



MANAGEMENT & ORGANISATION

Goldene Aussichten für den E-Commerce-Bereich

GASTBEITRAG Laut Beratungsunternehmen Frost & Sullivan wird das E-Commerce-Volumen im B2B-Bereich in den kommenden vier Jahren auf 26 Billionen Euro anwachsen, mit einer durchschnittlichen jährlichen Wachstumsrate von 13 Prozent. Darin liegt laut Peter F. Schmid – trotz aller Herausforderungen etwa durch Fachkräftemangel, Bürokratie und Energiepreise – eine große Chance für den Mittelstand.



PETER F. SCHMID ist seit 2012 CEO und geschäftsführender Gesellschafter bei Visible. Davor war er unter anderem in führenden Positionen für Autoscout24, eBay und mobile.de tätig

Die Internationalisierung von Ein- und Verkauf verringert die Abhängigkeit vom heimischen Markt und steigert die Resilienz von kleinen und mittleren Unternehmen (KMU). Digitale B2B-Plattformen erleichtern jeder Firma die Transformation zu einem multinational handelnden Unternehmen. Solche „Micro-Multinationals“ erschließen sich mit wenig Aufwand neue Einkaufsquellen und Absatzmärkte und profitieren vom internationalen Wachstum.

MEHR HANDLUNGSOPTIONEN

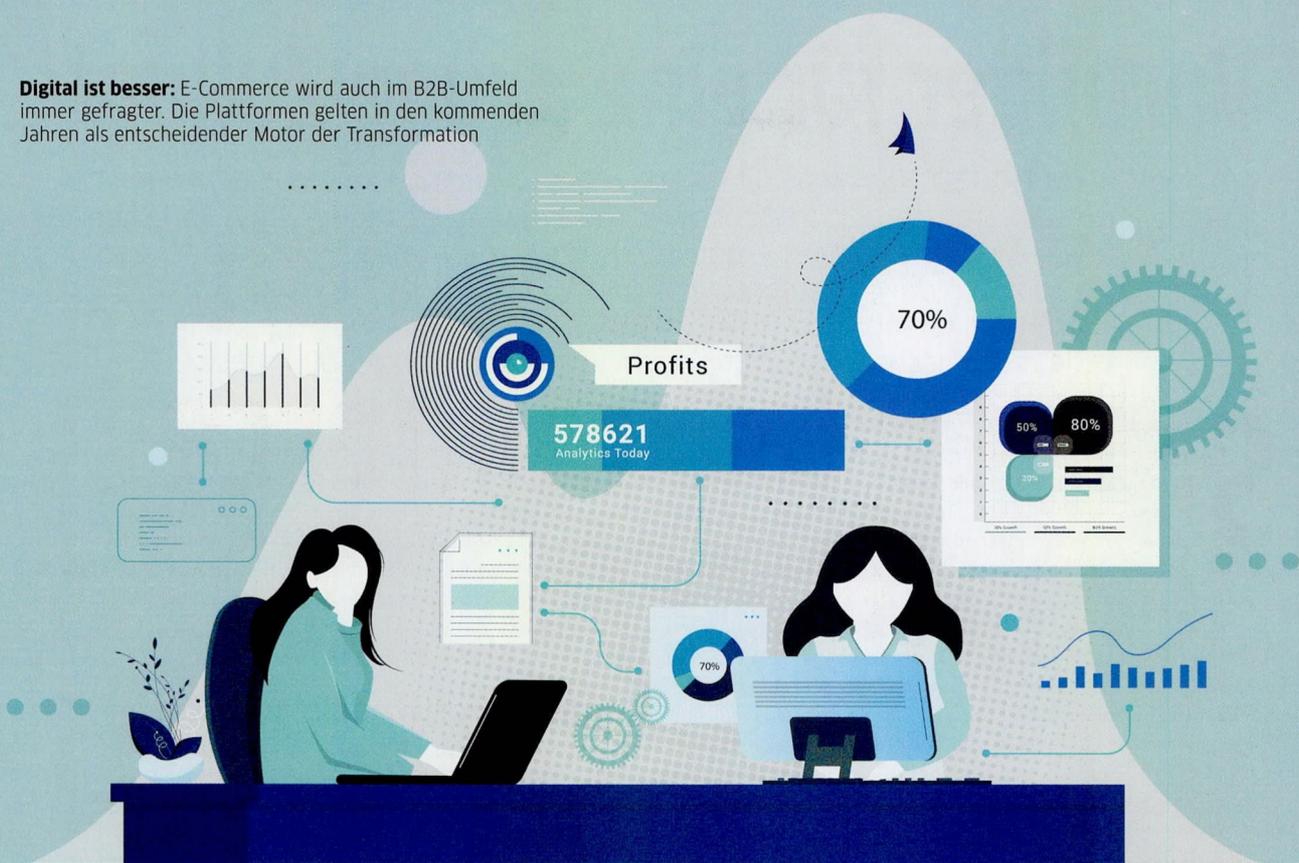
Die Digitalisierung eröffnet konkrete Chancen, von denen Unternehmer früher nur träumen konnten. Wenn die Lieferung der Güter aus einem Land wegen der unzuverlässigen Verkehrsinfrastruktur unkalkulierbar wird, dann findet sich vielleicht ein vertrauenswürdiger Lieferant, der seine Ware zum Beispiel per Lkw pünktlich aus Polen verschickt. Wenn wieder einmal ein Containerfrachter den Suezkanal

