

## PRESSEMITTEILUNG

### **Internet zentrales Recherche-Medium für die Einkaufsentscheider der deutschen Wirtschaft**

#### **„Wer liefert was?“ und GfK untersuchen B-to-B Einkaufsmarkt**

- **Über zwei Millionen Unternehmen suchen kontinuierlich neue Anbieter und beschäftigen 3,4 Millionen Einkaufsentscheider.**
- **76 Prozent der Einkaufsentscheider suchen vorwiegend im Internet**
- **Suchmaschinen wichtigstes Recherche-Tool bei der Anbieter-Suche**

**Hamburg, 28. Januar 2005 – Die Einkaufsentscheider der deutschen Wirtschaft setzen bei der Suche nach neuen Anbietern immer häufiger auf das Internet. Das ist ein Ergebnis der von „Wer liefert was?“ in Auftrag gegebenen Studienreihe zum Business-to-Business Einkaufsmarkt in Deutschland. Auf der Basis von 2,34 Millionen Betrieben mit sozialversicherungspflichtigen Beschäftigten hat die GfK (Growth from Knowledge) bei 4.800 repräsentativen Unternehmen Strukturen, Prozesse und Marktvolumina des B-to-B-Einkaufsmarktes in Deutschland analysiert. Danach nutzen insgesamt 76 Prozent der 3,4 Millionen Einkaufsentscheider überwiegend das Internet als Recherche-Medium – nahezu ein Drittel (29 Prozent) recherchiert ausschließlich online. Ausgangspunkt dieser Internet-Recherche sind bei 93 Prozent der Befragten Suchmaschinen. Damit sind allgemeine Suchmaschinen wie Google aber vor allem die spezialisierten Business-Suchmaschinen wie „Wer liefert was?“ das zentrale Recherche-Tool im B-to-B Einkaufsmarkt.**

Für den Einkauf der 2,34 Millionen Unternehmen sind laut GfK insgesamt 3,4 Millionen Entscheider verantwortlich. Drei Viertel der betrachteten Unternehmen verfügen dabei über einen professionellen Einkauf in Form eines zentralen Einkaufsleiters oder eines ganzen Einkaufsbereichs. In den übrigen 25 Prozent der Betriebe wird der Einkauf dagegen über andere Positionen abgewickelt – wie über die Geschäftsführung, das Sekretariat oder einzelne Bereichsleiter.

### **Kontinuierliche Suche nach neuen Anbietern**

Die B-to-B Einkaufsmarkt-Studie bescheinigt den Anbietern von Produkten und Dienstleistungen große Chancen, sich bei Unternehmen auf der Lieferanten-Liste zu positionieren.

- Jedes Unternehmen verfügt durchschnittlich über 50 verschiedene Anbieter.
- Bei einer Betriebsgröße von über 250 Mitarbeitern steigt dieser Wert auf über 84 verschiedene Anbieter.
- Knapp ein Drittel der Unternehmen (29 Prozent) sucht mehrmals im Monat einen neuen Anbieter.
- Bei 45 Prozent der Unternehmen besteht mindestens einmal pro Monat Recherche-Bedarf.
- Im bundesweiten Unternehmensdurchschnitt werden jährlich 16 neue Anbieter je Betrieb gesucht.
- Unternehmen mit einer Betriebsgröße von mehr als 250 Mitarbeitern suchen durchschnittlich 35 neue Anbieter pro Jahr.

„Wir sehen bei den Unternehmen eine gleichmäßige Dreiteilung des gesamten Einkaufsbudgets“, so Andrew Pylyp, Geschäftsführer der Hamburger Wer liefert was? GmbH. „Ungefähr ein Drittel des Einkaufsvolumens wird über feste Rahmenverträge abgewickelt. Ein weiteres Drittel der Aufträge geht an die Haus- und Hoflieferanten. Der verbleibende Teil des Einkaufsbudgets ist frei verfügbar – und für dieses Volumen suchen die Unternehmen kontinuierlich neue Anbieter von Produkten und Dienstleistungen.“

### **Dominanz der Suchmaschinen**

Die Recherche nach neuen Anbietern findet zu über drei Viertel (76 Prozent) im Internet statt und dort zum überwiegenden Teil bei Suchmaschinen.

