



Partnerkonsortium

atriga

ConCardis

creditPass®

etracker®  
Know Now.

EUROPRO  
euopro.de  
ERMITTLUNG MIT SYSTEM

Hermes  
Weil's gut ankommt.

LUUPAY™

Saferpay™

xt:Commerce

ibi  
research  
an der Universität Regensburg

# E-Commerce in Deutschland

## Fakten statt Mythen

Aktuelle Ergebnisse aus dem Projekt E-Commerce-Leitfaden

[www.ecommerce-leitfaden.de](http://www.ecommerce-leitfaden.de)

## Management Summary

- 1. Hintergrund der Umfrage**
- 2. Informationen zu den teilnehmenden Unternehmen (Stichprobe)**
- 3. Vertrieb**
  - 3.1. Vertriebswege
  - 3.2. Kennzahlen
  - 3.3. Marketing-Maßnahmen
  - 3.4. Web-Controlling
- 4. Zahlungsabwicklung**
  - 4.1. Zahlungsverfahren in Online-Shops
  - 4.2. Zahlungsstörungen und Gegenmaßnahmen
- 5. Versandabwicklung**
  - 5.1. Versandabwicklung in Online-Shops
  - 5.2. Retourenmanagement
- 6. Internationalisierung**
  - 6.1. Internationalisierung
  - 6.2. SEPA
- 7. Fazit und Ausblick**

Glossar

Die Partner des Leitfadens

Autoren und Impressum

Weitere Informationen

Partnerkonsortium

atriga

ConCardis

creditPass®

etracker®  
Know Now.

EUROPRO  
ERMITTLUNG MIT SYSTEM  
europo.de

Hermes  
Weil's gut ankommt.

LUUPAY™

Saferpay™

xt:Commerce

ibi  
research  
an der Universität Regensburg

# Management Summary (1/4)



## Management Summary

## Partnerkonsortium

atriga

ConCardis

creditPass®

etracker®  
Know Now.

EUROPRO  
europeo.de  
ERMITTLUNG MIT SYSTEM

Hermes  
Weil's gut ankommt.

LUUPAY™

Saferpay™

xt:Commerce

ibi  
research  
an der Universität Regensburg

Der E-Commerce stellt eine zunehmend wichtiger werdende Einnahmequelle für deutsche Unternehmen dar. Wo die Anbieter in Bezug auf Vertrieb und Marketing, Zahlungsabwicklung und Risikomanagement, Versandabwicklung und Internationalisierung derzeit stehen und welche Herausforderungen zukünftig zu bewältigen sind, zeigt das Partnerkonsortium des E-Commerce-Leitfadens ([www.ecommerce-leitfaden.de](http://www.ecommerce-leitfaden.de)) mit der vorliegenden Studie.

Die Studie basiert auf einer Online-Befragung, an der sich im August und September 2008 fast 700 deutsche Online-Händler beteiligt haben. Die Ergebnisse sind im Folgenden zusammengefasst.

### **Immer mehr Händler zieht es ins Internet.**

45% der befragten Händler sind erst seit weniger als drei Jahren im Internet aktiv. Damit hat sich der Trend aus der Befragung im letzten Jahr fortgesetzt, dass zunehmend mehr Händler in den Online-Vertrieb einsteigen (vgl. ibi research | E-Commerce-Leitfaden 2008). Beim Großteil der Anbieter handelt es sich um kleine Unternehmen mit weniger als 10 Mitarbeitern, Hauptzielgruppe sind Privatkunden.

### **Ergebnisse zum Thema Vertrieb:**

#### **Fast die Hälfte der Shops hat pro Woche mehr als 1.000 Besucher.**

Die durchschnittliche Besucheranzahl pro Woche liegt bei rund 4.500. Durchschnittlich werden von den Besuchern etwa 550 Bestellungen getätigt, das entspricht einer Konversionsrate von 12% der Bestellungen.

