

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages



PRESSEMELDUNG

Web 2.0 mit Erfolg

Blogs, Online-Communities, und News-Feeds – Kundenbindung via Web 2.0-Funktionen im Online-Buchhandel.

(Köln, 13. Juli 2009) **Der Buchhandel wird seiner Vorreiterrolle im E-Commerce gerecht und liegt bei der Web 2.0-Nutzung vorn. 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.**

Da sich Bücher als standardisierte Produkte besonders gut zum Verkauf über das Internet eignen, wird der Buchhandel seit den Anfängen des E-Commerce als eine Vorreiterbranche angesehen. So zeigt die Studie des ECC Handel „[Internet im Handel - Status Quo und Entwicklungen](#)“, dass die Branche bei der Nutzung von Web 2.0-Applikationen vorn liegt. Die Einbindung von Blogs, Online-Communities und News-Feeds in die eigene Website ist bereits zumindest vereinzelt zu finden. Der Mehrwert dieser Anwendungen wird vor allem in der Erhöhung der Kundenbindung und der Benutzerfreundlichkeit gesehen, welche in dieser Branche überdurchschnittlich hoch bewertet werden.

Die Vorreiterrolle der Branche wird zudem dadurch deutlich, dass alle entsprechenden Händler über einen Internet-Anschluss verfügen und 89,6 Prozent der befragten Unternehmen zudem eine eigene Website besitzen; gegenüber dem Einzelhandelsdurchschnitt von 74,8 Prozent. Darüber hinaus weist Second Life in dieser Branche den höchsten Bekanntheitsgrad auf, auch wenn noch keine Shops dort betrieben werden.

Die Analyse der Internetnutzung nach Geschäftstätigkeiten zeigt in dieser Branche deutlich höhere Ausprägungen als beim Durchschnitt des gesamten Einzelhandels. Insbesondere die Beratung von Kunden bzw. der „Kundenservice“ erreichen einen besonders hohen Mittelwert. Dieses Ergebnis spiegelt sich auch in der auffällig hohen Bewertung des Ziels „Erhöhung der Kundenbindung“ mit 5,21. Von allen in dieser Untersuchung betrachteten Einzelhandelsbranchen stellt dies die höchste Ausprägung dar. Weiterhin wird der „Online-Kundenakquisition“ eine besondere Bedeutung zugewiesen. Die anderen Ziele liegen unter dem Einzelhandelsdurchschnitt (vgl. Abbildung).

Das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie, die Dachverbände des deutschen Handels und zahlreiche Industrie- und Handelskammern unterstützten diese Studie, die auf 150 Seiten über größen- und regionalspezifische Auswertungen sowie spezifische Ergebnisse zu 16 ausgewählten Handelsbranchen informiert. Aufgrund der hohen Nachfrage ist der Berichtsband „Internet im Handel 2008“ nur noch in digitaler Form erhältlich und kann zum Preis von 25 € unter www.ecc-handel.de erworben werden.

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages



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 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.

Das E-Commerce-Center Handel (ECC Handel)

Das ECC Handel (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 Themenfokus Handel eingebunden.

Presseanfragen

Dr. Kai Hudetz
ECC Handel am Institut für Handelsforschung
Dürener Str. 401 b, 50858 Köln
Tel.: ++49 / 221 / 943607-70
E-Mail: k.hudetz@ecc-handel.de
www.ecc-handel.de