



INTERNE ENTSCHEIDUNGSVORLAGE

Der Business Case für modernes B2B-Bestellen

Für Teams in Großhandel, Distribution und Fertigung, die prüfen, wie ihre Kunden Bestellungen aufgeben.

Für Unternehmen mit 15–250 Mio. € Umsatz und hohem Bestellvolumen im Großhandel

Ausgabe 2026

Auf einer Seite

Falls Sie nur eine Seite lesen: Großhandelsbestellungen versickern im Warenkorb, am Telefon und in der Retourenannahme. Dies ist ein Vorschlag, das zu beenden — wobei sich die Plattform beweist, bevor sie etwas kostet.

Das Problem

Ihre Einkäufer stellen Bestellungen dort zusammen, wo sie auf Ihrer Seite niemand sieht. Warenkörbe sterben mit der Browser-Sitzung, einer baut, was sechs bis zehn entscheiden, und die übersehene Dopplung kommt als Retoure zurück.

Was sich ändert

Warenkörbe bleiben bestehen und synchronisieren live zwischen Webshop und nativen Apps. Der Außendienst sieht laufende Kundenwarenkörbe und kann handeln, bevor einer kalt wird. Das gesamte Einkaufsteam arbeitet an einer Bestellung. Der Warenkorb weist auf bereits gekaufte SKUs hin.

Warum das haltbar ist

Unbegrenzt viele SKUs und Plätze, nie nach Menge berechnet, nie ein Prozentsatz Ihres Umsatzes. Native iOS- und Android-Apps, keine Website in einer Hülle. Standard-Konnektoren für ERP und CRM inklusive.

Was ein Versuch kostet

Setup bei Jahresplänen erlassen. Abrechnung ab Go-live, nicht ab Unterschrift. Ein 30- bis 45-tägiger Pilot mit vereinbarten Kennzahlen vor jeder längeren Bindung.

Die eine Zahl zum Prüfen

Nehmen Sie Ihre monatlich abgebrochenen Warenkörbe, multiplizieren Sie mit dem durchschnittlichen Bestellwert und dem Anteil, den Ihr Außendienst retten könnte, wenn er sie sähe. Deckt das allein die Plattformgebühr nicht, hören Sie hier auf.

Warum das Thema jetzt auf der Agenda steht

Der B2B-Einkauf ist online, während der B2B-Handel insgesamt stagniert. Das Wachstum entsteht nicht durch mehr Kunden, sondern dadurch, dass dieselben Kunden einen größeren Teil digital bestellen — und ihre Lieferanten danach auswählen, wie einfach das ist.

509 Mrd. €

B2B-Internethandel in Deutschland 2024
(Onlineshops & Marktplätze) — plus 7 % trotz
Konjunkturflaute

1,5 Bio. €

gesamter deutscher B2B-E-Commerce inkl. EDI —
knapp ein Viertel aller B2B-Umsätze läuft bereits
online

94 %

der Smartphone-Zeit wird in Apps verbracht, nicht im
Browser

> 40 %

des Umsatzes führender B2B-Unternehmen werden
durch Mobile getrieben oder beeinflusst

Die praktische Folge: Das Bestellerlebnis ist kein Backoffice-System mehr. Es ist die Oberfläche, an der Ihre Kunden Sie messen — und der Punkt, an dem sie entscheiden, ob sie nachbestellen oder woanders anrufen.

Was die heutige Lösung meist kostet

Die meisten mittelständischen Großhändler betreiben eines von drei Dingen: ein in die Jahre gekommenes ERP-Portal, eine allgemeine E-Commerce-Plattform, die zum B2B-System umgebogen wurde, oder Auftragserfassung per Telefon und E-Mail. Jede Variante verursacht Kosten, die selten als Position auftauchen.

