



Warum B2B-Shop-Projekte so grandios scheitern

Wertvolle Einblicke in die Gründe für das Scheitern von B2B-Shop-Einführungen bei mittelständischen Industrie- und Handelsunternehmen

Impressum

Whitepaper „Warum B2B-Shop-Projekte so grandios scheitern“

Konzept / Inhalt

ECOPLAN E-Commerce GmbH
Justus-Liebig-Straße 6
D-36093 Fulda-Künzell

Telefon: +49 661 9650-0
E-Mail: sales@ecoplan.com
Internet: www.ecoplan.com

Vertretungsberechtigte Geschäftsführer:

Dipl. Informatiker Marc Ring
Dipl. Betriebswirt Martin Rommel
Registergericht: Amtsgericht Fulda
Registernummer: HRB 6004

Gender-Hinweis

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird bei Personenbezeichnungen und personenbezogenen Hauptwörtern in diesem Whitepaper die männliche Form verwendet. Entsprechende Begriffe gelten im Sinne der Gleichbehandlung grundsätzlich für alle Geschlechter. Die verkürzte Sprachform beinhaltet also keine Wertung, sondern hat lediglich redaktionelle Gründe.

Inhalt

01	Befragung: Wie und woran scheiterte die Einführung Ihres B2B-Shops?	1
01.1	Zusammensetzung der Befragten	1
01.2	Projektverlauf und Projektabbruch	2
02	Die Top 5 Gründe für das Scheitern	2
03	Tipps für die sichere B2B-Shopeinführung	4
03.1	B2C-Shopsysteme - eine schwache Basis	5
03.2	Shopsysteme mit B2B-Funktionen	5
03.3	„Echte“ B2B-Shopsysteme	5

Dieses Whitepaper bietet wertvolle Einblicke in die Gründe für das Scheitern von B2B-Shop-Einführungen bei mittelständischen Industrie- und Handelsunternehmen in Deutschland, Österreich und der Schweiz.

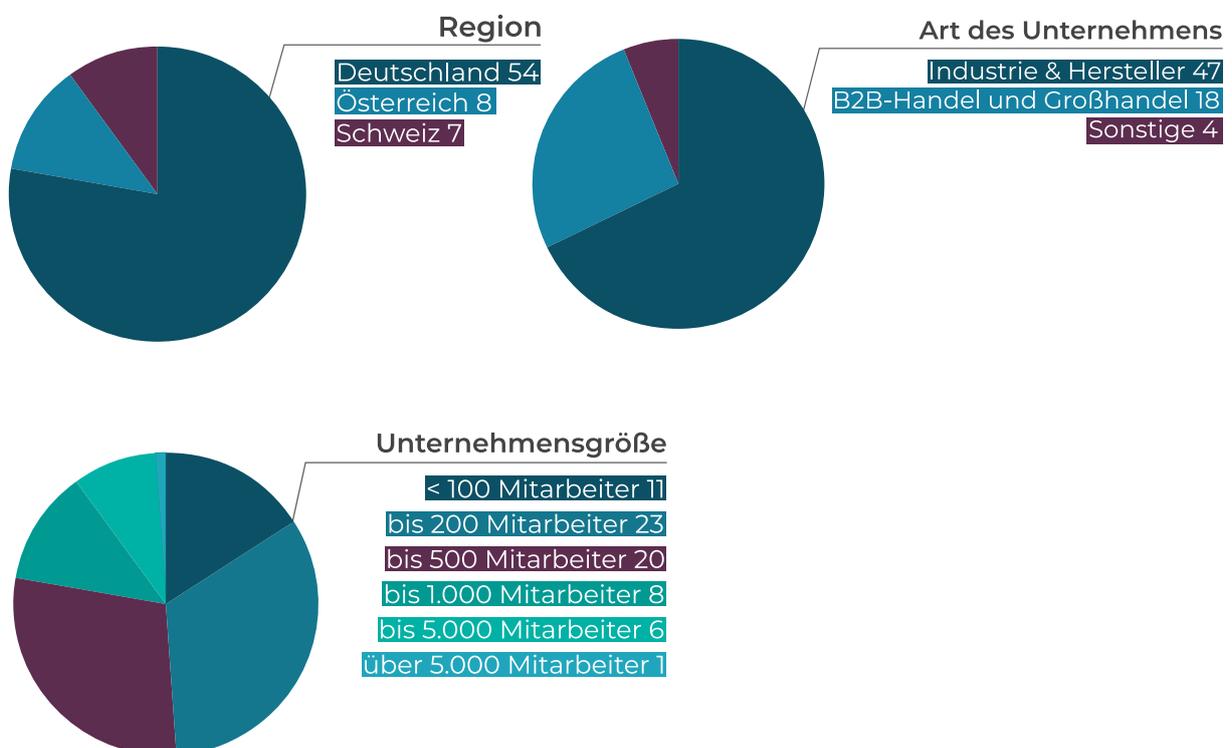
Die Ergebnisse einer 2-jährigen Befragung ermöglichen ein besseres Verständnis der Herausforderungen und bieten wertvolle Erkenntnisse für Ihr B2B-Shop-Projekt.

