

# "Internet im Handel 2010"

aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages

**Eine Untersuchung des ECC Handel an der Institut für Handelsforschung GmbH  
mit Unterstützung des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie und der Tradoria GmbH**

Institut für Handelsforschung GmbH  
ECC Handel c/o  
Dürener Str. 401 b  
50858 Köln

Für Rückfragen wenden Sie sich bitte an:  
Dipl.-Kffr. Lena v. Deschwanden  
Telefon: (0221) 943607-70  
Fax: (0221) 943607-59  
E-Mail: v.deschwanden@ecc-handel.de

Bitte schicken Sie den Fragebogen baldmöglichst, spätestens aber bis zum **10. September 2010**, an uns zurück. Sollten Sie über mehrere Niederlassungen verfügen, so beantworten Sie bitte alle Fragen aus Sicht der Zentrale.

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

**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 zu Frage 14)
- weiß nicht

**2. Hat Ihr Unternehmen eine eigene Website?**

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

**3. Wie oft wird in Ihrem Unternehmen das Internet für die folgenden Geschäftstätigkeiten genutzt?**

(Kreuzen Sie bitte zu jeder Aussage die Spalte an, die Ihrer Meinung am besten entspricht)	Nutzung				
	nie				sehr oft
	1	2	3	4	5
Informationsbeschaffung (z. B. Markt- und Wettbewerberbeobachtung, Branchenfachinformationen)					
Bankgeschäfte des Unternehmens (z. B. Online-Banking, Rechnungslegung)					
Nutzung von weiteren Online-Services (z. B. Bahn- oder Flugtickets, E-Learning)					
Schriftverkehr mit Geschäftspartnern, Kunden (z. B. per E-Mail)					
Weitergehende Beratung von Kunden/Kundenservice (z. B. Bearbeitung von Reklamationen)					
Standardisierter Datenaustausch (z. B. Steuerberater, Franchisegeber, Mitglieder oder Kooperationspartner)					

4. Welchen Anteil der **Güter für den eigenen Bedarf** (z. B. Büromaterial, Software, Möbel) haben Sie im vergangenen Jahr über das Internet beschafft? Wie wird sich dies im Jahr 2010 voraussichtlich entwickeln? Wie sieht dies bei **Gütern für den Weiterverkauf** aus?

(Angaben in % des jeweiligen Gesamtvolumens; Schätzung genügt)	2009	2010
Güter für den eigenen Bedarf	%	%
Güter für den Weiterverkauf	%	%

Wir beschaffen online keine Güter.

5. Welchen **Umsatzanteil** erzielten Sie im vergangenen Jahr mit **Firmenkunden** über das Internet? Wie wird sich dies im Jahr 2010 voraussichtlich entwickeln? Wie sieht es bei dem Umsatz mit **Endkunden** aus?

(Angaben in % des jeweiligen Gesamtumsatzes; Schätzung genügt)	2009	2010
Umsatzanteile mit Unternehmen (B2B)	%	%
Umsatzanteile mit Endkunden (B2C)	%	%

Wir verkaufen online keine Produkte oder Dienstleistungen an Endkunden.

Wir verkaufen online keine Produkte oder Dienstleistungen an Firmenkunden.

6. 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
<b>Probleme innerhalb des Unternehmens</b>							
Produkte/Dienstleistungen für Online-Vertrieb ungeeignet							
fehlendes Know-how bezüglich Online-Marketing							
fehlendes Know-how bezüglich der erforderlichen Technik							
Angst vor Preistransparenz/Preisverfall							
Berührungängste 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							
<b>Probleme mit Lieferanten</b>							
Lieferanten verweigern sich generell dem Online-Vertrieb							
Lieferanten bestehen auf den Gebietsschutz der Händler							
Lieferanten fürchten Preistransparenz/Preisverfall							
<b>Probleme mit Kunden</b>							
Kunden haben keinen Internet-Zugang							
Kunden wollen keinen Online-Vertrieb							
Kunden erwarten Mehrwerte im Online-Vertrieb							
zu hohe Betrugswahrscheinlichkeit bei Online-Bestellungen							

