

»» E-Commerce im Mittelstand überschreitet 200 Mrd. EUR



Nr. 160, 20. April 2018

Autor: Dr. Michael Schwartz, Telefon 069 7431-8695, research@kfw.de

Die Intensivierung digitaler Geschäftsabläufe spiegelt sich zunehmend in den Umsätzen des Mittelstands wider, wie eine Sonderauswertung des KfW-Mittelstandpanels zeigt: Im Jahr 2016 wurden 201 Mrd. EUR über E-Commerce Erlöst. Dazu zählen bspw. digitale Marktplätze, Onlineshops, Beschaffungsplattformen und der automatisierte Datenaustausch zwischen Unternehmen.

E-Commerce wächst um ein Drittel

Der digitale Vertrieb von Produkten und Dienstleistungen hat damit binnen Jahresfrist um 49 Mrd. EUR bzw. 32 % zugenommen (2015: 153 Mrd. EUR). Die hohe Zuwachsrate geht darauf zurück, dass es sich für KMU um einen relativ neuen Vertriebskanal handelt, der aktuell noch nicht ausgeschöpft ist.

Gemessen an den Gesamtumsätzen des Mittelstands von rund 4.500 Mrd. EUR ist der Beitrag des E-Commerce mit 4,4 % noch immer gering, wenn auch leicht zunehmend. Der Großteil des Online-Umsatzes dürfte auf Transaktionen im Geschäftskundenbereich (B2B-Geschäft) entfallen (schätzungsweise mindestens 90 % bzw. 181 Mrd. EUR). Im direkten Endverbrauchergeschäft (B2C) ist E-Commerce mit geschätzten 20 Mrd. EUR in der Breite noch nicht angekommen.

200.000 KMU haben den Online-Vertrieb neu für sich entdeckt

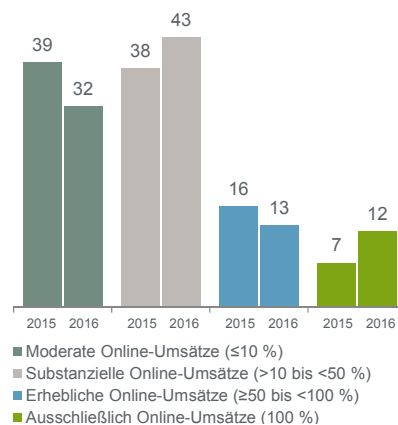
Rund 780.000 KMU haben Umsätze über E-Commerce erzielt. Das entspricht 21 % aller mittelständischen Unternehmen – im Jahr zuvor waren es noch 16 % (+5 Prozentpunkte bzw. +200.000 KMU). Vor allem Kleinunternehmen haben ihr Engagement merklich erhöht (+6 Prozentpunkte auf 21 %).

E-Commerce eignet sich nicht für jedes Unternehmen gleichermaßen. In erster Linie sind die Eigenschaften der Produkte bzw. Dienstleistungen ausschlaggebend

(bspw. Handelbarkeit, Standardisierungsgrad, Erklärungsbedarf, emotionale Aspekte). Ebenso relevant sind u. a. die Konkurrenzsituation, Kundenanforderungen, Traditionen oder regulatorische Rahmenbedingungen. Die Durchdringung einzelner Marktsegmente variiert daher erheblich.

Grafik 1: KMU-Typen im E-Commerce

Anteile in Prozent (Typen nach Online-Anteil am Gesamtumsatz); nur KMU mit Online-Umsätzen



Quelle: KfW-Mittelstandspanel 2016–2017.

Relevanz vollständig digitaler Vertriebswege nimmt zu

Unter den Unternehmen mit Online-Umsätzen wächst zuletzt vor allem die Gruppe KMU, die ausschließlich über E-Commerce Umsätze erzielt (Grafik 1). Auch erzielen mehr Unternehmen substanzielle Umsätze über Online-Kanäle (Anteile jeweils +5 Prozentpunkte).

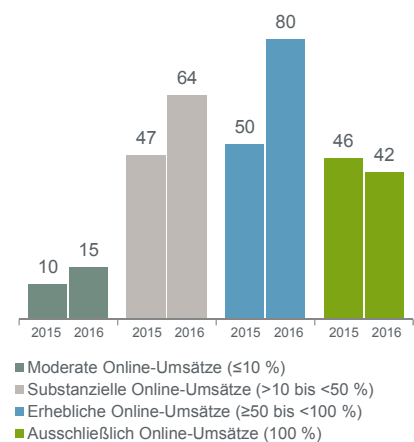
Insgesamt ist der Beitrag, den E-Commerce zum Gesamtumsatz eines Unternehmens beisteuert zuletzt um 3 Prozentpunkte auf 23 % gestiegen (2015: 20 %) – sofern ein Unternehmen Online-Umsätze generiert. In dieser Entwicklung liegt neben der höheren Anzahl „Online-Aktiver“ die Erklärung für das große Umsatzplus.

Mit einer weiteren Zunahme der Umsätze durch E-Commerce im Mittelstand ist zu rechnen. Die damit verbundenen

Chancen sind zu groß, als dass die KMU das Thema ausblenden könnten.

Grafik 2: Online-Umsatz nach Typen

Angaben in Mrd. EUR (Typen nach Online-Anteil am Gesamtumsatz); nur KMU mit Online-Umsätzen



Quelle: KfW-Mittelstandspanel 2016–2017.

Für einen Bedeutungszuwachs spricht ebenso, dass die nachrückende Unternehmensgeneration ihre Geschäftsmodelle stärker auf E-Commerce ausrichten. Bei jungen KMU (bis zehn Jahre) liegt der Umsatzbeitrag im Mittel bereits bei 43 % (+2 Prozentpunkte gegenüber 2015). ■

E-Commerce ist nach Definition des Statistischen Bundesamtes der Ein- und Verkauf von Waren und Dienstleistungen über elektronische Netze, vor allem über das Internet oder EDI (elektronische Datenaustausch zwischen Computersystemen verschiedener Unternehmen). Voraussetzung ist die Bestellung von Waren oder Dienstleistungen über diese elektronischen Netze. Zahlung und Lieferung können dabei auf herkömmlichen Wegen erfolgen. Ein Großteil des E-Commerce entfällt auf automatisierte Übertragung und Weiterverarbeitung von regelmäßigen und gut prognostizierbaren Bestellungen im Rahmen von Geschäftsprozessen zwischen Unternehmen.