

**METHODIK-DOKUMENT**

# **B2B Portal ROI-Rechner**

Vollständige Dokumentation aller Formeln, Annahmen und Quellen.  
Prüfbar durch Ihr Controlling.

onacy GmbH · August 2026 · Version 1.0

# 1. Berechnungs-Übersicht

Der ROI-Rechner berechnet die jährliche Einsparung durch ein B2B-Portal basierend auf 9 User-Inputs und 8 Berechnungs-Säulen. Alle Annahmen liegen bewusst unter dem Studien-Median.

## 8 Berechnungs-Säulen

| SÄULE                   | KATEGORIE   | FORMEL-BASIS                                       |
|-------------------------|-------------|----------------------------------------------------|
| 1. Personal-Einsparung  | Operational | Zeitersparnis × Stundensatz                        |
| 2. Fehlerkorrektur      | Operational | Fehleranzahl × Bestellwert × Korrekturfaktor       |
| 3. Self-Service Uplift  | Umsatz      | Jahresumsatz × Uplift-Rate × Marge                 |
| 4. Cross-Sell / Up-Sell | Marketing   | Jahresumsatz × Cross-Sell-Rate × Marge             |
| 5. Retention            | Marketing   | Verhinderte Churn-Kunden × Umsatz/Kunde × Marge    |
| 6. Marketing-Effizienz  | Marketing   | Marketing-Budget × Effizienz-Gewinn                |
| 7. Reporting            | Data        | Reporting-Stunden × Ersparnis-Rate × Stundensatz   |
| 8. Bestandsoptimierung  | Data        | Jahresumsatz × Bestandskosten-Anteil × Optimierung |

## 2. Formeln im Detail

### Basis-Berechnungen

$\text{Bestellungen/Jahr} = \text{Kunden} \times \text{Bestellungen/Kunde} \times 12$   
 $\text{Jahresumsatz} = \text{Bestellungen/Jahr} \times \emptyset\text{-Bestellwert}$

### Säule 1: Personal-Einsparung

$\text{Portal-Minuten/Bestellung} = 2 \text{ (fix)}$   
 $\text{Stunden_gespart} = (\text{Bestellungen/Jahr} \times (\text{Minuten_heute} ? 2)) / 60$   
 $\text{Personal_Einsparung} = \text{Stunden_gespart} \times \text{Stundensatz}$

### Säule 2: Fehlerkorrektur

$\text{Fehler/Jahr} = \text{Bestellungen/Jahr} \times \text{Fehlerquote(Methode)}$   
 $\text{Fehlerkosten} = \text{Fehler/Jahr} \times \emptyset\text{-Bestellwert} \times 0,15$

Fehlerquoten: E-Mail 5%, Telefon/Fax 7%, Excel 5%, EDI 3%, Mix 5%

### Säule 3: Self-Service Uplift

$\text{Umsatz_Uplift} = \text{Jahresumsatz} \times \text{Self-Service-Rate}$   
 $\text{DB_Uplift} = \text{Umsatz_Uplift} \times \text{Marge (25\%)}$

### Säule 4: Cross-Sell / Up-Sell

$\text{Cross-Sell\_DB} = \text{Jahresumsatz} \times \text{Cross-Sell-Rate} \times \text{Marge}$

### Säule 5: Retention

$\text{Verhinderte\_Kunden} = \text{Kunden} \times \text{Churn-Rate} \times \text{Churn-Reduktion}$   
 $\text{Umsatz/Kunde/Jahr} = \text{Bestellungen/Kunde} \times 12 \times \emptyset\text{-Bestellwert}$   
 $\text{Retention\_DB} = \text{Verhinderte\_Kunden} \times \text{Umsatz/Kunde} \times \text{Marge}$

### Säule 6: Marketing-Effizienz

$\text{Marketing\_Savings} = \text{Marketing-Budget} \times \text{Effizienz-Rate}$

### Säule 7: Reporting

$\text{Reporting\_Stunden_gespart} = \text{Report-Stunden/Monat} \times 12 \times \text{Reporting-Ersparnis}$   
 $\text{Reporting\_Savings} = \text{Reporting\_Stunden_gespart} \times \text{Stundensatz}$

