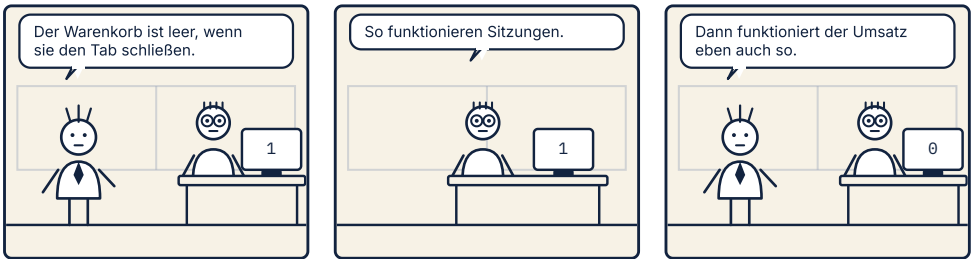
RocketX

INTERNE ENTSCHEIDUNGSVORLAGE

Der Business Case für modernes B2B-Bestellen

Für Großhandel, Distribution und Fertigung: für alle, die prüfen, wie ihre Kunden bestellen.



Für Großhandel und Distribution mit 15–250 Mio. € Umsatz

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. In einem Browser-Tab, den sie jedes Mal suchen. In den sie sich jedes Mal neu anmelden. Und die Arbeit selbst passiert woanders: am Telefon, im Lagergang, an der Laderampe. Warenkörbe sterben mit der Sitzung. Einer baut, was sechs bis zehn entscheiden. Und die übersehene Dopplung kommt als Retoure zurück.
Der Ein-Prozent-Test	Stellen Sie die Plattformgebühr aus Ihrem Angebot einem Prozent Ihres Jahresumsatzes gegenüber — oder der Marge auf ein Prozent, wenn Sie es konservativ rechnen wollen. Bleibt nur die Frage, ob Ihnen besseres Bestellen mehr wert ist als das. Wenn ja, ist der Rest dieses Dokuments Detail und keine Überzeugungsarbeit.
Was sich im Warenkorb ändert	Warenkörbe werden serverseitig gespeichert und synchronisieren live zwischen der RocketX-Web-App in jedem Browser und den nativen Apps. Ihr Außendienst sieht laufende Kundenwarenkörbe samt allem, was stockt, und kann handeln, bevor einer kalt wird. Das gesamte Einkaufsteam arbeitet an einer Bestellung, jede Änderung mit Namen. Und der Warenkorb weist auf eine SKU hin, die das Konto kürzlich schon gekauft hat — vor dem Absenden.
Was sich auf dem Handy des Einkäufers ändert	Ihr Katalog liegt auf dem Homescreen, einen Fingertipp von der Nachbestellung entfernt und bereits angemeldet — statt hinter Lesezeichen und Login. Push holt Einkäufer zurück, wenn Ware wieder da ist oder ein Vertrag ansteht: dort, wo der Filter die E-Mail schluckt. Der Barcode-Scan bestellt direkt vom Regaletikett nach. Der Katalog liegt lokal: Ein Gang ohne Empfang bleibt ein Gang, aus dem man bestellt. Ihre Printbroschüren, Produktvideos und weitere Rich-Media-Inhalte liegen in derselben App — das Showroom-Material ist beim Einkäufer, wenn das Gespräch läuft. Nativ für iOS und Android, keine Website in einer Hülle. So hört Nachbestellen auf, eine Besorgung zu sein, und wird zur Gewohnheit. Genau daher kommt wiederkehrender Umsatz.
Warum das haltbar ist	Unbegrenzt viele SKUs und Plätze. Nie nach Menge berechnet, nie ein Prozentsatz Ihres Umsatzes. RocketX setzt sich vor Ihre führenden Systeme, statt sie zu ersetzen. Und es läuft neben Ihrem bestehenden Webshop — Sie schalten nichts ab.
Was ein Versuch kostet	Integration bei Jahresplänen erlassen. Abrechnung ab Go-live, nicht ab Unterschrift. Ein 4- bis 6-wöchiger Pilot mit vereinbarten Kennzahlen: Verfehlt er sie, zahlen Sie nichts.

> **IN DEN BISHERIGEN PILOTEN BEOBACHTET**
> Einkäufer und Außendienst brauchen mindestens ein Drittel weniger Zeit pro Bestellung — und die Suche bleibt unter einer Sekunde, bei hundert Artikeln wie bei Millionen. Was in Ihrem Piloten zählt, entscheiden die vereinbarten Messgrößen — werden sie verfehlt, zahlen Sie nichts.

