

"Internet im Handel"

Eine Untersuchung des ECC Handel am Institut für Handelsforschung mit Unterstützung des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie

Ihre Angaben werden selbstverständlich absolut vertraulich behandelt und nur anonymisiert ausgewertet!

┌ Institut für Handelsforschung
an der Universität zu Köln
ECC Handel
Dürener Str. 401 b
50858 Köln

└

Bitte schicken Sie den Fragebogen baldmöglichst, spätestens aber bis zum **25. Juli 2008**, an uns zurück. Sollten Sie über mehrere Niederlassungen verfügen, so beantworten Sie bitte alle Fragen aus Sicht der Zentrale.

Falls gewünscht, erhalten Sie nach Abschluss der Auswertung eine Ergebniszusammenfassung.

Für Rückfragen wenden Sie sich bitte an:
Dipl.-Kffr. Yalda Partovi
Telefon: (0221) 943607-70
Fax: (0221) 943607-59
E-Mail: y.partovi@ecc-handel.de

1. Wie gelangen Sie in Ihrem Unternehmen hauptsächlich ins Internet?

- über Modem
- über ISDN
- über DSL
- über Standleitungen
- über mobile Internetzugänge
- kein Internetanschluss vorhanden (weiter mit Frage 12)
- weiß nicht

2. Hat Ihr Unternehmen eine eigene Website?

- ja, und zwar seit _____
(bitte Jahr angeben)
- nein, und ist z. Zt. nicht geplant
- nein, ist jedoch für dieses Jahr geplant
- nein, ist jedoch für nächstes Jahr geplant

3. Nutzung des Internets

Wie oft wird in Ihrem Unternehmen das Internet für folgende Geschäftstätigkeiten genutzt?
(Kreuzen Sie bitte zu jeder Aussage die Spalte an, die Ihrer Meinung am besten entspricht)

	← Nutzung →				
	nie 1	2	3	4	sehr oft 5
Informationsbeschaffung (z. B. Markt- und Wettbewerberbeobachtung, Branchenfachinformationen)					
Bankgeschäfte des Unternehmens					
Nutzung von weiteren Online-Services (z. B. Bahn- oder Flugtickets, Online-Programme, E-Learning)					
Schriftverkehr mit Geschäftspartnern, Kunden etc. (E-Mail)					
Weitergehende Beratung von Kunden / Kundenservice (z. B. Bearbeitung von Reklamationen)					
Standardisierter Datenaustausch (Steuerberater, Franchisegeber, Mitglieder oder Kooperationspartner etc.)					

4. Bedeutung des Internets für die Beschaffung

Welchen Anteil der **Güter für den eigenen Bedarf** (Büromaterial, Software, Möbel etc.) haben Sie im **vergangenen Jahr** über das Internet beschafft? Mit welchem Anteil rechnen Sie im **Jahr 2008**?

Wie sieht dies bei **Gütern für den Weiterverkauf** aus?

(Angaben in % des jeweiligen Gesamtvolumens; Schätzung genügt)

wir beschaffen online keine Güter (weiter mit Frage 5)

	2007	2008
Güter für den eigenen Bedarf	%	%
Güter für den Weiterverkauf	%	%

5. Bedeutung des Internets für den Absatz

Welchen Umsatzanteil erzielten Sie im **vergangenen Jahr** über das Internet? Wie wird sich dies 2008 voraussichtlich entwickeln?

(Angaben in % des jeweiligen Gesamtumsatzes; Schätzung genügt)

wir verkaufen online keine Produkte oder Dienstleistungen

	2007	2008
mit Unternehmen (B2B)	%	%
mit Endkunden (B2C)	%	%

6. Auswirkung der zunehmenden Breitbandnutzung

Haben Sie im **vergangenen Jahr** Ihre Website an die zunehmende Nutzung von Breitbandanschlüssen (z. B. DSL) der Internetnutzer angepasst?

- ja, und zwar durch mehr
- Textinhalte
 - Unterhaltungsangebote (z. B. Online-Spiele)
 - Bilder, Grafiken u. ä.
 - Audio-Inhalte
 - Video-Inhalte
 - Rich-Media-Werbung (z. B. Flash-animierte Banner)
 - Sonstiges, und zwar: _____
- nein

7. Bedeutung von „Web 2.0“-Diensten und -Anwendungen für den Geschäftsbetrieb

(Machen Sie bitte in jeder Zeile je eine Aussage zur Bekanntheit, Einbindung **und** zur Bedeutung)

	Ist mir bekannt	← Einbindung → in die eigene Website			← Bedeutung → für den Geschäftserfolg				
		Nicht geplant 1	Geplant 2	Bereits integriert 3	keine 1	2	3	4	sehr große 5
(Audio-)Podcasts	<input type="checkbox"/>								
Video-Portale	<input type="checkbox"/>								
Foren	<input type="checkbox"/>								
Blogs (Online-Tagebücher zur Information mit Möglichkeit zum Kommentieren durch Kunden)	<input type="checkbox"/>								
Interaktive Bewertungssysteme	<input type="checkbox"/>								
Soziale Netzwerke/Communities	<input type="checkbox"/>								
Tag-Wolke (Visualisierung von Schlagworten wie z. B. Suchbegriffen)	<input type="checkbox"/>								
News-Feeds (z. B. RSS)	<input type="checkbox"/>								
Sonstige, und zwar: _____	<input type="checkbox"/>								

Die oben genannten „Web 2.0“-Dienste und -Anwendungen sind mir bislang unbekannt (weiter mit Frage 10)

8. Sehen Sie Gefahren/Risiken in „Web 2.0“-Diensten und -Anwendungen?

- ja nein

Falls ja, welche Gefahren/Risiken sehen Sie in „Web 2.0“-Diensten und -Anwendungen?

