der Zahlungsziele (48 %) bei ihren Kund:innen. Mehr als zwei Drittel (71 %) der Großhändler und Hersteller gehen davon aus, dass sich das Zahlungsverhalten ihrer Kundschaft auch in Zukunft weiter verschlechtern wird.

„Um Zahlungsausfälle zu minimieren, kombinieren Unternehmen zunehmend verschiedene Maßnahmen – vom Einsatz spezialisierter Finanzdienstleister über flexible Zahlungsmethoden bis hin zur Echtzeit-Überprüfung der Zahlungsfähigkeit. Dennoch gibt es in vielen Bereichen noch Optimierungspotenzial und künftig wird es darauf ankommen, diese Instrumente noch konsequenter einzusetzen“, so Dr. Kai Hudetz, Geschäftsführer des IFH KÖLN und Gründer des ECC KÖLN.

Vielfältiges Payment-Angebot bei B2B-Unternehmen

86 Prozent der befragten Unternehmen steuern das Zahlungsangebot im Checkout bereits kundenindividuell aus. Dabei sind Lastschrift (75 %), Kreditkarte (75 %) und Vorkasse (73 %) derzeit am häufigsten im Einsatz. „Buy Now Pay Later“ (BNPL) hingegen wird aktuell nur von rund einem Drittel (35 %) der B2B-Unternehmen angeboten, obwohl die Mehrheit (79 %) die (künftige) Relevanz dieser Zahlungsart, als hoch einschätzt. Wird BNPL angeboten, greifen auf Kundenseite vor allem mittelständische und kleine Unternehmen darauf zurück.

Betrugsrisiko weiterhin hoch

Während digitale Payment-Lösungen auf der einen Seite Effizienz und Komfort versprechen, steigt auf der anderen Seite das Betrugsrisiko dadurch weiter an. So wurde die Mehrheit der befragten Unternehmen (59 %) im laufenden Jahr bereits Opfer von Betrugsfällen in ihrem Onlineshop. Die Betrugsformen haben im Jahresvergleich deutlich zugenommen, insbesondere Betrug durch Fake-Identitäten (46 %, 2024: 36 %) und Kreditkartenmissbrauch (43 %, 2024: 21 %) kommen häufig vor. Knapp zwei Drittel (64 %) erwarten, dass Betrugsfälle im B2B-Onlinehandel in Zukunft weiter zunehmen werden.