Warum das Thema jetzt auf der Agenda steht

Der B2B-Einkauf geht online, während der B2B-Handel insgesamt stagniert. Das Wachstum kommt nicht von mehr Kunden. Es kommt daher, 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

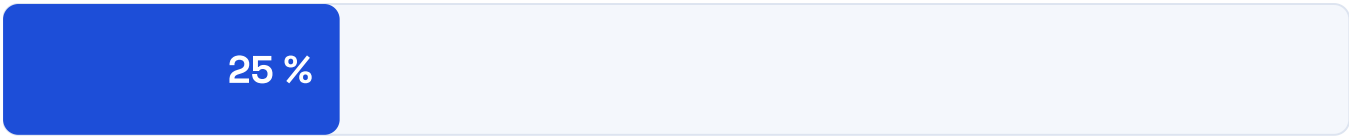
> 40 %

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.

Dieselben Kunden, anderes Bestellen

Anteil des deutschen B2B-Umsatzes, der bereits online läuft — inklusive EDI.



Der B2B-Internethandel wuchs 2024 um 7 % auf 509 Mrd. € — trotz Konjunkturflaute.

ECC KÖLN B2B-Marktmonitor 2025 (mit FIS und Shopware) für die deutschen Zahlen.

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 jemand zum B2B-System umgebogen hat. Oder Auftragserfassung per Telefon und E-Mail. Jede Variante kostet Geld, das selten als Position auftaucht.

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 drei bis sechs Monate 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.

Wo die Bestellung wirklich verloren geht

Die meisten Evaluationen vergleichen Kataloge und Checkout. Der Verlust entsteht woanders, weniger sichtbar: 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 brechen ab. Auf den meisten Plattformen sieht niemand auf Ihrer Seite einen Warenkorb, 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 der RocketX-Web-App in jedem Browser und den 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. Jede Position trägt den Namen dessen, der sie hinzugefügt hat, und dieser Name bleibt mit der Bestellung im ERP und in der Historie.



Baymard Institute, Mittel aus 50 Studien zu Kaufabbrüchen (2006–2025). Die Quote gilt für den gesamten E-Commerce und ist nicht nach B2B getrennt.

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.

Native iOS- und Android-Apps

Speziell für B2B-Bestellungen entwickelt, keine verpackte Website. Der vollständige Katalog in der Tasche des Einkäufers. Die App trägt Ihren Namen, Ihr Logo und Ihre Farben — nicht unsere.

Unbegrenzte Plätze und Nutzer

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

Zusammenarbeit am Warenkorb in Echtzeit

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

Kundenspezifische Preise

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

Live-Bestände über alle Lager

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

Direkt aus PDFs bestellen

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

Ihre Broschüren und Videos in der Tasche des Einkäufers

Veröffentlichen Sie vorhandene Printbroschüren als PDF, Produktvideos und weitere Rich-Media-Inhalte direkt neben dem Katalog. Alles synchronisiert in die nativen Apps und öffnet auch ohne Empfang — Ihr Showroom-Material reist mit dem Einkäufer.

Großhandel zuerst — und Ihr Endkundenkanal gleich mit

Das Produkt ist um Großhandelsbestellungen herum gebaut. Verkaufen Sie zusätzlich direkt an Endkunden, läuft dieser Kanal aus demselben Katalog und derselben ERP-Anbindung — statt aus einer zweiten Plattform mit einem zweiten Satz Produktdaten.

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 und Bestellungen fließen zurück, jede auf den Namen des Bestellers.



Der Integrationsumfang wird im Systemcheck festgelegt; Arbeiten darüber hinaus werden vorab als definiertes Paket angeboten.

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	Ist die Ware wieder da, läuft ein Vertrag aus oder steht eine Nachbestellung an — die Nachricht kommt direkt an. Wer Push aktiviert, bleibt 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, Warenkorb sowie Ihre Broschüren und Produktvideos bleiben lokal verfügbar und synchronisieren, sobald die Verbindung zurück ist.
Und der Browser bleibt	Ein vollwertiger Webshop läuft in jedem Browser auf jedem Rechner — derselbe Katalog, derselbe serverseitige Warenkorb. Die Apps übernehmen dort, wo der Browser nicht hinkommt.