Katalog-Performance	Plattformen für den Endkundenhandel werden bei Großhandels-Katalogen langsam. Einkäufer brechen die Suche ab und rufen an — aus einer Self-Service-Bestellung wird eine personalbesetzte.
Lizenzierung pro Nutzer	Preise pro Nutzer führen dazu, dass Lager, Außendienst und Kundenmitarbeiter rationiert werden. Genau die Menschen, die das System am meisten nutzen würden, bleiben außen vor.
Umsatzabhängige Gebühren	An das Bestellvolumen gekoppelte Gebühren lassen Ihre Plattformkosten genau dann steigen, wenn Sie erfolgreich sind. Wachstum wird besteuert statt unterstützt.
Implementierungsdauer	B2B-Projekte im Mittelstand auf allgemeinen Plattformen laufen üblicherweise vier bis acht Monate oder länger bis zum Start — Integrationsarbeit wird durchgehend abgerechnet.
Manuelle Katalogpflege	Von Hand über PDFs, Tabellen und das ERP gepflegte Produktdaten binden laufend Personalzeit und sind trotzdem nie aktuell.

Was RocketX verändert

Unbegrenzt viele SKUs, Suche unter einer Sekunde

Ob der Katalog achthundert SKUs umfasst oder acht Millionen — filtern und bestellen in Millisekunden, und nie eine Gebühr pro SKU. Eine Performance, die andere Plattformen in dieser Größenordnung nicht erreichen.

Unbegrenzte Plätze und Nutzer

Jeder Mitarbeiter, Vertriebler und autorisierte Kunde erhält vollen Zugriff. Keine Gebühren pro Nutzer, keine pro SKU, keine Rationierung.

Kundenspezifische Preise

Jeder Einkäufer sieht automatisch seine verhandelten Preise, Mengenstaffeln und Vertragskonditionen.

Direkt aus PDFs bestellen

Unsere KI liest bestehende Broschüren und Kataloge, sodass Einkäufer direkt daraus bestellen — ohne erneute Dateneingabe.

Native iOS- und Android-Apps

Speziell für B2B-Bestellungen entwickelt, keine verpackte Website. Der vollständige Katalog in der Tasche des Einkäufers.

Zusammenarbeit am Warenkorb in Echtzeit

Mehrere Teammitglieder arbeiten gleichzeitig am selben Warenkorb — jede Aktion protokolliert: wer, was, wann.

Live-Bestände über alle Lager

Bestände und Verfügbarkeit in Echtzeit — Schluss mit Bestellungen auf nicht lieferbare Ware.

Tiefe ERP- und CRM-Integration

RocketX setzt sich vor Ihr ERP, statt es zu ersetzen. Produkte, kundenspezifische Preise und Live-Bestände fließen aus NetSuite, SAP, Microsoft Dynamics oder Epicor heraus; Warenkörbe, Bestellungen und Freigaben fließen zurück. Standard-Konnektoren sind in jedem Plan enthalten.

Zwei Gesellschaften, zwei Rechtsräume, je eine klare Antwort

Die Datenschutz- und Sicherheitsprüfung ist meist der langsamste Teil einer Evaluation, und der übliche Grund ist, dass ein US-Anbieter erklären soll, warum europäische Daten in Amerika gut aufgehoben sind. Wir haben das vermieden, indem wir es nicht tun.

FÜR KUNDEN IN DER EUROPÄISCHEN UNION

Sie schließen mit einem EU-Unternehmen ab

Vertragspartner

Eine eigene irische Gesellschaft, gegründet und tätig in der Europäischen Union, nach EU-Recht.

DSGVO

Gilt unmittelbar für die Zusammenarbeit. Sie sind Verantwortlicher für Ihre Kunden- und Bestelldaten; wir sind Auftragsverarbeiter und handeln auf Ihre dokumentierte Weisung.

Übermittlungsprüfung

Ihr Vertragspartner ist ein EU-Unternehmen, die Prüfung beginnt also nicht mit einer Frage nach Kapitel V. Genau dort verlieren Evaluationen von US-Anbietern üblicherweise einen Monat.

Unterauftragsverarbeiter

Vollständig offengelegt, mit Vorabmitteilung bei Änderungen und vertraglichem Widerspruchsrecht.

FÜR KUNDEN IN DEN VEREINIGTEN STAATEN

Sie schließen mit der RocketX LLC ab

Vertragspartner

Die RocketX LLC, die US-Gesellschaft. Dieselbe Plattform, dieselben Zusagen, geltendes Recht an Ihrem Sitz.

