

Deutscher Mittelstand nutzt bisher kaum digitale Vertriebskanäle

Frankfurt am Main (ots) -

~

- KfW Studie: nur 16 % der Mittelständler setzen auf E-Commerce
 - Anteil am Gesamtumsatz aktuell noch gering
 - Einzel- und Großhändler sowie junge Unternehmen sind Vorreiter

~

E-Commerce, sprich der Vertrieb über Online-Kanäle, spielt im deutschen Mittelstand bisher nur eine untergeordnete Rolle. Eine repräsentative Studie von KfW Research auf Basis des KfW-Mittelstandspanels zeigt: Die kleinen und mittleren Unternehmen erwirtschaften zurzeit auf digitalem Weg lediglich 153 Mrd. EUR im Jahr - das sind gerade einmal 4 % der Gesamtumsätze der mittelständischen Wirtschaft. Dabei nutzt mit 16 % nur ein kleiner Teil der Mittelständler überhaupt die Möglichkeit, seine Produkte oder Dienstleistungen online an den Kunden zu bringen. Anders gesagt: 8 von 10 Mittelständlern erzielen noch keinerlei Umsätze über den digitalen Vertriebsweg. Die KfW-Analyse zeigt aber auch, dass der digitale Wandel den Mittelstand langsam aber sicher erreicht: Je neuer ein Unternehmen am Markt ist und je jünger der Inhaber selbst ist, umso größere Bedeutung hat der E-Commerce für den Umsatz.

Der weit überwiegende Teil der digitalen Umsätze des Mittelstands wird derzeit nach Schätzungen von KfW Research mit 144 Mrd. EUR über Transaktionen im Geschäftskundenbereich (B2B-Geschäft) generiert. Komponentenzulieferungen im Maschinen- und Fahrzeugbau spielen dabei die wesentliche Rolle. Im direkten Endverbrauchergeschäft erwirtschaften alle deutschen Mittelständler zusammen via E-Commerce nur 9 Mrd. EUR. Zum Vergleich: Amazon als größter Online-Shop setzt in Deutschland alleine rund 8 Mrd. EUR jährlich um.

Wenig überraschend sind im Mittelstand die Handelsunternehmen die Digitalisierungs-Vorreiter. Jeder dritte Einzel- oder Großhändler betreibt E-Commerce - entweder im direkten Kontakt zum Endverbraucher oder als Lieferant eines anderen Unternehmens. Der Anteil des Online-Umsatzes am Gesamtumsatz der Branche erreicht hier mit 25 % den höchsten Wert im Mittelstand. In allen anderen Branchen spielt der Online-Vertriebskanal eine deutlich geringere Rolle. Unter den

mittelständischen Dienstleistern sind etwa 13 % im E-Commerce aktiv, der auf diesem Weg erwirtschaftete Umsatzanteil liegt bei 17 %.

Auch wenn E-Commerce in der Breite des Mittelstands noch nicht angekommen ist, so macht es einen deutlichen Unterschied bei der Performance, ob ein Unternehmen darauf setzt oder nicht: Wie die KfW-Analyse belegt, blicken kleine und mittlere Unternehmen mit ausgeprägten E-Commerce-Aktivitäten zuversichtlicher in die Zukunft und sie haben ein höheres Umsatzwachstum. Die mittlere Umsatzwachstumsrate bei Mittelständlern mit erheblichen Online-Umsätzen (mehr als die Hälfte des Umsatzes) lag zuletzt sogar bei 15 % - und erreichte damit annähernd das Vierfache derer von Unternehmen ohne Umsätze aus E-Commerce (4 %). Allerdings zeigt sich auch, dass der starke Konkurrenzdruck im Online-Geschäft seine Spuren hinterlässt, den Spielraum der Firmen bei der Preissetzung einengt und so ihre Profitabilität negativ beeinflusst. Die durchschnittliche Umsatzrendite mittelständischer Unternehmen mit E-Commerce liegt laut KfW-Erhebung bei 4 %, die der Mittelständler ohne doppelt so hoch bei 8 %.

"Der digitale Vertrieb steckt in weiten Teilen des Mittelstands nach wie vor in den Kinderschuhen. Das heißt leider auch: Die kleinen und mittleren Unternehmen nutzen die Chancen, die E-Commerce der Wirtschaft eröffnet, bisher zu wenig", sagt Dr. Jörg Zeuner, Chefvolkswirt der KfW. Auch wenn sich nicht jede Branche gleichermaßen für E-Commerce eigne, seien die Unternehmen doch auf breiter Front mit sich wandelnden Kundenbedürfnissen konfrontiert. "Ständige Erreichbarkeit, rasche Lieferzeiten, Echtzeitberatung, individuelle Angebote, Benutzerfreundlichkeit oder Mobilfähigkeit werden zunehmend nachgefragt - sowohl von Endverbrauchern als auch von Unternehmenskunden. Digitale Vertriebskanäle könnten hier für viele Mittelständler die Antworten liefern." Zudem könnten online Umsätze generiert werden, die auf klassischem Vertriebsweg nicht zustande gekommen wären - etwa durch die Erschließung neuer, digital-affiner Kundengruppen oder eine regionale Verbreiterung des Absatzgebietes.

Die aktuelle Sonderauswertung des KfW-Mittelstandspanels zum Thema E-Commerce ist abrufbar unter: www.kfw.de/fokus.

Alle Zahlen beziehen sich auf das Jahr 2015 - das sind die aktuellsten repräsentativen Daten.

~

Rückfragehinweis:

KfW, Palmengartenstr. 5 - 9, 60325 Frankfurt
Kommunikation (KOM), Christine Volk,
Tel. +49 (0)69 7431 3867, Fax: +49 (0)69 7431 3266,
E-Mail: Christine.Volk@kfw.de, Internet: www.kfw.de

~

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/DE41193/aom>

*** OTS-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLISSLICHER
INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSENDERS - WWW.OTS.AT ***

OTS0009 2017-02-12/10:02

121002 Feb 17

Link zur Aussendung:

http://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20170212_OTS0009