Die meisten B2B-Bestellungen sind Wiederholungen. Die drei Schritte in der Mitte zahlt der Einkäufer also jedes Mal erneut.

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 × Abbruchquote × durchschnittlicher Bestellwert × Anteil, den Ihr Außendienst jetzt rettet, weil er sie endlich sieht.	IHR WERT
Vermiedene Retouren	Retouren pro Monat × Anteil durch Dopplung oder falschen Artikel × Ihre vollbelasteten Kosten je Retoure. Rechnen Sie die Arbeitszeit mit: Eine einzige Retoure verschlingt den Aufwand von acht bis zehn normalen Bestellungen.	IHR WERT
Freigesetzte Außendienststunden	Mitarbeiter × Wochenstunden, um Aufträge anzunehmen und zu erfassen, × vollbelastete Stundenkosten × 52. Jede Stunde weniger Erfassung ist eine Stunde mehr Vertrieb.	IHR WERT
Bestellgröße	Durchschnittlicher Bestellwert × erwarteter Zuwachs dadurch, dass der vollständige Katalog in Sekunden durchsuchbar ist, Plätze unbegrenzt sind und von jedem Gerät nachbestellt werden kann.	IHR WERT
Summe pro Jahr	Rechnen Sie jede Zeile aufs Jahr hoch: die monatlichen zwölfmal, den höheren Bestellwert über ein Jahr an Bestellungen. Gegen diese Summe stellen Sie die Plattformgebühr.	IHR WERT

Was das Warten kostet

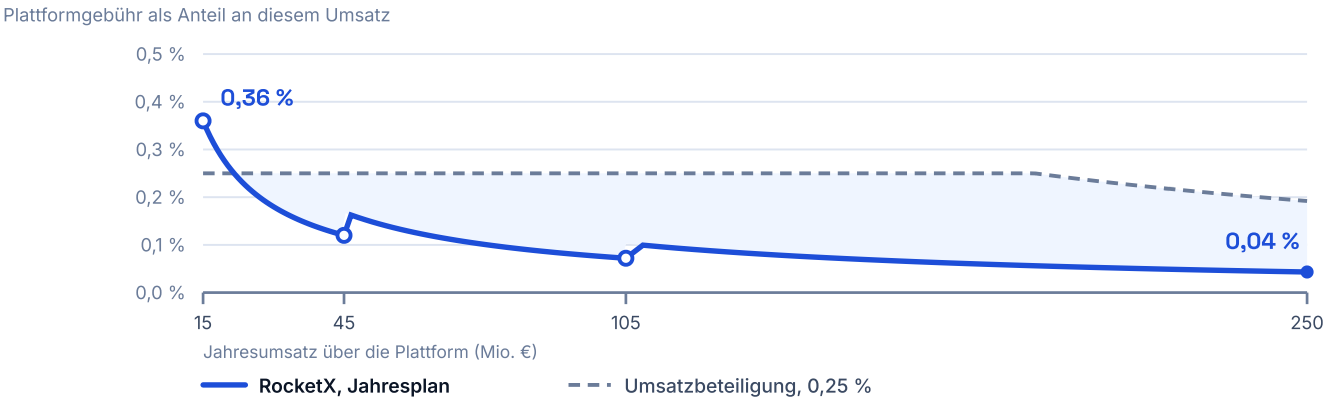
Was die vier Hebel auch ergeben — es sind Jahreswerte. Ein Quartal Bedenkzeit kostet ein Viertel davon, und das Leck pausiert nicht, während Sie prüfen. Das ist das ehrliche Argument dafür, jetzt einen Piloten zu starten statt in sechs Monaten einen Beschaffungsprozess.

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.

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. Die Grafik unten zeigt lediglich, was die Gebühr als Anteil an Ihrem Umsatz ausmacht.

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.
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.
4–6-Wochen-Pilot mit gemeinsamem ROI-Review	Ein definierter Bewertungszeitraum mit vereinbarten Kennzahlen, vor einer längeren Bindung. Verfehlt der Pilot die Kennzahlen, gehen Sie und zahlen nichts.
Native Apps inklusive	Die iOS- und Android-App gehören zur Plattform und werden nicht als Zusatzmodul über einer Basislizenz verkauft.



Prozentlinie: Shopify Plus, variable Plattformgebühr von 0,25 % des Online-Umsatzes oberhalb von rund 1 Mio. pro Monat, gedeckelt bei 40.000 pro Monat — daher der flache Teil und dann der Knick. Die RocketX-Gebühr ist innerhalb jeder Stufe fest: Ihr Anteil am Umsatz sinkt also mit dem Wachstum und steigt nur dort kurz an, wo eine Stufe wechselt.