#### **Die Platzierung des Shops in Suchmaschinen rangiert auf der Liste der Marketing-Maßnahmen ganz oben.**

Drei Viertel der Händler setzen auf Suchmaschinenoptimierung, um Besucher anzulocken, über die Hälfte schaltet Suchmaschinenwerbung. Die Identifizierung geeigneter Keywords für das Suchmaschinenmarketing wird von den Händlern als derzeit größte Herausforderung im Marketing genannt. Anhaltspunkte können die Suchwörter oder Suchphrasen liefern, über die Besucher in den Web-Shop der Händler gelangt sind: Für diese interessieren sich die Händler mindestens genauso stark wie für die Anzahl der Besucher ihres Web-Shops.

#### **Über die Rentabilität von Marketing-Kampagnen kann nur die Hälfte der Händler Auskunft geben.**

Nur jeweils etwa die Hälfte der Händler kann angeben, wie viele Besucher, Käufe bzw. Umsatz eine Kampagne generiert hat. Die Öffnungsrate von Newslettern wird sogar nur von jedem fünften Händler ermittelt. Dies überrascht, da jeder vierte Händler mehr als 10.000 Euro pro Jahr für Marketing ausgibt, bei zwei von fünf sind es mehr als 5.000 Euro. Anzeigen in Suchmaschinen und Print-Medien stellen dabei die mit Abstand größten Kostenblöcke dar.

# Management Summary (2/4)



Management Summary

Partnerkonsortium

atriga

ConCardis

creditPass®

etracker®  
Know Now.

EUROPRO  
ERMITTLUNG MIT SYSTEM  
europo.de

Hermes  
Weil's gut ankommt.

LUUPAY™

Safepay™

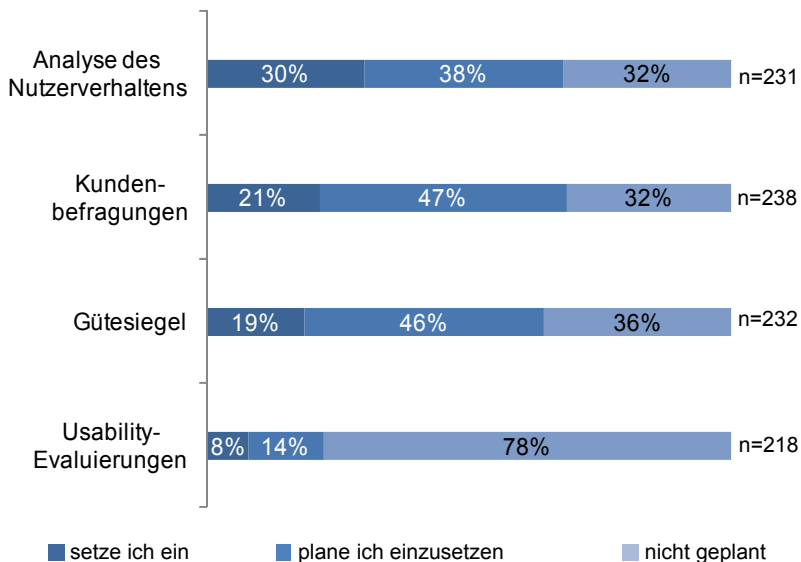
xt:Commerce

ibi  
research  
an der Universität Regensburg

## Mit der Nutzerfreundlichkeit ihres Shops setzen sich bisher nur wenige Händler gezielt auseinander.

Wie sich die mit hohem Aufwand gewonnenen Besucher im Shop zurechtfinden, diese Frage rückt erst langsam auf die Agenda der Händler. Bisher analysiert nur weniger als jeder dritte Händler das Nutzerverhalten im Webshop, nur jeweils jeder fünfte hat schon einmal seine Kunden zu Verbesserungsmöglichkeiten befragt oder sich einem Audit eines Gütesiegel-Anbieters unterzogen. Das Interesse an solchen Maßnahmen ist jedoch sehr hoch.

