

E-COMMERCE-CENTER HANDEL (HRSG.)

KAI HUDETZ, ANDREAS DUSCHA

AUSGEWÄHLTE  
STUDIEN  
DES ECC HANDEL

# INTERNET IM HANDEL 2006

- Status quo und Entwicklungen -



  
**IfH**  
Institut für  
Handelsforschung  
an der Universität  
zu Köln

**ECC**  
E-Commerce-Center Handel

# **Ausgewählte Studien des ECC Handel**

Herausgegeben vom E-Commerce-Center Handel

**Band 17**

Kai Hudetz  
Andreas Duscha

# Internet im Handel 2006

- Status quo und Entwicklungen -

### **Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek**

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

ISBN-10: 3-935546-01-7

ISBN-13: 978-3-935546-01-0

© 2006 Institut für Handelsforschung an der Universität zu Köln.

Alle Rechte vorbehalten.

Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit Genehmigung des Instituts.

Umschlag: Graphic-Design Gertrud Kirchartz-Weber, Pulheim.

Druck und Bindung: Hundt Druck, Köln.

## **Vorwort**

Mit vorliegender Untersuchung hat das E-Commerce-Center Handel (ECC Handel) nunmehr zum vierten Mal die Nutzung des Internets in deutschen Handelsunternehmen analysiert. Die Studie "Internet im Handel und in ausgewählten Dienstleistungsbereichen" stellte das erste Ergebnis der Arbeit des im Oktober 1999 gegründeten ECC Handel dar. Die Begeisterung für E-Commerce war damals groß, das entsprechende Wissen gering. Als die Erhebung drei Jahre später wiederholt wurde, sah dies anders aus. Von Euphorie über die Möglichkeiten des Internets konnte in der öffentlichen Diskussion keine Rede mehr sein, vielmehr wurden E-Commerce-Aktivitäten äußerst skeptisch beurteilt. Inzwischen ist diese große Skepsis auch in kleineren und mittleren Unternehmen zumeist einer differenzierten und nüchternen Analyse gewichen. Die vorliegende Studie soll dazu beitragen, die Argumentation durch umfangreiche Informationen weiter zu versachlichen. Der Vergleich mit den Ergebnissen der Vorgängeruntersuchungen verdeutlicht die eindrucksvolle Entwicklung des E-Business.

Die in den Jahren 1999 und 2002 durchgeführten Untersuchungen waren mit 2.088 bzw. 3.165 befragten Unternehmen die umfangreichsten Erhebungen zum E-Commerce im Handel im deutschsprachigen Raum. Im Gegensatz zu den ersten beiden Studien wurden seit 2004 ausschließlich Handels- und keine Dienstleistungsunternehmen berücksichtigt. Nach 2.652 Handelsunternehmen im Jahr 2004 nahmen an der aktuellen Untersuchung 2.390 Handelsunternehmen teil. Dass die Beteiligung auf einem derart hohen Niveau gehalten werden konnte, ist vor allem der starken Unterstützung durch unsere Kooperationspartner zu verdanken. Hervorzuheben sind insbesondere die 40 Industrie- und Handelskammern, die sich an der Erhebung beteiligt haben. Bei allen Kooperationspartnern, die auf den nächsten Seiten einzeln aufgelistet sind, möchten wir uns an dieser Stelle ganz herzlich bedanken.

Die vorliegende Studie war – insbesondere aufgrund der umfangreichen Stichprobe und der zahlreichen Kooperationspartner – mit einem hohen Organisations-, Erfassungs- und Auswertungsaufwand verbunden. Entsprechend viele Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Instituts für Handelsforschung an der Universität zu Köln (IfH) waren an dem Projekt beteiligt. Oliver Emrich, Nicolas Finke, Carsten Hüttl und Christian Kuhn waren besonders stark in das Vorhaben involviert. Bei ihnen, aber auch bei den anderen Beteiligten im IfH möchten wir uns für das hohe Engagement herzlich bedanken.

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

Köln, im November 2006

Kai Hudetz

Andreas Duscha

## **Kooperationspartner**

Bundesverband des Deutschen Groß- und Außenhandels (BGA)

Deutsches Zentrum für Luft- und Raumfahrttechnik (DLR)

EC-Ruhr - Electronic Commerce-Kompetenzzentrum Ruhr

Handelskammer Hamburg

Hauptverband des Deutschen Einzelhandels (HDE)

Industrie- und Handelskammer Aachen

Industrie- und Handelskammer Berlin

Industrie- und Handelskammer zu Coburg

Industrie- und Handelskammer Darmstadt

Industrie- und Handelskammer zu Dortmund

Industrie- und Handelskammer Dresden

Industrie- und Handelskammer zu Düsseldorf

Industrie- und Handelskammer Erfurt

Industrie- und Handelskammer zu Essen

Industrie- und Handelskammer Frankfurt (Oder)

Industrie- und Handelskammer Heilbronn-Franken

Industrie- und Handelskammer Hochrhein-Bodensee

Industrie- und Handelskammer Karlsruhe

Industrie- und Handelskammer zu Kiel

Industrie- und Handelskammer zu Köln

Industrie- und Handelskammer zu Leipzig

Industrie- und Handelskammer Limburg

Industrie- und Handelskammer Lippe zu Detmold

Industrie- und Handelskammer Lüneburg-Wolfsburg

Industrie- und Handelskammer für München und Oberbayern

Industrie- und Handelskammer zu Neubrandenburg

Industrie- und Handelskammer Nürnberg für Mittelfranken

Industrie- und Handelskammer für Oberfranken Bayreuth

Industrie- und Handelskammer Offenbach am Main

Industrie- und Handelskammer Ostthüringen zu Gera

Industrie- und Handelskammer für Niederbayern in Passau

Industrie- und Handelskammer Nordschwarzwald (Pforzheim)

