

Vorwort

Die Studie "Internet im Handel und in ausgewählten Dienstleistungsbereichen", an der sich über 2.000 überwiegend kleine und mittelständische Unternehmen beteiligten, stellte das erste Ergebnis der Arbeit des im Oktober 1999 gegründeten E-Commerce-Center Handel dar. Die Begeisterung für E-Commerce war damals groß, das entsprechende Wissen gering. Drei Jahre später sieht dies anders aus. Von Euphorie über die Möglichkeiten des Internets kann in der öffentlichen Diskussion keine Rede mehr sein, vielmehr werden E-Commerce-Aktivitäten äußerst skeptisch beurteilt. Offenbar scheint der Wissensdurst über E-Commerce weitgehend gestillt zu sein, wie sinkende Teilnehmerzahlen bei E-Commerce-Veranstaltungen und rückläufige Auflagen entsprechender Fachzeitschriften belegen.

Angesichts dieser Rahmenbedingungen wurden die Aussichten, mit einer Folgestudie zu "Internet im Handel und in ausgewählten Dienstleistungsbereichen" eine ähnlich große Resonanz zu erreichen, auch von den Autoren im Vorfeld skeptisch beurteilt. Dass die Teilnehmerzahl mit 3.165 Unternehmen nicht nur gehalten, sondern noch deutlich gesteigert werden konnte, ist vor allem der starken Unterstützung durch unsere Kooperationspartner zu verdanken. Insgesamt waren 30 Fachverbände und Kooperationen, 26 Industrie- und Handelskammern sowie 6 Kompetenzzentren für den elektronischen Geschäftsverkehr an der Erhebung beteiligt. Bei allen Kooperationspartnern, die auf den nächsten Seiten einzeln aufgelistet sind, möchten wir uns an dieser Stelle ganz herzlich bedanken. Die Teilnehmerzahl konnte auch dadurch deutlich erhöht werden, dass diesmal zusätzlich zur schriftlichen Erhebung eine Online-Befragung durchgeführt wurde, an der sich immerhin 821 Unternehmen beteiligten.

Die vorliegende Studie war – insbesondere aufgrund der umfangreichen Stichprobe – mit einem hohen Organisations-, Erfassungs- und Auswertungsaufwand verbunden. Entsprechend viele Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter waren an dem Projekt beteiligt. Frau Ruth Stüber, Frau Inge Simon, Frau Ortrun Wolff, Herr Markus Schmidt, Herr Alexander Safaric, Herr Torsten Dennin und Herr Nicolas Kaftan haben uns in besonderem Maße unterstützt. Bei allen möchten wir uns für das hohe Engagement herzlich bedanken.

Unser Dank gilt nicht zuletzt dem Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie, dessen finanzielle Unterstützung die Studie in dieser Größenordnung erst ermöglichte.

Köln, im Juli 2002

Christian Dach

Kai Hudetz

Inhaltsverzeichnis

Kurzzusammenfassung	10
1 Einleitung	12
2 Methodik des empirischen Vorgehens	14
3 Stichprobe	16
3.1 Branchenzugehörigkeit	16
3.2 Unternehmensgröße	18
3.3 Geographische Verteilung.....	21
4 Ergebnisse im Überblick	22
4.1 Technische Infrastruktur.....	22
4.2 Nutzung des Internets nach Geschäftstätigkeiten.....	25
4.3 Beschaffung über das Internet	27
4.4 Absatz über das Internet.....	29
4.5 Ziele bei der Nutzung des Internets	32
4.6 Probleme bei der Nutzung des Internets.....	34
4.7 Einschätzung der aktuellen und künftigen Bedeutung des Internets	39
5 Ergebnisse nach Wirtschaftszweigen	42
5.1 Vergleich zwischen Dienstleistungsbereich, Einzel- und Großhandel	42
5.2 Einzelhandel	47
5.2.1 Autohäuser	52
5.2.2 Motorradhandel	54
5.2.3 Nahrungsmittelseinzelhandel	56
5.2.4 Apotheken	58
5.2.5 Einzelhandel mit Bekleidung	60
5.2.6 Einzelhandel mit Schuhen und Lederwaren	61
5.2.7 Einzelhandel mit Möbeln und Einrichtungsgegenständen.....	63
5.2.8 Elektroeinzelhandel	65
5.2.9 Einzelhandel mit Bau- und Heimwerkerbedarf	67
5.2.10 Buch- und Zeitschriftenhandel.....	69
5.2.11 Sonstiger Facheinzelhandel	71

5.3	Großhandel.....	73
5.3.1	Autoteilehandel	77
5.3.2	Handelsvermittlungen	79
5.3.3	Landwirtschaftlicher Großhandel.....	82
5.3.4	Getränkefachgroßhandel	83
5.3.5	Nahrungsmittel- und Tabakgroßhandel.....	85
5.3.6	Großhandel mit Gebrauchs- und Verbrauchsgütern	86
5.3.7	Großhandel mit Rohstoffen, Halbwaren, Altmaterial und Reststoffen... 87	
5.3.8	Baumaschinengroßhandel	88
5.3.9	Sonstiger Großhandel	90
5.4	Ausgewählte Dienstleistungsbereiche	90
5.4.1	Verlagsgewerbe	94
5.4.2	Versicherungsgewerbe	96
5.4.3	Immobilienmakler	96
5.4.4	Werbeagenturen	97
6	Ergebnisse nach Unternehmensgröße.....	100
6.1	Technische Infrastruktur	100
6.2	Nutzung des Internets.....	101
6.3	Ziele bei der Nutzung des Internets.....	105
6.4	Probleme bei der Nutzung des Internets	106
6.5	Einschätzung der Bedeutung des Internets.....	107
7	Ergebnisse nach Regionen	109
7.1	PLZ-Regionen.....	109
7.2	Vergleich zwischen alten und neuen Bundesländern	110
8	Fazit.....	112
	Literaturverzeichnis	115