## Welche Instrumente setzen Sie ein, um den Absatz in Ihrem Webshop zu fördern?



## Ergebnisse zum Thema Zahlungsabwicklung:

### Immer mehr Händler wollen Kreditkarten, PayPal und Direktüberweisungs-Verfahren akzeptieren.

PayPal konnte sich als E-Payment-Verfahren erfolgreich etablieren und rangiert hinsichtlich der Anzahl der Händler, die dieses Verfahren anbieten, derzeit sogar vor der Rechnung, Kreditkarte und Lastschrift. Zukünftig ist jedoch bei der Akzeptanz von Kreditkarten das größte Wachstum zu erwarten, gefolgt von den Direktüberweisungs-Verfahren sofortüberweisung.de und giropay sowie von PayPal.

### Bei Zahlungen per Rechnung und per Lastschrift treten häufig Zahlungsstörungen auf.

Bei einem Viertel der Händler wird mehr als jede zehnte Rechnung nicht rechtzeitig bezahlt. Der Anteil der Rücklastschriften liegt bei jedem vierten Händler über 3%. In diesen Fällen beauftragen 60% der Händler Inkassounternehmen oder Anwaltskanzleien mit der Beitreibung der offenen Forderungen.

### Zur Ermittlung von Schuldnern fragt jeder dritte Händler bei Einwohnermeldeämtern an.

Bei der Hälfte der Händler, die selbst Inkassomaßnahmen durchführen, tritt mehrmals pro Jahr das Problem unbekannt verzogener Schuldner auf. In diesem Fall fragen 38% beim Einwohnermeldeamt nach der neuen Anschrift, jeder zweite wendet sich an eine Auskunftstelle oder ein Inkasso-Unternehmen.

# Management Summary (3/4)



Management Summary

Partnerkonsortium

atriga

ConCardis

creditPass®

etracker®  
Know Now.

EUROPRO  
ERMITTLUNG MIT SYSTEM  
europro.de

Hermes  
Weil's gut ankommt.