Datenschutz der Bundesstaaten

CCPA und CPRA sowie die nachfolgenden Landesgesetze werden über dieselben schriftlichen Verarbeitungsbedingungen abgedeckt, nicht über ein eigenes Regime je Bundesstaat.

Sicherheitsprüfung

Zertifizierungen, Prüfberichte und Angaben zum Hosting stellen wir auf Anfrage bereit; sie werden Vertragsbestandteil.

Portabilität

Dieselben Export- und Ausstiegsrechte wie für EU-Kunden. Nach Region wird nichts zurückgehalten oder abgestuft.

WIRD IN BEIDEN RECHTSRÄUMEN VERTRAGSBESTANDTEIL

- ✓ Auftragsverarbeitungsvertrag mit schriftlich fixierten Rollen
- ✓ Zertifizierungen, Prüfberichte und Hosting-Region
- ✓ Aufbewahrungs-, Lösch- und Backup-Richtlinie
- ✓ Aktuelle Liste der Unterauftragsverarbeiter, mit Änderungsmitteilung
- ✓ Zusagen zu Verfügbarkeit und Support, nach Stufe
- ✓ Export in offenen Formaten, jederzeit und beim Ausstieg

Geben Sie diese Seite an die Stelle, die Ihre Sicherheitsprüfung verantwortet. Kommt sie mit einem Fragebogen zurück, beantworten wir ihn lieber in Woche eins als in Woche neun — dann trifft er nämlich üblicherweise ein.

Warum die native App wirtschaftlich zählt

Eine responsive Website und eine native App sind nicht dasselbe Produkt. Bei wiederkehrenden Großhandelsbestellungen zeigt sich der Unterschied direkt in der Bestellfrequenz.

Nachbestellen ist Gewohnheit, keine Suche

Die meisten B2B-Bestellungen sind Wiederholungsbestellungen. Im Browser muss der Einkäufer jedes Mal das Lesezeichen finden, die Seite laden und sich anmelden. Eine App ist ein Fingertipp entfernt, bereits angemeldet — diese Reibung entfällt dauerhaft bei jeder Nachbestellung.

Ein fester Platz auf dem Telefon des Einkäufers

Ihr Icon liegt auf dem Homescreen. Wettbewerber müssen jedes Mal neu gesucht werden.

Push erreicht Einkäufer, die E-Mail nicht erreicht

Verfügbarkeitsmeldungen, Vertragsverlängerungen und Nachbestell-Erinnerungen kommen direkt an. Nutzer, die Push aktivieren, bleiben zwei- bis dreimal so lange aktiv.

Gearbeitet wird nicht am Schreibtisch

Einkäufer bestellen aus Lagergängen, von der Laderampe und vom Messestand. Nativer Kamerazugriff ermöglicht Barcode-Scan und Nachbestellung direkt vom Regaletikett.

Sie funktioniert auch ohne Empfang

Hallen mit Stahlwänden und ländliche Touren kosten Empfang. Katalog, Preise und Warenkorb bleiben lokal verfügbar und synchronisieren, sobald die Verbindung zurück ist.

Wo die Bestellung wirklich verloren geht

Die meisten Evaluationen vergleichen Kataloge und Checkout. Der Verlust entsteht an einer weniger sichtbaren Stelle: im Warenkorb, zwischen dem Moment, in dem ein Einkäufer beginnt, und dem Moment, in dem jemand absendet.

Eine halbfertige Bestellung ist unsichtbar

Rund 70 % der Online-Warenkörbe werden abgebrochen, und auf den meisten Plattformen kann niemand auf Ihrer Seite einen Warenkorb sehen, bevor daraus eine Bestellung wird. Ein stehengebliebener Warenkorb sieht aus wie gar kein Warenkorb — Sie erfahren von ihm erst, wenn er nie ankommt.

Warenkörbe sterben mit der Sitzung

Browser-Warenkörbe hängen an Gerät und Sitzung. Ein im Lager unterbrochener Einkäufer findet einen leeren Korb vor und baut ihn telefonisch neu auf — oder lässt es.

