



Industrie- und Handelskammer  
Limburg

**Astrid Stalzer**  
Geschäftsbereichsleiterin  
Starthilfe und Unternehmensförderung

Industrie- und Handelskammer Limburg | Postfach 12 63 | 65532 Limburg, Lahn

An die  
Damen und Herren der Presse

Ihre Zeichen/Nachricht vom

Ihr/Ihre Ansprechpartner/in  
Astrid Stalzer  
E-Mail  
a.stalzer@limburg.ihk.de

Tel.  
06431 / 210-130  
Fax  
06431 / 210-205

22. September 2006  
st

# Pressemitteilung Nr.: 71 / 2006

## Studie zeigt Internetnutzung des Handels im Landkreis

In den Handelsunternehmen der Region ist die Verbreitung des Internets in den letzten Jahren rasant vorangeschritten. Aus diesem Grund unterstützte die IHK Limburg, ebenso wie zahlreiche weitere Industrie- und Handelskammern, die Dachverbände des deutschen Handels und das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie eine neue bundesweite Studie zu diesem Thema. Sie wurde vom E-Commerce-Center Handel (ECC Handel) erarbeitet. Es ist am Institut für Handelsforschung an der Universität zu Köln (IfH) angesiedelt und untersucht die Internetnutzung in deutschen Handelsunternehmen seit 1999 alle zwei Jahre. Die vorliegenden Auswertungen beruhen auf den Aussagen von knapp 2.500 Einzelhandels- und Großhandelsunternehmen sowie Handelsvermittlungen bundesweit. Aus dem Landkreis Limburg-Weilburg beteiligten sich knapp 50 Unternehmen, die Mehrzahl von ihnen Großhändler.

Bundesweit als auch regional festzustellen ist, dass weit über 90 Prozent der Befragten über einen **Internetzugang** verfügen. Der Blick auf die technischen Voraussetzungen zeigt, die Händler des Landkreises gehen zu 91 Prozent via DSL oder ISDN ins Netz; bundesweit sind es 80 Prozent. Im Vergleich dazu nutzen jedoch nur 2 Prozent hiesiger Händler Standleitungen, die bundesweit von 13 Prozent verwendet werden.

77 Prozent der heimischen Unternehmen betreiben eine **eigene Website**. Sie weichen damit nur gering vom deutschen Durchschnitt (80 Prozent) ab. Zusätzlich zu den erwähnten 77 Prozent planen 16 Prozent noch in diesem oder nächsten Jahr die Freischaltung eines eigenen Web-Auftritts.

Zur **Beschaffung** spielt das Internet für viele hiesige Unternehmen eine untergeordnete Rolle:

- Für den **eigenen Bedarf** beziehen zwar rund 40 Prozent der regionalen Händler über ein Viertel ihrer Gesamtbeschaffung via Internet; im Gegensatz dazu beziehen aber etwa 35 Prozent keinerlei Ware für die eigene Verwendung auf diesem Wege.
- Waren für den **Wiederverkauf** werden noch seltener über das World Wide Web bezogen. Rund die Hälfte beschafft so überhaupt keine Ware, nur etwa ein Viertel kauft mehr als 25 % via Internet ein.

Für hiesige Händler mit Online-Vertrieb spielt das Internet im **Absatz** eine wichtige Rolle:

- Im Bereich **B2B** (Buisness-To-Buisness) generieren 40 Prozent heimischer Händler über ein Viertel ihres Gesamtumsatzes. Jeweils 20 Prozent der Händler erwirtschaften so Umsätze in den Kategorien bis 1 Prozent; über 1 bis unter 5 Prozent; über 5 bis unter 25 Prozent.
- Im Bereich **B2C** (Business-To-Consumer) entsteht bei jeweils mehr als einem Drittel der Unternehmen ein Umsatzanteil von über 1 bis unter 5 Prozent bzw. von über 5 bis unter 25 Prozent via Internet. Unerwartet ist: erzielten 2005 noch 36 Prozent der Händler über 25 Prozent ihres Umsatzes via Internet, sind es 2006 nur noch 18 Prozent!

Nicht selten sind Produkte oder Dienstleistungen für den Online-Vergleich ungeeignet. Diese Fälle sind aus Sicht der regional, ebenso wie aus Sicht der bundesweit Befragten das **Hauptproblem** hinsichtlich der Internetnutzung. Weitere Schwierigkeiten sehen die Händler der Region zum Beispiel in der hohen Betrugswahrscheinlichkeit bei Online-Bestellung und im Zweifel an der Sicherheit (z. B. bei Datenübermittlung).

Die Handelsbetriebe im Landkreis bezwecken mit ihrer Internetnutzung vor allem zeitliche Optimierung/Flexibilität. Weiterhin sind ihre **Ziele** Kostenreduktionen bzw. Erhöhung der Auswahl beim Einkauf. Auch bedeutungsvoll, jedoch in der Wertigkeit hinter den eben genannten Zielen platziert, sind die Verbesserung des Kundenservices und die Erschließung neuer Kundengruppen bei Internetnutzung.