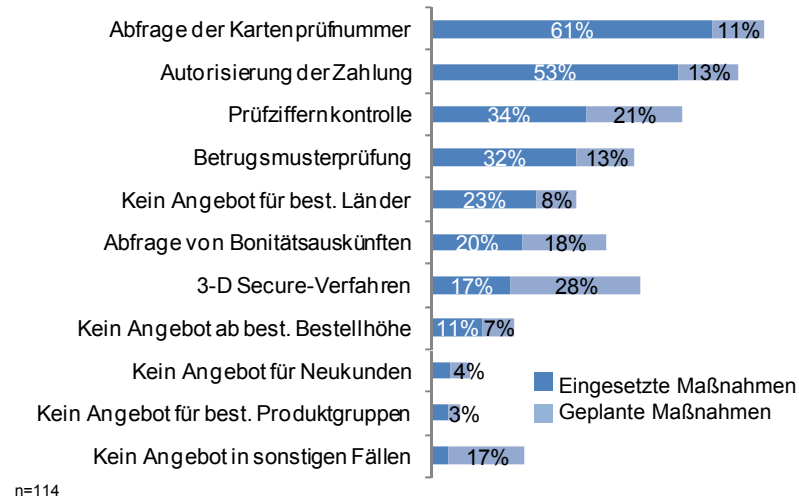
LUUPAY™

Safepay™

xt:Commerce

ibi  
research  
an der Universität Regensburg

## Welche Möglichkeiten nutzen Sie, um Zahlungstörungen bei Kreditkartenzahlungen zu vermeiden?



## Viele Händler wollen das Risikomanagement weiter ausbauen.

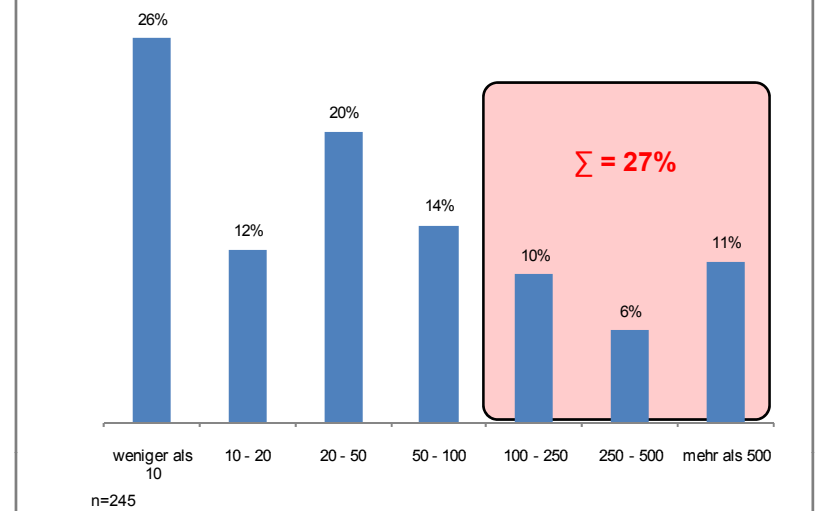
Während bei Lastschrift-Zahlungen derzeit nur 26% der Händler Bonitätsauskünfte von externen Dienstleistern einholen und nur 15% Sperrlisten abfragen, wollen 21% bzw. 27% dies zukünftig tun. Bei Zahlungen per Rechnung nutzen bereits 34% der Händler Bonitätsauskünfte, weitere 16% planen dies. Von den Händlern, die bereits Bonitätsauskünfte einholen, zeigen sich die meisten zufrieden. Kreditkartenzahlungen wollen 28% der Händler zukünftig mit dem 3-D-Secure-Verfahren (MasterCard SecureCode bzw. Verified by Visa) absichern, 17% setzen das Verfahren bereits ein.

## Ergebnisse zum Thema Versandabwicklung:

**Jeder vierte Händler liefert mehr als 100 Sendungen pro Woche aus.**

Die Versandkosten werden von knapp der Hälfte der Händler subventioniert, um die Kunden nicht durch zu hohe Versandkosten abzuschrecken. Für den Versand setzt über die Hälfte auf mehrere Paketdienstleister. Die Sendungen werden dabei z.B. je nach Größe / Gewicht der Waren oder nach dem Lieferort auf den jeweils am besten geeigneten Dienstleister verteilt.

## Wie viele Sendungen verschicken Sie durchschnittlich pro Woche?



# Management Summary (4/4)



Management Summary

Partnerkonsortium

atriga

ConCardis

creditPass®

etracker®  
Know Now.

EUROPRO  
ERMITTLUNG MIT SYSTEM  
europro.de

Hermes  
Weil's gut ankommt.

LUUPAY™

Safepay™

xt:Commerce

ibi  
research  
an der Universität Regensburg

## Zusatzdienstleistungen der Paketdienstleister sind bei den Händlern sehr gefragt.

Bereits 58% der Händler lassen ihre Sendungen vom Paketdienstleister abholen, 47% nutzen ein Online-Portal für die Versandabwicklung. Jeder fünfte will die Paketabholung und jeder siebte ein Online-Portal seines Paketdienstleisters zukünftig nutzen. Ihren Kunden bieten 60% der Händler, die physische Waren verkaufen, Zahlung per Nachnahme beim Paketdienstleister an. Gut die Hälfte der Händler teilt ihren Kunden eine Tracking-ID zur Paketverfolgung mit, weitere 30% wollen diesen Service zukünftig anbieten. Eine Lieferung zu Wunschterminen oder ein Expressversand ist bereits bei jedem dritten Händler möglich, jeder fünfte plant zukünftig ein solches Angebot.

## Ergebnisse zum Thema Internationalisierung:

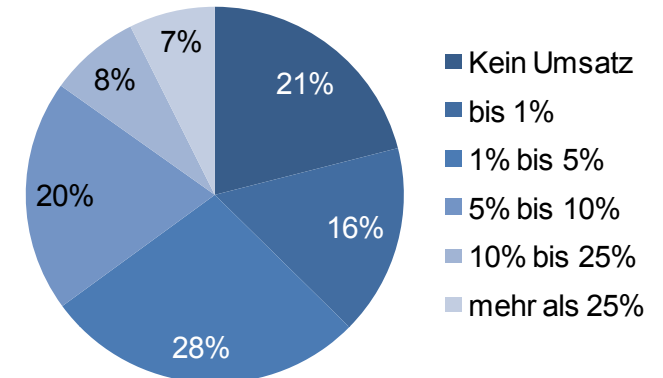
### 80% der Händler erzielen bereits Umsätze im Ausland, wenn auch in geringem Umfang.