7. Wie wichtig sind Ihnen die folgenden 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 pro Zeile je ein Kreuz zur Bedeutung und ein Kreuz zur Zielerreichung)	← Bedeutung →							← Zielerreichung →					
	keine						sehr große	keine				komplett	
	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	
Erhöhung der Auswahl beim Einkauf													
Kostenreduktion beim Einkauf													
Zeitoptimierung / Flexibilität bei den internen Arbeitsabläufen													
Erhöhung der Kundenbindung													
Kundenakquisition													

sonstige Ziele, und zwar \_\_\_\_\_

8. Nutzen Sie in Ihrem Unternehmen Social Media-Anwendungen?

- ja, und zwar....  nein (weiter zu Frage 9)
- soziale Netzwerke (z. B. Facebook, Xing) seit: \_\_\_\_\_ (bitte Jahr angeben)
- Firmenblogs (Internettagebücher von Unternehmen) seit: \_\_\_\_\_
- Video-/Fotoportale (z. B. Flickr, Youtube) seit: \_\_\_\_\_
- Microblogs (z. B. Twitter) seit: \_\_\_\_\_
- Podcasts (abonmierbare Audio-/Videodateien) seit: \_\_\_\_\_
- Wikis (interaktive Wissensdatenbanken) seit: \_\_\_\_\_
- Sonstige, und zwar: \_\_\_\_\_ seit: \_\_\_\_\_

9. Was hat Sie von der Nutzung von Social Media-Anwendungen abgehalten?

(Mehrfachauswahl möglich)

(Bitte nur ausfüllen, wenn Sie bei Frage 8 „nein“ angegeben haben! Nach Beantwortung bitte weiter zu Frage 14)

- kein Interesse  keinen Nutzen für Unternehmen
- ROI ist nicht messbar  kein entsprechendes Personal/keine freien Kapazitäten
- Unkenntnis der Möglichkeiten  mögliche Gefahren, z. B. bezüglich Datenschutz
- sonstiges, und zwar: \_\_\_\_\_

10. Welche Ziele verfolgen Sie mit ihren Social Media-Aktivitäten? Inwieweit haben Sie diese Ziele bereits erreicht?

(Machen Sie bitte pro Zeile je ein Kreuz zur Bedeutung und ein Kreuz zur Zielerreichung)	← Bedeutung →					← Zielerreichung →						
	gering				sehr groß	keine				komplett		
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5		
Neukundengewinnung												
Imageverbesserung												
Produktoptimierung												
Umsatzsteigerung												
Interaktion mit Kunden												
Erhöhung der Kundenbindung												
Sonstige, und zwar: _____												

**11. Haben Sie für Ihr Unternehmen bereits eine konkrete **Social Media-Strategie** entwickelt?**

- ja
  nein, ist auch nicht geplant  
 nein, ist aber geplant
  weiß nicht

**12. Führen Sie ein **Monitoring** der Social Media-Aktivitäten durch?**

- ja, im eigenen Unternehmen
  nein  
 ja, durch einen Dienstleister
  weiß nicht

**13. Wie werden Ihre Social Media-Aktivitäten in den **nächsten 2 Jahren** voraussichtlich aussehen?**

(Kreuzen Sie bitte zu jeder Aussage die Spalte an, die Ihrer Meinung am besten entspricht)	Trifft gar nicht zu				Trifft vollständig zu	Weiß nicht
	1	2	3	4	5	
Wir werden das Budget für Social Media-Aktivitäten erhöhen.						
Wir werden mit dem gleichen Budget weiter Erfahrungen sammeln.						
Wir werden das Budget reduzieren.						
Wir werden alle Social Media-Aktivitäten einstellen.						
Wir werden Mitarbeiter entsprechend schulen.						
Wir werden uns professionelle Beratung/Unterstützung holen.						

**14. Angaben zur Statistik**

**a. Branche:** \_\_\_\_\_  
 (Bitte unbedingt ausfüllen, da notwendig für die Branchenauswertung)

- Einzelhandel
  Großhandel
  Handelsvermittlung

**b. Firmensitz:** \_ \_ \_  
 (erste drei Ziffern der PLZ)

**c. Beschäftigte:** \_ \_ \_ \_ \_  
 (umgerechnet auf Vollzeitbeschäftigte)

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

Firma: \_\_\_\_\_ Webadresse: \_\_\_\_\_

Ansprechpartner: \_\_\_\_\_ E-Mail: \_\_\_\_\_

- Wir sind an weiteren kostenfreien Informationen zum Thema E-Commerce interessiert.  
 Wir sind an einer Ergebniszusammenfassung der Umfrage interessiert.

**Vielen Dank für Ihre Unterstützung!**

Mit Unterstützung von:



(Dr. Kai Hudetz)  
 Geschäftsführer

