

Pressemitteilung

frei zur Veröffentlichung ab sofort

Regensburg, 08. März 2016

Aktuelle Studie: Etwa ein Drittel der Händler hat bei Gründung ein Bankdarlehen aufgenommen

Ein wesentlicher Faktor der erfolgreichen Gründung eines Unternehmens sowie seiner zukünftigen Entwicklung stellt die Finanzierung dar, die sich insbesondere bei E-Commerce-Projekten nicht immer einfach gestaltet. In der Regel sind hohe Investitionen vor allem in die IT-Infrastruktur und die Gestaltung des Online-Shops erforderlich. Operative Überschüsse sind jedoch vor allem in der Gründungsphase nicht vorhanden und die zukünftige Umsatzentwicklung ist relativ unsicher. Eine Innenfinanzierung über operative Überschüsse des eigenen Unternehmens ist oftmals nicht in benötigter Höhe möglich. Die Art und Fristigkeit der Finanzierung sollte daher speziell bei Unternehmensgründung und beim Aufbau eines Online-Shops gut überlegt werden. Mit einer Befragung hat ibi research an der Universität Regensburg nun ermittelt, wie sich Händler bei der Unternehmensgründung oder auch beim späteren Aufbau eines Online-Shops finanziert haben und welchen Problemen sie dabei gegenüberstanden.

Aus den Ergebnissen der Studie geht hervor, dass als Finanzierungsquelle bei Unternehmensgründung vor allem eigene Mittel des Gründers (92 Prozent), Bankdarlehen (34 Prozent) sowie finanzielle Mittel von Freunden (22 Prozent), Verwandten (12 Prozent) und sonstigen Personen (8 Prozent) genutzt werden. Dabei beträgt bei Unternehmen, die eigene Mittel des Gründers als Finanzierungsquelle verwenden, der Anteil der eigenen Mittel am gesamten Finanzierungsvolumen 77 Prozent, beim Bankdarlehen 28 Prozent, bei finanziellen Mitteln von Freunden und sonstigen Personen 31 Prozent sowie bei Verwandten 28 Prozent. Die Finanzierung des Online-Shop-Aufbaus nach der Unternehmensgründung wird hingegen bei 88 Prozent durch finanzielle Mittel aus dem Unternehmen durchgeführt.

Die Studie zeigt weiterhin, dass von Händlern als Informationsquelle bezüglich der Finanzierung vor allem die Hausbank (34 Prozent), Personen aus dem eigenen Bekanntenkreis (25 Prozent), Unternehmensberatungen (16 Prozent) oder das Internet (16 Prozent) genutzt wird. 32 Prozent haben keine Beratung zum Thema Finanzierung benötigt. Am meisten zufrieden waren die Händler mit der eigenen Recherche im Internet (85 Prozent), gefolgt von Informationen durch Unternehmensberatungen (79 Prozent), sonstige öffentliche Stellen (78 Prozent) sowie Personen aus dem Bekanntenkreis (77 Prozent).

In Zukunft werden die bestehenden Finanzierungsquellen durch neue Möglichkeiten wie Crowdfunding oder Online-Kreditmarktplätze erweitert werden. Händler sollten sich daher, bevor sie eine Finanzierung in Anspruch nehmen, über alle infrage kommenden Formen informieren bzw. diese vergleichen. Die Erfahrung der befragten Händler zeigt, dass der Aufbau eines Online-Shops meist um einiges länger und teurer ist, von ihnen veranschlagt wurde. Um nicht in Liquiditätsengpässe zu kommen, ist daher die Erstellung einer fundierten und langfristigen Finanzierungsplanung sowohl bei Unternehmensgründung als auch beim späteren Aufbau eines Online-Shops sinnvoll.

Die vollständige Studie „Internationaler E-Commerce“ steht kostenlos zum Download zur Verfügung unter: www.ecommerce-leitfaden.de/finanzierung

Die wichtigsten Ergebnisse der Studie auf einen Blick:

- 92 Prozent setzen eigene Mittel bei Unternehmensgründung ein.
- Bei 24 Prozent betrug der Kapitalbedarf bei Unternehmensgründung zwischen 25.001 und 50.000 Euro.
- Mit 34 Prozent wird am häufigsten die Hausbank als Informationsquelle für die Finanzierung genutzt.
- Am meisten zufrieden waren die Händler mit der eigenen Recherche im Internet.
- Bei 30 Prozent betrug der Kapitalbedarf für den Aufbau eines Online-Shops nach Unternehmensgründung zwischen 50.001 und 100.000 Euro.
- Um den Aufbau des Online-Shops zu ermöglichen, haben 88 Prozent der befragten Händler finanzielle Mittel aus dem Unternehmen eingesetzt.

Die wichtigsten Informationen zur Studie auf einen Blick:

Titel:	Finanzierung bei Unternehmensgründung und beim Aufbau eines Online-Shops
Methodik:	Online-gestützte Befragung von Händlern mit Online-Vertrieb
URL:	www.ecommerce-leitfaden.de/finanzierung

Über das Projekt „E-Commerce-Leitfaden“:

Um Antworten auf die wichtigsten Fragen rund um den elektronischen Handel zu geben, hat sich ein Konsortium bestehend aus namhaften Lösungsanbietern und dem Forschungs- und Beratungsinstitut ibi research an der Universität Regensburg zusammengeschlossen. 1&1, atriga, ConCardis, ElectronicSales, Hermes Logistik Gruppe Deutschland, RatePAY, SHI, SIX Payment Services, SoftENGINE, Speed4Trade und xt:Commerce bündeln in diesem Projekt ihr Know-how und ihre Erfahrungen, um zusammen mit ibi research die wichtigsten Informationen für Online-Händler und solche, die es werden wollen, in einfach verständlicher und prägnanter Form zusammenzustellen.

Weitere Informationen: www.ecommerce-leitfaden.de

Über ibi research:

Seit 1993 bildet die ibi research an der Universität Regensburg GmbH eine Brücke zwischen Universität und Praxis. Das Institut betreibt anwendungsorientierte Forschung und Beratung mit Schwerpunkt auf Innovationen rund um Finanzdienstleistungen und den Handel. ibi research arbeitet auf den Themenfeldern E-Business, IT-Governance, Internet-Vertrieb und Geschäftsprozessmanagement. Zugleich bietet ibi research umfassende Beratungsleistungen zur Umsetzung der Forschungs- und Projektergebnisse an und ist Initiator und Herausgeber des E-Commerce-Leitfadens (www.ecommerce-leitfaden.de).

Weitere Informationen: www.ibi.de

ibi research freut sich über den honorarfreien Abdruck dieser Pressemitteilung.

Bei Interesse an weiteren Informationen, Artikeln etc. wenden Sie sich bitte an:

ibi research an der Universität Regensburg
Mira Tauscher
Galgenbergstraße 25
93053 Regensburg

Telefon: 0941 943-1901
Telefax: 0941 943-1888
E-Mail: team@ecommerce-leitfaden.de