Nur bei 15% der Händler machen die Umsätze mit ausländischen Kunden mehr als 10% des Gesamtumsatzes aus. Vor allem rechtliche Unsicherheiten und die Versandabwicklung machen den Schritt ins Ausland schwer, aber auch die Zahlungsabwicklung wird noch von jedem vierten Händler unter den drei größten Schwierigkeiten beim Verkauf an ausländische Kunden genannt. Gleichzeitig sind die Händler aber auch der Meinung, dass die Eintrittsbarrieren in ausländische Märkte in den letzten Jahren niedriger geworden sind und das Auslandsgeschäft immer stärker an Bedeutung gewinnt.

## Die Hälfte der Händler hat noch nie etwas von SEPA gehört.

Obwohl die Realisierung des einheitlichen europäischen Zahlungsverkehrsraums (Single Euro Payments Area, SEPA) mit der Einführung der SEPA-Überweisung im Januar 2008 bereits begonnen hat, haben nur 20% der Händler relativ genaue Vorstellungen, was SEPA für ihr Geschäft bedeutet. Diese versprechen sich von SEPA insbesondere Einsparungen bei den internen Zahlungsabwicklungsprozessen und bei den Bankgebühren. 62% der Händler, die in Deutschland derzeit Lastschriften nutzen, interessieren sich zudem für den Einzug von ausländischen Konten, was mit der SEPA-Lastschrift zukünftig möglich sein wird.

### Welcher Anteil Ihrer Internet-Umsätze stammt von ausländischen Kunden?



n=270

# Autoren und Kontakt



Autoren und Impressum

Partnerkonsortium

atriga

ConCardis

creditPass®

etracker®  
Know Now.

EUROPRO  
europo.de  
ERMITTLUNG MIT SYSTEM

Hermes  
Weil's gut ankommt.

LUUPAY™

Saferpay™

xt:Commerce

ibi  
research  
an der Universität Regensburg

Thomas Krabichler, Georg Wittmann, Dr. Ernst Stahl, Andreas Guck

ibi research an der Universität Regensburg  
Regerstraße 4  
93053 Regensburg

Telefon: +49-(0)941-943-1901

Telefax: +49-(0)941-943-1888

E-Mail: [team@ecommerce-leitfaden.de](mailto:team@ecommerce-leitfaden.de)

Internet: [www.ecommerce-leitfaden.de](http://www.ecommerce-leitfaden.de)  
[www.ibi.de](http://www.ibi.de)



Weitere Informationen

Partnerkonsortium

atriga

ConCardis

creditPass®

etracker®  
Know Now.

EUROPRO  
europo.de  
ERMITTLUNG MIT SYSTEM

Hermes  
Weil's gut ankommt.

LUUPAY™

Saferpay™

xt:Commerce

# Unter [www.ecommerce-leitfaden.de](http://www.ecommerce-leitfaden.de) finden Sie stets aktuelle Informationen rund um das Projekt

The screenshot shows the homepage of the eCommerce Leitfaden website. At the top, there is a navigation menu with links for Home, Aktuelles, Der Leitfaden, Studien, Veranstaltungen, Newsletter, Presse, Partner, and Wir über uns. The main content area features a welcome message, a list of recent news items, a section for downloading the guide (with links for Download, Online-Version, and Buch-Version bestellen), a newsletter sign-up section, and a section for downloading a study on payment success factors. The right sidebar contains a search bar, a list of partner logos (atriga, ConCardis, creditPass, etracker, EUROPRO, Hermes, LUUPAY, Saferpay, xt:Commerce), and a list of supporting organizations (IHK, BDO, bvh, RSS-Feed). The footer includes links for Impressum, Datenschutz, Sitemap, and Admin-Bereich.

[www.ecommerce-leitfaden.de](http://www.ecommerce-leitfaden.de)