Es wird nichts abgeschaltet

Der übliche Einwand gegen eine Plattformentscheidung 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, steht gar nicht zur Debatte: ein schlechter Sonntag, am Montag klingeln die Telefone. Es gibt schlicht nichts umzustellen.
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 Einführung abläuft

01 **Systemcheck**

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

02 **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 **Katalog-Übernahme**

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

04 **Pilot**

Ein 4–6-wöchiger Live-Pilot mit definierter Einkäufergruppe und vereinbarten Erfolgskriterien.

05 **Go-live und Review**

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

Wie lange, bis es tatsächlich jemand benutzt



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

Was das Pilotprojekt misst

- Zeit bis zur fertigen Bestellung, bei denselben Kunden, vorher und währenddessen.
- Warenkörbe, die der Außendienst gesehen und zurückgeholt hat, bevor sie kalt wurden.
- Suchzeit bei Ihrer Kataloggröße, nicht bei einem Demokatalog.
- Doppelte Positionen und Retouren wegen falscher Artikel bei den Pilotkunden.

Das sind die Messgrößen, die die meisten Pilotprojekte verwenden. Ihre werden vor dem Start schriftlich vereinbart, und an ihnen wird die gemeinsame Auswertung gemessen.

Zwei Gesellschaften, zwei Rechtsräume, je eine klare Antwort

Die Datenschutz- und Sicherheitsprüfung ist meist der langsamste Teil einer Evaluation. Wir haben das vermieden, indem europäische Daten gar nicht erst nach Amerika gehen.

FÜR KUNDEN IN DER EUROPÄISCHEN UNION

Sie schließen mit der RocketX Limited ab

Vertragspartner
Eine irische Gesellschaft, gegründet und tätig in der Europäischen Union nach EU-Recht, getrennt von der US-Gesellschaft. RocketX Limited, Company No. 344153, Sitz: Derrylahan, Ballyhaunis, Co. Mayo, F35 W667, Irland.

Datenstandort
Kundendaten bleiben in der Europäischen Union: Speicherung, Verarbeitung, Backups. Keine Replikation in die USA.

Zertifizierungen
EU-Rechenzentren mit ISO/IEC 27001:2022 und BSI C5 Typ 2.

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 — eine Limited Liability Company nach dem Recht Arizonas, Business ID 25040687. Dieselbe Plattform, dieselben Zusagen, geltendes Recht an Ihrem Sitz.

Datenstandort
Kundendaten bleiben in den Vereinigten Staaten: Speicherung, Verarbeitung, Backups. Keine Replikation in die EU.

Zertifizierungen
Derselbe Anbieter, dieselben Betriebskontrollen. Nachweise der US-Rechenzentren stellen wir auf Anfrage bereit.

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
- ✓ Hosting-Regionen Ihrer Daten, schriftlich benannt
- ✓ Aufbewahrungs-, Lösch- und Backup-Richtlinie
- ✓ Aktuelle Liste der Unterauftragsverarbeiter, mit Änderungsmitteilung
- ✓ Zusagen zu Verfügbarkeit und Support, nach Stufe

Geben Sie diese Seite an Ihre Sicherheitsprüfung weiter. Den Fragebogen beantworten wir lieber in Woche eins als in Woche neun.

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 ausschließlich an Endkunden	Fast alles, was die Plattform kann — Vertragspreise, gemeinsame Warenkörbe, Außendienstprozesse, ERP-Anbindung —, braucht ein Endkundenkatalog nie.
Ihr Katalog ist klein und Ihre Bestellungen sind einfach	Ein paar Dutzend SKUs und einzeilige Bestellungen brauchen das hier nicht.
Sie haben kein ERP und planen keines	Ein großer Teil des Werts liegt in der bidirektionalen Synchronisation mit einem führenden System.

Großhandel und Direktverkauf an Endkunden nebeneinander: verbreitet, und hier keine Einschränkung. Der Endkundenkanal läuft aus demselben Katalog und derselben ERP-Anbindung wie das Großhandelsgeschäft.

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 Katalogröße, 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?

Nächster Schritt

45 Minuten an Ihrem eigenen Katalog, ohne Vorbereitung. Danach ein kurzer Systemcheck und ein risikoarmer Pilot, messbar 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.