Industrie- und Handelskammer Potsdam/eCOMM Brandenburg

Industrie- und Handelskammer Regensburg

Industrie- und Handelskammer Reutlingen

## **Kooperationspartner (Fortsetzung)**

Industrie- und Handelskammer Rhein-Neckar

Industrie- und Handelskammer zu Rostock

Industrie- und Handelskammer Siegen

Industrie- und Handelskammer Südwestsachsen Chemnitz-Plauen-Zwickau / SAGeG -  
Arbeitsgemeinschaft sächsischer Kammern zur Unterstützung des elektronischen  
Geschäftsverkehrs in KMUs

Industrie- und Handelskammer Wiesbaden

Industrie- und Handelskammer Wuppertal-Solingen-Remscheid

Niederrheinische Industrie- und Handelskammer  
Duisburg-Wesel-Kleve

Oldenburgische Industrie- und Handelskammer

Südwestfälische Industrie- und Handelskammer zu Hagen

Allen Kooperationspartnern sei an dieser Stelle nochmals herzlich gedankt!

Das E-COMMERCE-CENTER HANDEL ist Teil des vom BUNDESMINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT  
UND ARBEIT geförderten NETZWERKS ELEKTRONISCHER GESCHÄFTSVERKEHR (NEG). Nähere  
Informationen zu diesem Netzwerk finden Sie unter [www.ec-net.de](http://www.ec-net.de).

# Inhaltsverzeichnis

<b>Vorwort</b> .....	<b>5</b>
<b>Kooperationspartner</b> .....	<b>6</b>
<b>Kurzzusammenfassung</b> .....	<b>10</b>
<b>1 Einleitung</b> .....	<b>12</b>
<b>2 Methodik des empirischen Vorgehens</b> .....	<b>14</b>
<b>3 Stichprobe</b> .....	<b>16</b>
3.1 Branchenzugehörigkeit .....	16
3.2 Unternehmensgröße.....	18
3.3 Geographische Verteilung .....	20
<b>4 Ergebnisse im Überblick</b> .....	<b>21</b>
4.1 Technische Infrastruktur .....	21
4.2 Nutzung des Internets nach Geschäftstätigkeiten .....	23
4.3 Beschaffung über das Internet.....	26
4.4 Absatz über das Internet.....	29
4.5 Ziele bei der Nutzung des Internets.....	36
4.6 Probleme bei der Nutzung des Internets .....	39
4.7 Bedeutung des Internetmarktplatzes EBAY.....	48
<b>5 Ergebnisse nach Wirtschaftszweigen</b> .....	<b>52</b>
5.1 Vergleich zwischen Einzelhandelsunternehmen, Großhandelsunternehmen und Handelsvermittlungen .....	52
5.2 Einzelhandel .....	60
5.2.1 Fahrzeughandel/Fahrzeugteilehandel.....	65
5.2.2 Lebens-/Genussmittelhandel .....	68
5.2.3 Apotheken .....	70
5.2.4 Einzelhandel mit Bekleidung .....	72
5.2.5 Einzelhandel mit Möbeln und Einrichtungsgegenständen .....	75
5.2.6 Einzelhandel mit Consumer Electronics.....	78
5.2.7 Buchhandel/Verlagswesen/Musik .....	81
5.2.8 Einzelhandel mit Bürobedarf .....	83
5.2.9 Einzelhandel mit Augenoptik/Hörakustik/Schmuck .....	85
5.2.10 Baugewerbe/Baustoffhandel/Sanitäreanlagen.....	87
5.2.11 Einzelhandel im Gesundheitswesen .....	89

5.2.12 IKT-Branche .....	92
5.2.13 Einzelhandel mit Spielwaren/Geschenkartikeln .....	96
5.2.14 Einzelhandel mit Sport- und Freizeitartikeln.....	99
5.2.15 Sonstiger Facheinzelhandel.....	102
5.3 Großhandel.....	104
5.3.1 Großhandel mit Maschinen, Anlagen und Werkzeugen.....	111
5.3.2 Baugewerbe/Baustoff-/Sanitärgrößhandel .....	114
5.3.3 Großhandel mit Lebens- und Genussmitteln .....	118
5.3.4 Großhandel mit Rohstoffen, Halbwaren, Altmaterial und Reststoffen.	120
5.3.5 Sonstiger Großhandel.....	123
5.4 Handelsvermittlungen .....	124
<b>6 Ergebnisse nach Unternehmensgröße.....</b>	<b>130</b>
6.1 Technische Infrastruktur .....	130
6.2 Nutzung des Internets.....	132
6.3 Ziele bei der Nutzung des Internets.....	135
6.4 Probleme bei der Nutzung des Internets .....	136
<b>7 Ergebnisse nach Regionen .....</b>	<b>138</b>
<b>8 Fazit .....</b>	<b>142</b>
<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>145</b>
<b>Autoren.....</b>	<b>148</b>