blockiert, kann möglicherweise ein flexibler Hersteller aus Frankreich die Lager kurzfristig füllen. Wenn im Heimatland die Nachfrage aufgrund von Inflation oder zu hoher Energiekosten in den Keller geht, dann lässt sich der Aufschwung in anderen Ländern für die Steigerung des Absatzes nutzen. Solche Handlungsoptionen kann sich heutzutage im Grunde jedes Unternehmen mit wenig Aufwand durch das Internet und durch internationale Marktplätze erschließen.

B2B-PLATTFORMEN SIND MOTOR DER TRANSFORMATION

Oft wird angenommen, dass eine multinationale Entwicklung den großen Konzernen vorbehalten und dieser Schritt für KMU zu riskant sei. Hierzu sei gesagt: Ein kleiner Schritt aus der Komfortzone kann sich bereits lohnen. Die Präsenz auf B2B-Plattformen bringt drei entscheidende Vorteile mit sich: Reichweite, Effizienz und Resilienz. Durch den sofortigen Zugriff auf globale Netzwerke vergrößert sich der Kreis

Digital ist besser: E-Commerce wird auch im B2B-Umfeld immer gefragter. Die Plattformen gelten in den kommenden Jahren als entscheidender Motor der Transformation



potenzieller Neukunden unmittelbar, die Vernetzung mit den zuverlässigsten Lieferanten weltweit garantiert eine kontinuierliche Lieferkettenoptimierung. Eine stärkere Kontrolle über die gesamte Lieferkette ist jedem Unternehmen anzuraten – gerade in Zeiten von sich überlagernden Krisenszenarien und auch unabhängig von etwaigen Anforderungen eines Lieferkettengesetzes. Sprachliche und kulturelle Barrieren sind durch integrierte Kommunikationstools auf den Handelsplattformen im Handumdrehen übersprungen, manchmal regelt hier schon die Künstliche Intelligenz (KI) die automatisierte Übersetzung. Potenzielle Lieferanten können anhand von hinterlegten Zertifikaten geprüft werden, automatisierte Produkt- und Preisvergleiche sowie Bewertungstools beschleunigen die Entscheidungsfindung. Für den jeweils anvisierten Zielmarkt werden sogar gesetzliche Richtlinien bereitgestellt. Nutzer von B2B-Plattformen wissen, wie viel Zeit sie damit sparen.

Diese Faktoren fördern das nachhaltige Wachstum von Unternehmen immens. Die Abhängigkeit von

heimischen Märkten sinkt und damit auch das unternehmerische Risiko. Diese Absicherung ist genau das, was KMU gerade benötigen. Unternehmen, die Ein- und Verkauf international aufgestellt haben, sind deutlich weniger anfällig für wirtschaftliche und politische Instabilitäten. Sie kommen nicht nur sicher und widerstandsfähig durch Krisen, sondern meist sogar gestärkt aus ihnen heraus.

DER RICHTIGE ZEITPUNKT IST JETZT

Laut einer Studie der Digitalberatung Merkle wird auf digitalen B2B-Marktplätzen bis zum Jahr 2030 ein Umsatz von 11,3 Billionen Euro erwartet. Das entspricht 50 Prozent des gesamten B2B-Umsatzes – der richtige Zeitpunkt für die Transformation ist also jetzt. Unternehmen, die nicht transformieren, fahren mit angezogener Handbremse und erhöhtem Risiko, sowohl im Absatz als auch bei der eigenen Beschaffung. Alle Hilfsmittel für eine gelungene Transformation sind vorhanden. Die deutschen KMU müssen sie nur nutzen. ■