



## PRESSEMELDUNG

### *Die Angst vorm eigenen Kunden*

**Die Mehrheit kleiner und mittelständischer Unternehmen sieht mehr Risiken als Chancen in der Integration von Web 2.0-Anwendungen.**

(Köln, 19. März 2009) **Die Diskussion über Web 2.0-Anwendungen ist zwar auch bei kleineren Handelsunternehmen angekommen, die Umsetzung lässt jedoch noch auf sich warten. Dies zeigt die aktuelle Studie „Internet im Handel 2008 – Status quo und Entwicklungen“ des E-Commerce-Center Handel, in der insgesamt 1.702 vorrangig mittelständische Handelsunternehmen zu ihrer Internetnutzung befragt wurden.**

Steigerung des Bekanntheitsgrades, Erhöhung der Kundenbindung und Verbesserung des Images – Trotz zahlreicher positiver Effekte von Web 2.0-Funktionalitäten auf die Geschäftsabläufe bindet bisher nur eine Minderheit der befragten Handelsunternehmen Web 2.0-Anwendungen in die eigene Website ein. Die Nutzungsraten von Einzel- und Großhändlern liegen im Durchschnitt sogar unter sechs Prozent. Interaktive Bewertungssysteme sind mit 9,4 Prozent dabei noch die am häufigsten eingesetzten Web 2.0-Anwendungen. Auf Platz zwei liegt die Einbindung von Tag-Wolken und News-Feeds.

Die niedrige Nutzungsintensität ist nicht zuletzt darauf zurückzuführen, dass 60,1 Prozent der befragten Händler mit der Verwendung von Web 2.0-Funktionalitäten schwer kalkulierbare Risiken verbinden. 83,8 Prozent der Handelsunternehmen befürchten „rechtliche Folgen“; den „Missbrauch durch Kunden“ gaben über 80 Prozent der Befragten als Hinderungsgrund an.

Ein nennenswerter Anteil der befragten Unternehmen plant nach eigenen Angaben zwar eine intensivere Einbindung von Web 2.0-Aktivitäten, Dr. Kai Hudetz, stellvertretender Geschäftsführer des E-Commerce-Center Handel, äußert sich jedoch skeptisch zum Vorhaben der KMUs: „Es muss berücksichtigt werden, dass die Einschätzungen der befragten Unternehmen in der Vergangenheit häufig zu optimistisch ausfielen“. Der positive Einfluss von Web 2.0-Elementen auf den Geschäftserfolg sollte selbstredend sein; „Ein effizienter Einsatz von Web 2.0-Elementen ist jedoch sehr zeitintensiv und greift damit auf ein knappes Gut der KMUs zurück.“, so Aline Eckstein, wissenschaftliche Mitarbeiterin des ECC Handel.

Das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie, die Dachverbände des deutschen Handels und zahlreiche Industrie- und Handelskammern unterstützten diese Studie, die auf 149 Seiten über größen- und regionalspezifische Auswertungen sowie spezifische Ergebnisse zu 16 ausgewählten Handelsbranchen informiert. Der Berichtsband „Internet im Handel 2008“ kann zum Preis von 25 € unter [www.ecc-handel.de](http://www.ecc-handel.de) und im Buchhandel erworben werden.

Gefördert durch das



Bundesministerium  
für Wirtschaft  
und Technologie



Netzwerk Elektronischer  
Geschäftsverkehr

## Das Netzwerk Elektronischer Geschäftsverkehr

Seit 1998 berät und begleitet das Netzwerk Elektronischer Geschäftsverkehr, in derzeit 28 über das Bundesgebiet verteilten regionalen Kompetenzzentren und einem Branchenkompetenzzentrum für den Handel, Mittelstand und Handwerk bei der Einführung von E-Business Lösungen. In dieser Zeit hat sich das Netzwerk mit über 30.000 Veranstaltungen und Einzelberatungen mit über 300.000 Teilnehmern als unabhängiger und unparteilicher Lotse für das Themengebiet „E-Business in Mittelstand und Handwerk“ etabliert. Auf dem zentralen Auftritt des Netzwerks im Internet [www.ec-net.de](http://www.ec-net.de) finden Sie weitere Informationen des Netzwerks sowie Studien, Leitfäden und andere Publikationen zum kostenlosen Download. Die Arbeit des Netzwerks Elektronischer Geschäftsverkehr wird durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie gefördert.

## E-Commerce-Center Handel (ECC Handel)

Das ECC Handel ([www.ecc-handel.de](http://www.ecc-handel.de)) wurde 1999 als Forschungs- und Beratungsinitiative unter der Leitung des Instituts für Handelsforschung an der Universität zu Köln ins Leben gerufen. Das Ziel ist es, insbesondere kleine und mittelständische Handelsunternehmen zum Thema E-Commerce zu informieren. Zahlreiche Aspekte des E-Commerce im Handel hat das ECC Handel in eigenen Studien untersucht. Es wird vom BMWi gefördert und ist in das NEG als Branchenkompetenzzentrum mit dem Themenfokus Handel eingebunden.

## Kontakt und Presseanfragen

Dr. Kai Hudetz  
E-Commerce-Center Handel  
am Institut für Handelsforschung  
Dürener Str. 401 b  
50858 Köln  
Tel.: 0221 943607-70  
E-Mail: [k.hudetz@ecc-handel.de](mailto:k.hudetz@ecc-handel.de)  
[www.ecc-handel.de](http://www.ecc-handel.de)