- 70 Prozent (2,4 Millionen) aller befragten Einkaufsentscheider nannten Suchmaschinen als bevorzugten Ausgangspunkt ihrer Recherche.
- Das entspricht 93 Prozent der Befragten, die nach eigenen Angaben bevorzugt das Internet nutzen.
- Lediglich 28 Prozent der Online-Nutzer starten ihre Recherche über die Gelben Seiten im Internet.
- Direkt auf der Homepage der Anbieter beginnen nur 22 Prozent.

„Aber Suchmaschine ist nicht gleich Suchmaschine, und Einkäufer suchen anders als Privatpersonen“, so Peter Schulze, der zweite Geschäftsführer der Wer liefert was? GmbH. „Mehr noch als für den Endverbraucher ist für den Einkaufsentscheider nicht die Menge der Suchergebnisse ausschlaggebend, sondern einzig deren Qualität. Den Anforderungen der professionellen Einkäufer nach präziser Suche, relevanten Ergebnissen und der Möglichkeit zur direkten Kontaktaufnahme mit dem potentiellen Anbieter werden die allgemeinen Suchmaschinen wie Google & Co. immer weniger gerecht.“

### **Differenzierung des Suchmaschinen-Marktes**

In dem Bereich der geschäftlichen Nutzung hat sich daher in den letzten Jahren ein gesonderter Markt von spezialisierten „Business-Suchmaschinen“ entwickelt und etabliert. Business-Suchmaschinen greifen meist auf vorselektierte und vorqualifizierte Quellen und Daten zurück und qualifizieren kontinuierlich ihren Suchbestand. Als Ergebnis führt die Suche nach einem Anbieter, einem Produkt oder einer Dienstleistung innerhalb einer Business-Suchmaschine schneller zum Ziel – und damit zum Geschäftsabschluss – als über eine allgemeine Suchmaschine.

Als Marktführer im Segment der Business-Suchmaschinen bietet „Wer liefert was?“ Einkaufsentscheidern die kostenlose Suche nach Anbietern von Produkten und Dienstleistungen und stellt damit eine entscheidende Hilfe für den effektiven Einkauf dar. Das Unternehmen Wer liefert was? konnte im Jahr 2003 ein geschätztes Handelsvolumen von über 15 Mrd. EURO über die Suchmaschine initiieren. „Mit diesem Handelsvolumen und

einer höheren Markenbekanntheit als Google, Yahoo oder die Gelben Seiten wenn es bei den Einkäufern um Anbieter für eine Produkt- und Firmensuche geht, sind wir unangefochten die Nr. 1 bei der B-to-B Einkaufsrecherche“, so Geschäftsführer Schulze. Bestätigt sieht er sich durch den kontinuierlichen Zuwachs an Zugriffen auf die Suchmaschine. So konnte www.wlw.de im Jahr 2004 über 150 Millionen IVW geprüfte Seitenaufrufe (Page Impressions) und über 15 Millionen Besuche (Visits) für sich verbuchen. Ein Erfolg, der sich auch in den Umsätzen des Unternehmens widerspiegelt: „Als Plattform für zielgerichtete Online-Werbung im B-to-B Segment haben wir im Geschäftsjahr 2003 einen Umsatz von über 50 Millionen EURO erzielt.“

**Über „Wer liefert was?“**

„Wer liefert was?“ ist eine Suchmaschine für Produkte und Dienstleistungen im Business-to-Business. Als Marktführer in diesem Segment bietet das Hamburger Unternehmen unter [www.wlw.de](http://www.wlw.de) Einkaufsentscheidern die kostenlose Suche nach Anbietern von Produkten und Dienstleistungen und stellt damit eine entscheidende Hilfe für den effektiven Einkauf dar. „Wer liefert was?“ beschäftigt ca. 200 Mitarbeiter in Deutschland, der Hauptsitz ist Hamburg. Europaweit ist „Wer liefert was?“ in fünf Ländern vertreten. Seit dem Jahr 2000 ist die Wer liefert was? GmbH ein Unternehmen der schwedischen Eniro Gruppe.

**Ansprechpartner für weitere Informationen:**

**FAKTOR 3 AG**

Heiko Lammers  
Kattunbleiche 35  
22041 Hamburg  
Tel: 040 679446-17  
Fax: 040 679446-11  
E-Mail: [wlw@faktor3.de](mailto:wlw@faktor3.de)

**Wer liefert was? GmbH**

Markus Mattscheck  
Normannenweg 16-20  
20537 Hamburg  
Tel: 040 25440-229  
Fax: 040 25440-109  
E-Mail: [markus.mattscheck@wlw.de](mailto:markus.mattscheck@wlw.de)