01 Befragung: Wie und woran scheiterte die Einführung Ihres B2B-Shops?

01.1 Zusammensetzung der Befragten

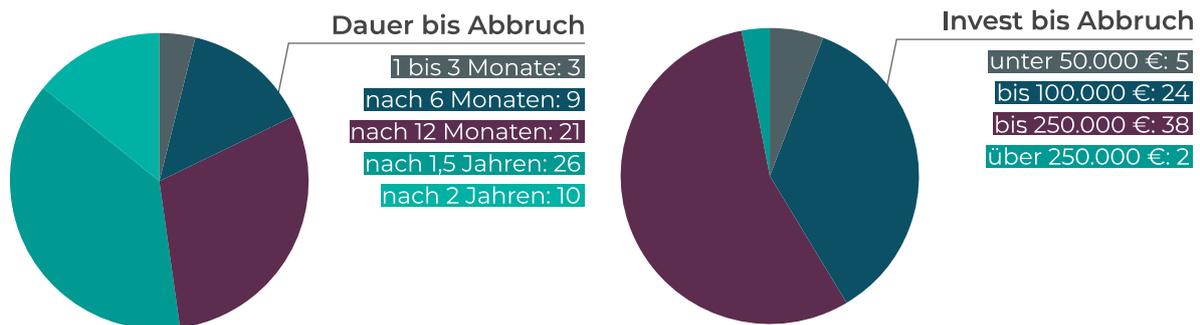
Die Befragten setzen sich hauptsächlich aus Industrieunternehmen und Herstellern (68%) sowie B2B-Handel und -Großhandel (26%) zusammen. Die Größenverteilung der Unternehmen zeigt eine breite Palette von kleinen bis hin zu großen Organisationen.

- ▶ Anzahl der befragten Unternehmen: 69
- ▶ Zeitraum der Befragung: 01.11.21 bis 01.11.23

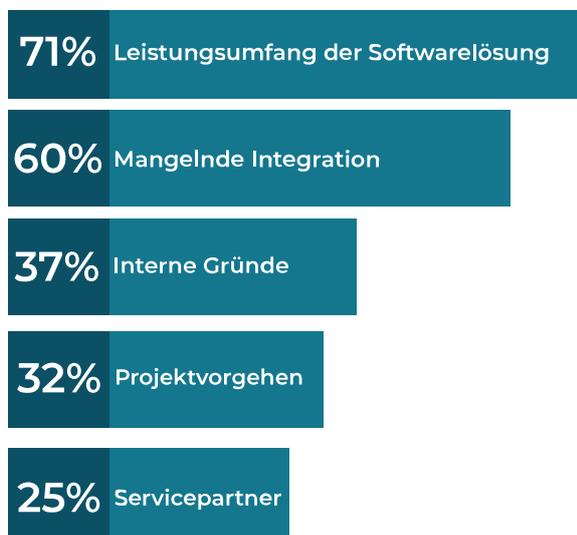


01.2 Projektverlauf und Projektabbruch

Interessanterweise endete die Mehrheit der Projekte (72 %) innerhalb der ersten 1,5 Jahre nach Projektbeginn, trotz bereits erheblich getätigter Investitionen. Dies unterstreicht die Tragweite des Scheiterns und dessen finanzielle Auswirkungen auf die Unternehmen.