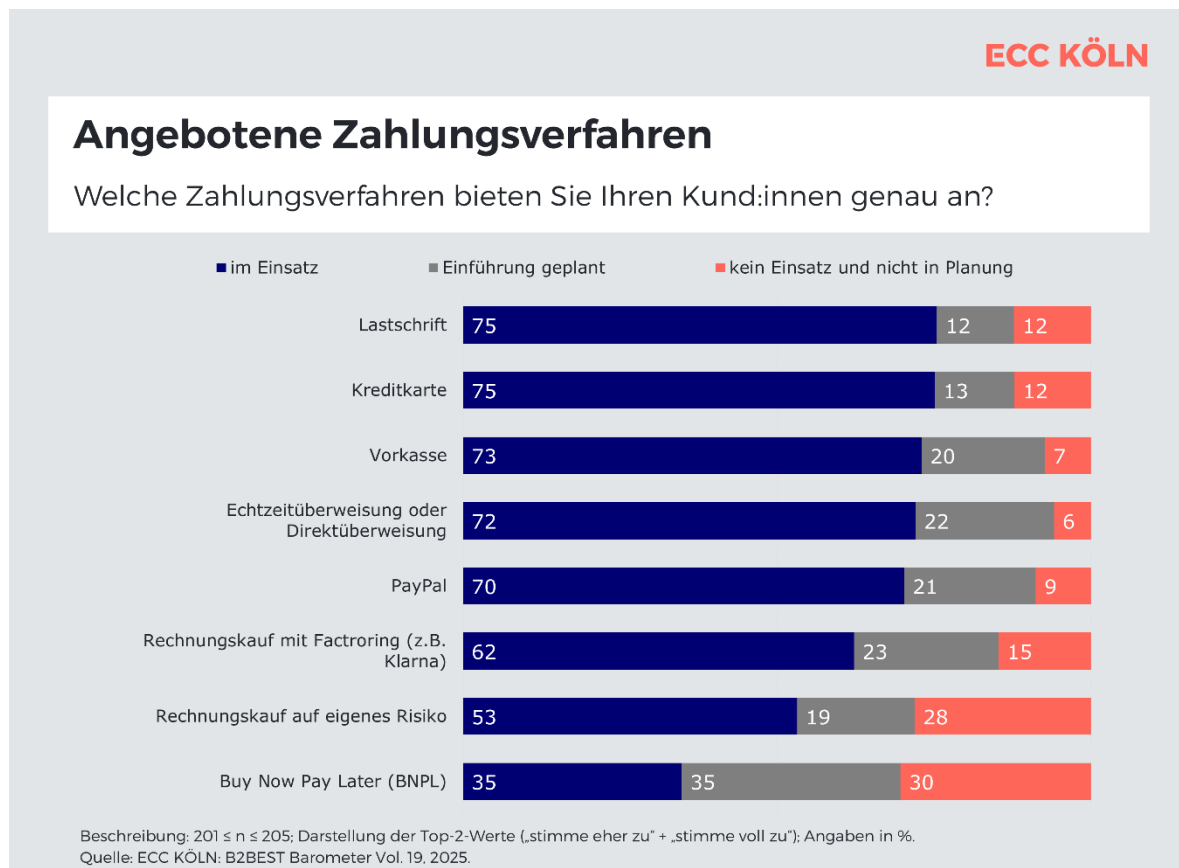
„Immer mehr B2B-Unternehmen erkennen, wie entscheidend eine zuverlässige Identifizierung von Neukund:innen ist. Entsprechend validieren im Rahmen des Onboarding-Prozesses heute nahezu alle Großhändler und Hersteller Unternehmens- und Personenangaben – zunehmend auch automatisiert. Das schafft nicht nur Sicherheit, sondern beschleunigt auch die Abläufe erheblich“, erklärt Christian Kramer, Branchenmanager Groß- und Außenhandel bei Creditreform.

Leichte Verbesserung der wirtschaftlichen Lage

Knapp acht von zehn der befragten Hersteller und Großhändler (77 %) bewerten die allgemeine wirtschaftliche Lage insgesamt weiterhin positiv. Der Mittelwert von 2,00 (auf einer Skala von 1=sehr gut bis 5=sehr schlecht) verbessert sich leicht zum vorherigen Quartal. Die Investitionsbereitschaft der befragten Unternehmen bleibt auf einem ähnlichen Niveau wie im zweiten Quartal, allerdings steigen die Investitionen in digitales Onboarding (43 %), während weniger in Social Media investiert wird.

Wörter der Meldung: 500

Zeichen (inkl. Leerzeichen): 3.936



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 sind 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 dritten Quartal 2025 insgesamt 205 Großhändler und Hersteller zur Beurteilung der wirtschaftlichen Lage sowie aktuellen Risikofaktoren und Krisen online befragt. In der vorliegenden Befragung wurde zusätzlich das Thema „Digitalisierung um Payment“ fokussiert.

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

Über das ECC KÖLN

Seit 1999 ist das ECC KÖLN als Tochtermarke des renommierten IFH KÖLN (Institut für Handelsforschung) eine treibende Kraft im E-Commerce. Unser Ziel ist es, Händlern, Herstellern und Lösungsanbietern eine einzigartige und exklusive Wissens-, Beratungs- und Networking-Plattform zu bieten, um sie fit für die Zukunft des Handels zu machen. Mit unserem Netzwerk ECC CLUB haben wir eine inspirierende und stark vernetzte Community aus allen Handelsbranchen geschaffen. Unsere Strategieprofis rund um ECC NEXT begleiten Unternehmen strategisch in die digitale Zukunft.

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.

Mehr unter: <https://www.creditreform.de/>