Einer baut, was sechs bis zehn entscheiden

Laut Gartner liegt eine komplexe B2B-Beschaffung in den Händen von sechs bis zehn Personen. Wenn nur eine davon den Warenkorb anfassen kann, wird die Bestellung per E-Mail zusammengetragen, abgetippt — und kommt unvollständig an.

Die übersehene Dopplung wird zur Retoure

Wenn Kollegen beim selben Kunden die Bestellungen der anderen nicht sehen, wird dieselbe SKU zweimal bestellt. Das ist die teuerste Transaktion, die Sie erzeugen können.

Was RocketX stattdessen tut

Warenkörbe werden serverseitig gespeichert und live zwischen Webshop und nativen Apps synchronisiert. Ihr Außendienst sieht laufende Kundenwarenkörbe samt allem, was stockt, und kann handeln, bevor die Sache kalt wird. Das gesamte Einkaufsteam arbeitet an einem Warenkorb, jede Änderung mit Name. Und der Warenkorb weist auf eine SKU hin, die das Konto kürzlich schon gekauft hat — vor dem Absenden.

So bemessen Sie das für Ihr Unternehmen

Kein Distributor verliert Wert in denselben Anteilen wie ein anderer. Die ehrliche Fassung dieser Seite ist deshalb ein Rechenblatt statt eines Versprechens. Setzen Sie Ihre eigenen Zahlen ein; die Arithmetik ist bewusst einfach.

Zurückgeholte Warenkörbe

Warenkörbe pro Monat $\times$ Abbruchquote $\times$ durchschnittlicher Bestellwert $\times$ Anteil, den Ihr Außendienst jetzt rettet, weil er sie endlich sieht.

Vermiedene Retouren

Retouren pro Monat $\times$ Anteil durch Dopplung oder falschen Artikel $\times$ Ihre vollbelasteten Kosten je Retoure. Rechnen Sie die Arbeitszeit mit: Eine einzige Retoure verschlingt den Aufwand von acht bis zehn normalen Bestellungen.

Freigesetzte Außendienststunden

Mitarbeiter $\times$ Wochenstunden für Auftragsannahme und -erfassung $\times$ vollbelastete Stundenkosten $\times$ 52. Jede Stunde weniger Erfassung ist eine Stunde mehr Vertrieb.

Bestellgröße

Durchschnittlicher Bestellwert $\times$ erwarteter Zuwachs dadurch, dass der vollständige Katalog in Sekunden durchsuchbar ist, Plätze unbegrenzt sind und von jedem Gerät nachbestellt werden kann.

Was das Warten kostet

Was die vier Hebel auch ergeben — es sind Jahreswerte. Ein Quartal Bedenkzeit kostet ein Viertel davon, und das Leck pausiert nicht, während Sie prüfen. Das ist das ehrliche Argument dafür, jetzt einen Piloten zu starten statt in sechs Monaten einen Beschaffungsprozess.

Diesen vier Posten stellen Sie Plattformgebühr und Implementierungsaufwand aus Ihrem Angebot gegenüber. Wenn schon die ersten beiden die Kosten nicht decken, brauchen Sie die anderen beiden nicht.

Es wird nichts abgeschaltet

Der übliche Einwand gegen eine Plattformscheidung lautet, dass sie den Austausch einer Plattform bedeutet. Diese hier nicht. RocketX wird neben dem eingeführt, was Sie heute betreiben — beides läuft weiter.

Ihr jetziger Webshop läuft weiter

RocketX geht daneben live, nicht darüber. Nichts wird stillgelegt, um Platz zu machen, und kein Katalog muss migriert werden, bevor jemand bestellen kann.

Ihre Einkäufer entscheiden, nicht Sie

Manche wechseln in der ersten Woche zur App. Manche bleiben bei dem Shop, den sie kennen. Beide erzeugen Bestellungen, die im selben ERP landen, im selben Format, zu denselben Konditionen — nachgelagert ändert sich also nichts.