02 Die Top 5 Gründe für das Scheitern



Leistungsumfang der Softwarelösung (71 %)

Ein Großteil der Befragten (71 %) gab an, dass der Leistungsumfang der gewählten Shopsoftware nicht den spezifischen Anforderungen für B2B entsprach. Hierbei wurden Probleme wie zu wenige B2B-spezifische Funktionen, die Verwendung von B2C-orientierter Software und hohe Anpassungskosten als Hauptgründe genannt.

- ▶ Zu wenige B2B-Funktionen der ausgewählten Software
- ▶ Verwendung einer B2C-Shopsoftware / System war kein spezialisiertes B2B-Shopsystem
- ▶ Zu viele Erweiterungen und Customizings notwendig
- ▶ Zu viele Zusatzkosten
- ▶ Ungenügende Anpassungsfähigkeit der Softwarelösung
- ▶ Mangelnde Rolloutfähigkeit (Internationalisierung, Märkte, Marken usw.)

Mangelnde Integration (60 %)

Die fehlende Integration mit anderen entscheidenden Systemen wie ERP-/ Warenwirtschaftssystemen, PIM- und CRM-Systemen sowie Middleware führte bei 60 % der Befragten zum Scheitern.

- ▶ mit ERP- / Warenwirtschaftssystem
- ▶ mit PIM-System
- ▶ mit CRM-System
- ▶ mit Middleware

Interne Gründe (37 %)

Interne Herausforderungen, darunter unzureichende Vorbereitung, mangelnde Auswahlkompetenz, komplexe Prozesse, begrenzte interne Ressourcen und unvorhergesehene Ereignisse, wurden von 37 % der Befragten als entscheidende Faktoren für das Scheitern identifiziert.

- ▶ Nicht ausreichende Vorbereitung des Projektes
- ▶ Sorgfalt bei der Auswahl des Systems / Servicepartners
- ▶ Mangelnde Datenqualität, z.B. Produktdaten
- ▶ Prozesse sind zu komplex und konnten nicht abgebildet werden
- ▶ Keine / nur ungenügende interne Projektkapazität / -kompetenz
- ▶ Mangelnde Personalkapazitäten / Fachkräftemangel
- ▶ Mangelndes Knowhow bei internen Mitarbeitern
- ▶ Projektanforderungen und -umfang wurde immer größer
- ▶ Begrenztes Budget
- ▶ Unvorhergesehene Ereignisse

Projektvorgehen (32 %)

Die Art und Weise, wie Projekte angegangen wurden, spielte ebenfalls eine Rolle. Zu viel oder zu wenig Agilität, unklare Anforderungen, starre Festpreise und mangelnde Kundenorientierung beeinträchtigten den Projekterfolg bei 32 % der Unternehmen.

- ▶ Zu agil / zu wenig agil
- ▶ Zu viele Anforderungen zum Start des Projektes
- ▶ Bestehen auf einen Festpreis
- ▶ Anforderungen änderten sich zu rasch
- ▶ Projekt wurde nicht „vom Kunden her“ gedacht
- ▶ Mangelnde Qualitätssicherung

Servicepartner (25 %)

In einem Viertel der Fälle lag das Scheitern an den Servicepartnern, sei es durch Überforderung, unzureichende interne Ressourcen oder Fachkräftemangel.

- ▶ Überforderter Realisierungspartner
- ▶ Fehlendes B2B-Knowhow
- ▶ Keine / nur ungenügende interne Projektkapazität / -kompetenz
- ▶ Mangelnde Personalkapazitäten / Fachkräftemangel

03 Tipps für die sichere B2B-Shopeinführung

Wie kann es sein, dass so viele Unternehmen bei der Auswahl des Shopsystems so daneben liegen? Die Antwort darauf ist recht einfach.



03.1 B2C-Shopsysteme - eine schwache Basis

Die meisten verfügbaren Shopsysteme auf dem Markt wurden für den Consumer E-Commerce (B2C) entwickelt. Obwohl die meisten dieser Systeme äußerst leistungsstark sind, bieten sie kaum Funktionen, um komplexe B2B-Prozesse abzubilden. Dieser Umstand ist den wenigsten Entscheidern bei der System- / Dienstleistungsauswahl bewusst.

Die Folge: Die Systeme müssen durch Servicedienstleister entsprechend angepasst, erweitert und mühsam in die Unternehmens-IT integriert werden. So entstehen lange Projektlaufzeiten, explodierende Budgets, nervige Projekte und am Ende besteht die Gefahr eines potenziellen Scheiterns.