- | | | |
|--|-----------------------------|-------------------------------|
| Imageschädigungen | <input type="checkbox"/> ja | <input type="checkbox"/> nein |
| Rechtliche Risiken | <input type="checkbox"/> ja | <input type="checkbox"/> nein |
| Missbrauch durch Nutzer/Kunden | <input type="checkbox"/> ja | <input type="checkbox"/> nein |
| Preisgeben von Firmengeheimnisse (z. B. durch Mitarbeiter) | <input type="checkbox"/> ja | <input type="checkbox"/> nein |
| Kostensteigerungen | <input type="checkbox"/> ja | <input type="checkbox"/> nein |

9. Welche der aufgeführten Ziele sind Ihnen bei der Nutzung von „Web 2.0“-Diensten und -Anwendungen von Bedeutung? Wie bewerten Sie das jeweilige Erfolgspotenzial?

(Machen Sie bitte in jeder Zeile je eine Aussage zur Bedeutung **und** zum Erfolgspotenzial der Zielerreichung)

	← Bedeutung →					← Erfolgspotenzial →				
	keine 1	2	3	4	sehr große 5	gering 1	2	3	4	sehr hoch 5
Kundenakquisition										
Imageverbesserung										
Neue Kommunikationsplattform/Austausch mit Kunden										
Erhöhung der Kundenbindung										
Steigerung der Bekanntheit										
Informationsgewinnung										
Kosteneinsparung										
Umsatzsteigerung										
Zusätzlicher Absatzkanal										
Produktivitätssteigerung										
Steigerung der Benutzerfreundlichkeit										
Sonstige, und zwar: _____										

10. Kennen Sie „Second Life“? ja nein (falls nein, weiter mit Frage 11)

Sind Sie mit Ihrem Unternehmen in der virtuellen Welt des „Second Life“ mit einem Shop vertreten?

- ja, und zwar seit _____ nein, nicht mehr
 (bitte Jahr angeben) nein, ist jedoch für dieses oder nächstes Jahr geplant
 nein, und ist z. Zt. nicht geplant

11. Wie wichtig sind Ihnen die aufgeführten Ziele bei der Nutzung des Internets? Wie bewerten Sie den Erfolg Ihrer bisherigen Bemühungen im Hinblick auf die von Ihnen gesteckten Ziele?

(Machen Sie bitte in jeder Zeile je ein Kreuz zur Bedeutung **und** zur Zielerreichung)

	← Bedeutung →							← Zielerreichung →				
	keine 1	2	3	4	5	6	sehr große 7	keine 1	2	3	4	kom- plett 5
Erhöhung der Auswahl beim Einkauf												
Kostenreduktion beim Einkauf												
Zeitoptimierung / Flexibilität bei den internen Arbeitsabläufen												
Erhöhung der Kundenbindung												
Kundenakquisition												

- habe andere Ziele, und zwar _____

12. Welche Bedeutung haben in Ihrem Unternehmen die folgenden Probleme bei der Nutzung des Internets?

(Kreuzen Sie bitte zu jeder Aussage die Spalte an, die Ihrer Meinung am besten entspricht)

	Bedeutung						
	← keine						→ sehr große
	1	2	3	4	5	6	7
Probleme innerhalb des Unternehmens							
Produkte / Dienstleistungen für Online-Vertrieb ungeeignet							
fehlendes Know-how bezüglich Online-Marketing							
fehlendes Know-how bezüglich der erforderlichen Technik							
Angst vor Preistransparenz / Preisverfall							
Berührungsängste der Mitarbeiter mit dem Internet							
zu starke private Nutzung durch Mitarbeiter							
schwierige Anbindung an bestehende Systeme							
mangelnde Informationen über Nutzungsmöglichkeiten							
Auswahl externer Dienstleistungsunternehmen schwierig							
Zweifel an der Sicherheit (z. B. bei Datenübermittlung)							
zu hohe Einführungskosten							
zu hohe laufende Kosten							
zu großer Zeitbedarf für Planung / Umsetzung							
Probleme mit Lieferanten							
Lieferanten verweigern sich generell dem Online-Vertrieb							
Lieferanten bestehen auf dem Gebietsschutz der Händler							
Lieferanten fürchten Preistransparenz / Preisverfall							
Probleme mit Kunden							
Kunden haben keinen Internet-Zugang							
Kunden wollen keinen Online-Vertrieb							
Kunden erwarten Mehrwerte im Online-Vertrieb							
zu hohe Betrugswahrscheinlichkeit bei Online-Bestellungen							

13. Angaben zur Statistik

Branchenzugehörigkeit: _____
(bitte unbedingt ausfüllen, da notwendig für Branchenauswertung)

Einzelhandel Großhandel Handelsvermittlung

Firmensitz (erste drei Ziffern der PLZ): _____

Anzahl der beschäftigten Personen im Unternehmen: _____
(umgerechnet auf Vollzeitbeschäftigte)

Wenn Sie eine **Kurzauswertung dieser Befragung** wünschen, so geben Sie bitte Ihre Adressdaten an. Diese Angaben werden **getrennt** vom Fragebogen erfasst und ausschließlich für den Versand der Kurzauswertung verwendet.

Firma: _____ Webadresse: _____

Ansprechpartner: _____ E-Mail: _____

Wir sind an näheren Informationen zum Thema „E-Commerce im Handel“ interessiert.

Vielen Dank für Ihre Unterstützung!



(Dr. Kai Hudetz)
Bereichsleiter