Kein Umstellungswochenende

Es gibt kein Migrationsfenster und keinen Bestellstopp. Der Fehlerfall, der solche Projekte fürchten lässt — ein schlechter Sonntag und am Montag klingeln die Telefone — steht gar nicht zur Debatte, weil es nichts umzustellen gibt.

Nutzung wird zum Beweis

Weil beides gleichzeitig läuft, können Sie beobachten, was Ihre Einkäufer tatsächlich verwenden. Das ist ein besseres Argument für oder gegen uns als alles in diesem Dokument.

Das Altsystem später abschalten — oder nie

Nichts im Vertrag legt dafür ein Datum fest. Wenn es sich in drei Jahren noch rechnet, lassen Sie es laufen.

Das ist zugleich die günstigste Art, sich in uns zu irren. Funktioniert der Pilot nicht, schalten Sie nichts ab, haben keine Bestellung verloren, und der Rückfallweg ist das System, das Sie ohnehin genutzt haben.

Wie die Vertragskonditionen das Risiko senken

Die Vertragsstruktur ist so angelegt, dass sich die Plattform beweist, bevor sie etwas kostet. Hier werden bewusst keine Beträge genannt — die aktuellen Preise finden Sie auf der Website und in Ihrem Angebot.

Pauschalgebühr, niemals ein Umsatzprozentsatz

Die Plattformkosten steigen nicht, weil Ihr Bestellvolumen gestiegen ist. Wachstum wird nicht besteuert.

Unbegrenzte SKUs und Plätze inklusive

Nichts wird nach Menge berechnet. Keine Preise pro Nutzer oder pro SKU, die verhandelt oder rationiert werden müssten, wenn Katalog und Team wachsen.

Setup- und Integrationsgebühr bei Jahresplänen erlassen

Die Implementierungskosten, die solche Projekte sonst vorbelasten, entfallen.

Abrechnung ab Go-live, nicht ab Unterschrift

Sie zahlen nichts, bis die Plattform live ist und Wert liefert.

30–45-Tage-Pilot mit gemeinsamem ROI-Review

Ein definierter Bewertungszeitraum mit vereinbarten Kennzahlen, vor einer längeren Bindung.

Native Apps und Standard-Integrationen inklusive

Nicht als Zusatzmodule über einer Basislizenz verkauft.

Wie die Einführung abläuft

01 1. Stack-Audit

Wir erfassen bestehenden Katalog, Preisregeln, ERP und Bestellprozess und bestimmen, was migriert wird und was bleibt.

02 2. Integration

Die bidirektionale Synchronisation wird gegen Ihr ERP und CRM aufgebaut. Standard-Konnektoren decken die großen Systeme ab; alles darüber hinaus wird als definierter Entwicklungsblock angeboten.

03 3. Katalog-Übernahme

Bestehende PDFs, Broschüren und Produktdaten werden eingelesen. Keine manuelle Neuerfassung des Katalogs.

04 4. Pilot

Ein 30–45-tägiger Live-Pilot mit definierter Einkäufergruppe und vereinbarten Erfolgskriterien.

05 5. Go-live und Review

Vollständiger Rollout, mit gemeinsamem ROI-Review anhand der im Piloten vereinbarten Kennzahlen.

Wie lange, bis es tatsächlich jemand benutzt

Adobe Commerce	12–24 Wochen
BigCommerce Enterprise + B2B Edition	10–20 Wochen
Shopify Plus (mit Agentur und Apps)	8–16 Wochen
RocketX — Live-Pilot	4–6 Wochen

Die Wettbewerberwerte sind übliche Mittelstands-Benchmarks bis zum Go-live aus Plattform- und Agentur-Leitfäden 2026; der Umfang verschiebt sie in beide Richtungen, und die ERP-Arbeit ist die Stelle, an der sie am häufigsten überziehen. Der RocketX-Wert bezieht sich auf einen Live-Piloten mit definierter Einkäufergruppe, nicht auf den vollständigen Rollout. Bei den Alternativen beginnt die Abrechnung meist lange, bevor jemand bestellt. Bei uns beginnt sie mit dem Go-live.