03.2 Shopsysteme mit B2B-Funktionen

Shopsysteme mit enthaltenen B2B-Funktionen erleichtern natürlich die Realisierung von B2B-Shops. Viele der Anbieter kommen aus dem nordamerikanischen Raum.

Leider decken diese oft nur die recht rudimentären B2B-Anforderungen des amerikanischen Marktes ab. Europäische Unternehmen insbesondere aus Deutschland, Österreich und der Schweiz haben oft eine höhere Erwartungshaltung. Das liegt vor allem an den komplexeren Geschäfts- und Vertriebsprozessen hierzulande.

Diese Systeme bieten eine recht gute Basis für B2B E-Commerce, aber auch hier sollte Zeit und Budget für Anpassungen und Erweiterung eingeplant werden.

03.3 „Echte“ B2B-Shopsysteme

Echte B2B-Shopsysteme dagegen sind rar. Doch es lohnt sich danach zu suchen. Diese spezialisierten Systeme haben alle benötigten B2B-Funktionen an Bord, lassen sich perfekt mit ERP- und Warenwirtschaft verbinden, und sind sehr skalierbar.

Ein weiterer Vorteil ist das oft sehr ausgeprägte B2B-Knowhow und die langjährige Erfahrung der Service-Dienstleister. Diese berücksichtigen die internen Herausforderungen, geben Hilfestellung und führen professionell durch die Einführung des B2B-Shops.

Mit avanta kann B2B E-Commerce **so easy** sein



B2B-Spezialisierung: Von Grund auf für B2B-Anforderungen entwickelt.

Hoher Standardfunktionsumfang: 98 % aller benötigten B2B-Funktionen sind standardmäßig integriert.

Nahtlose ERP-Integration: Middleware-basierte Anbindung ohne aufwendige Schnittstellen.

Umfassende Lösung: Vereint Onlineshop, alle weiteren Bestellwege und Kundenserviceportal.

Kostengünstig: Niedrige Einführungs-kosten und faire Nutzungsentgelte ohne Umsatzbeteiligung.

Schnell: Startklar in wenigen Wochen dank einfacher Konfiguration.

Skalierbar: Beliebige Sprachen, Länder und Websites in einer Lösung.

Sicher: Bewährte Open-Source-Technologie, robust und zukunftssicher.

Erfolgreiche Unternehmen setzen auf avanta



B2B E-Commerce mit avanta kann sooo easy sein

avanta makes the complex simple

Mit avanta wird aus Komplexität Einfachheit: avanta verwandelt anspruchsvolle Vertriebsprozesse in nutzerfreundliche B2B-Shops und Kundenserviceportale. avanta nutzt dabei vorhandene Daten & Prozesse aus ERP und Warenwirtschaft.

Hier klicken

Sie planen einen B2B-Webshop?

LIMESODA zählt zu den **führenden E-Commerce Agenturen** im DACH-Raum. 50+ Spezialisten betreuen Sie von der Konzeption, über das UX-Design und die technische Umsetzung bis zum Online-Marketing aus einer Hand.

Mehr erfahren



Dr. Philipp Pfaller

**Gerne beantworte ich
Ihre Fragen in einem
unverbindlichen Gespräch!**

**Geschäftsführer LIMESODA
und Dozent E-Commerce**

Telefon: **+43 5 1740-0**

E-Mail: **office@limesoda.com**



Autor: Martin Rommel

Gerne können Sie bei Fragen den Autor anrufen:

+49 661 9650-13

© Copyright 2025

Alle Inhalte, insbesondere Texte, Fotografien und Grafiken sind urheberrechtlich geschützt.

Alle Rechte, einschließlich der Vervielfältigung, Veröffentlichung, Bearbeitung und Übersetzung, bleiben vorbehalten, ECOPLAN E-Commerce GmbH, Justus-Liebig-Straße 6, 36093 Künzell.

Bildrechte:

© sidorovstock/stock.adobe.com

© ISTunningART/stock.adobe.com



avanta ist ein Produkt von

ECOPLAN E-Commerce GmbH

Justus-Liebig-Straße 6

D-36093 Fulda-Künzell

Tel. +49 661 96 50-90

Mail. sales@ecoplan.com

Web. www.ecoplan.com

Ihr Implementierungspartner

