

IFH Köln

870 Mrd. Euro B2B-E-Commerce-Umsatz jährlich

Donnerstag, 21.02.2013

B2B-E-Commerce macht über 95% des gesamten E-Commerce-Marktvolumens aus, heißt es in einer neuen Studie des IFH Köln. Die neue IFH-Studie „B2B-E-Commerce-Markt in Deutschland – Zahlen – Fakten – Zeitreihen“ beziffert erstmals genau den Umsatz im Online-Geschäftsverkehr: auf insgesamt 870 Mrd. Damit schlägt der B2B-E-Commerce-Markt sogar die stetig wachsenden Zahlen im B2C-Handel, heißt es in einer Pressemitteilung. Aber: Im Vergleich zum B2C-Online-Markt, der aktuell rund 7% des Einzelhandelsvolumens ausmacht, ist der B2B-Markt allein volumenmäßig größer. Anteilsmäßig beläuft sich der Umsatz, der im B2B-Geschäft über Online-Shops generiert wird, auf gerade einmal 1%. Grundsätzlich hat der Markt aber enormes Potenzial: Geschäftskunden übertragen ihr privates Einkaufsverhalten und damit verbunden auch die Erwartungen an den Handel zunehmend auch in den Geschäftsalltag. „Unternehmen, die im B2B-Geschäft unterwegs sind und keinen Online-Shop betreiben, müssen sich darüber im Klaren sein, dass sie die Chance verpassen, ihre Kompetenzen und ihr Sortiment online zu präsentieren. Der Online-Shop fungiert quasi als Schaufenster – auch im B2B-Bereich. Hier besteht aktuell noch großer Nachholbedarf“, so Hansjürgen Heinick, Autor der Studie. Die Betrachtung der Umsätze in den einzelnen Wirtschaftszweigen zeigt: Das E-Commerce-Marktvolumen verteilt sich im Wesentlichen auf das verarbeitende Gewerbe (rund 50 %) und den klassischen Großhandel. Letzterer macht dabei ein knappes Drittel am gesamten B2B-E-Commerce-Umsatz aus. Weit dahinter folgen die Wirtschaftszweige Verkehr, Lagerei, Postdienste sowie Information und Kommunikation. Während im B2C-Online-Handel Bestellungen über Online-Shops an der Tagesordnung stehen, dominiert im B2B-E-Commerce aktuell noch der automatisierte Datenaustausch. Das heißt, Bestellungen, Rechnungen oder Produktbeschreibungen werden online über ein vordefiniertes Format übermittelt und weiterverarbeitet. Mehr als vier Fünftel des E-Commerce-Marktvolumens werden auf diesem Weg der elektronischen Vernetzung generiert. Lediglich 4% und damit aber immerhin noch 35 Mrd. Euro werden ähnlich wie im B2C-Handel über Online-Shops umgesetzt. „Der B2B-E-Commerce-Markt ist weitaus komplexer als der Online-Handel mit Endverbrauchern. Hinzu kommt, dass die Waren im B2B-Bereich häufig erst „on demand“ produziert werden. Und dennoch: Auch im B2B-Bereich werden Online-Shops, wie man sie als Privatkunde kennt, immer wichtiger. Auch hier gibt es den Bedarf an standardisierter Ware und die „Usability“ der Online-Shops gewinnt zunehmend an Bedeutung“, erklärt Hansjürgen Heinick.

[zum Seitenanfang](#)