Wofür wir nicht der Richtige sind

Jeder Anbieter sagt, er passe zu Ihnen. Hier die kurze Liste der Fälle, in denen wir es nicht tun — damit das jetzt herauskommt und nicht im zweiten Monat der Einführung.

Sie verkaufen überwiegend an Endkunden

RocketX ist für Großhandelsbestellungen gebaut: verhandelte Preise, Vertragskonditionen, Einkaufsteams, Nachbestellung. Kommt Ihr Umsatz überwiegend aus dem Endkundengeschäft, dient Ihnen eine allgemeine Commerce-Plattform besser und günstiger.

Ihr Katalog ist klein und Ihre Bestellungen sind einfach

Ein paar Dutzend SKUs und einzeilige Bestellungen brauchen das hier nicht. Sie zahlen für Fähigkeiten, die Sie nie anfassen.

Sie wollen ERP oder WMS ersetzen

Wir setzen uns vor Ihre führenden Systeme, nicht an deren Stelle. Geht es in Wahrheit um den ERP-Ersatz, ist dies das falsche Gespräch — und wir sagen das auch.

Sie haben kein ERP und planen keines

Ein großer Teil des Werts liegt in der bidirektionalen Synchronisation mit einem führenden System. Ohne ein solches kaufen Sie eine Bestelloberfläche mit manuellem Hinterbau.

Sie brauchen es in zwei Wochen ohne Audit

Wir beginnen aus gutem Grund mit einem Stack-Audit. Es zu überspringen erzeugt genau die Sechs-Monats-Projekte, die dieses Dokument kritisiert.

Fragen, die man jedem Anbieter stellen sollte

- ? Ändert sich die Plattformgebühr, wenn unser Bestellvolumen wächst?
- ? Kann unser Außendienst den Warenkorb eines Kunden sehen, bevor daraus eine Bestellung wird?
- ? Übersteht ein Warenkorb geschlossenen Browser, leeren Akku, Gerätewechsel?
- ? Können mehrere Personen beim selben Kunden gemeinsam eine Bestellung aufbauen?
- ? Warnt das System, wenn dieselbe SKU kürzlich bereits bestellt wurde?
- ? Werden Außendienst und Mitarbeiter unserer Kunden als Plätze berechnet?
- ? Wie schnell antwortet die Suche bei unserer echten Kataloggröße, nicht bei einem Demo-Katalog?
- ? Sind die Mobile-Apps nativ oder eine Website in einer App-Hülle?
- ? Funktioniert der Katalog, wenn ein Einkäufer keinen Empfang hat?
- ? Wann beginnt die Abrechnung — bei Unterschrift oder bei Go-live?
- ? Was passiert mit unseren Daten und Integrationen, wenn wir wechseln?

Nächster Schritt

Eine persönliche Demo an Ihrem eigenen Katalog, ein kurzes Stack-Audit und ein risikoarmer Pilot mit messbaren Ergebnissen innerhalb weniger Wochen.

app@rocketx.app

QUELLEN

ECC KÖLN B2B-Marktmonitor 2025 (mit FIS und Shopware) für die deutschen B2B-E-Commerce-Zahlen. Baymard Institute für die Warenkorb-Abbruchquote, gemittelt über 50 Studien (2006–2025); dieser Wert umfasst den gesamten E-Commerce und ist nicht nach B2B segmentiert. Gartner zur Größe des Buying-Centers bei komplexen B2B-Beschaffungen. Aufwand für Retouren nach Benchmarks der B2B E-commerce Association für die Distribution. McKinsey B2B Pulse, neunte Jahresbefragung von 3.942 B2B-Entscheidern in 13 Ländern. Sensor Tower, State of Mobile 2026, für den Anteil der Smartphone-Zeit außerhalb des Browsers; diese Angabe umfasst die gesamte Smartphone-Nutzung, nicht speziell B2B-Bestellungen. Boston Consulting Group mit Google, „Mobile Marketing and the New B2B Buyer“ (2017), für den Mobile-Anteil am B2B-Umsatz. Airship-Benchmarks zur Push-Aktivierung. Implementierungszeiträume entsprechen Marktbenchmarks 2026 für mittelständische B2B-Projekte und variieren je nach Umfang.