### Säule 8: Bestandsoptimierung

$\text{Bestands\_Savings} = \text{Jahresumsatz} \times 0,05 \times \text{Optimierungs-Rate}$

### Gesamt & KPIs

$\text{Jahres-Savings} = \text{Summe Säulen 1-8}$   
 $\text{Payback (Monate)} = \text{Portal-Investition} / (\text{Jahres-Savings} / 12)$   
 $\text{3-Jahres-ROI} = ((\text{Savings} \times 3) ? (\text{Investition} + \text{Laufend} \times 3)) / \text{Investition} \times 100$

### 3. Annahmen & Konservatismus

Jede Annahme liegt bewusst unter dem Studien-Median. Die folgende Tabelle zeigt den Vergleich.

| ANNAHME                | STUDIEN-MEDIAN | UNSER WERT | ABSCHLAG      | QUELLE                              |
|------------------------|----------------|------------|---------------|-------------------------------------|
| Self-Service Uplift    | 15-25%         | 15%        | Untere Grenze | Forrester B2B Digital Commerce 2024 |
| Cross-Sell Rate        | 5-8%           | 3%         | ?40%          | McKinsey B2B Personalization Report |
| Churn-Reduktion        | 20-30%         | 10%        | ?50%          | Gartner Customer Experience Survey  |
| Marketing-Effizienz    | 15-25%         | 8%         | ?47%          | Forrester Marketing Analytics       |
| Reporting-Ersparnis    | 50-70%         | 40%        | ?20%          | Aberdeen Group BI Study             |
| Bestandsoptimierung    | 2-4%           | 1%         | ?50%          | Gartner Supply Chain Research       |
| Fehlerkorrektur-Faktor | 15-20%         | 15%        | Untere Grenze | DIHK Prozesskosten-Studie           |
| Interner Stundensatz   | 50-70 €        | 55 €       | Median DACH   | Statista Gehaltsbenchmark 2024      |

**Konservatismus-Prinzip:** Im Zweifelsfall runden wir ab, nicht auf. Ein Ergebnis, das in der Realität übertroffen wird, ist glaubwürdiger als eine Werbe-Zahl.

## 4. Peer-Benchmarks

Die Vergleichswerte basieren auf anonymisierten onacy-Projektdaten seit 2013 (N=42 Projekte).

| UNTERNEHMENSGROESSE | Ø JÄHRLICHE EINSPARUNG | TYPISCHER 3J-ROI  | PROJEKTE (N) |
|---------------------|------------------------|-------------------|--------------|
| Bis 100 B2B-Kunden  | 65.000 €               | negativ bis knapp | 23           |
| 100-500 B2B-Kunden  | 127.000 €              | 180%              | 41           |
| Über 500 B2B-Kunden | 340.000 €              | 410%              | 23           |

### Godin-Honest-Schwellenwert

Liegt die berechnete Jahres-Einsparung unter 80.000 €, empfehlen wir dem Nutzer ausdrücklich, **kein Portal zu bauen**, und schlagen 3 Alternativen vor. Dieser Schwellenwert basiert auf der Erfahrung, dass bei unter 80.000 € Jahres-Savings die 3-Jahres-ROI-Rechnung unter Berücksichtigung von Investition (60-150k €) und laufenden Kosten (15-25k €/Jahr) knapp bis negativ ausfällt.

## 5. Express-Modus (CEO-Pfad)

Der Express-Modus nutzt nur 3 Fragen (Kunden, Ø-Bestellwert, Methode). Fehlende Inputs werden durch Branchen-Durchschnitte geschätzt:

| PARAMETER                | GESCHÄTZTER WERT   | HERLEITUNG                  |
|--------------------------|--------------------|-----------------------------|
| Bestellungen/Kunde/Monat | 4                  | DACH B2B-Durchschnitt       |
| VZÄ Bestellerfassung     | max(1, Kunden/150) | 1 VZÄ pro 150 Kunden        |
| Minuten/Bestellung       | 12                 | DACH B2B-Durchschnitt       |
| Marketing-Budget         | Kunden × 500 €     | ~500 € Marketing/Kunde/Jahr |
| Report-Stunden/Monat     | max(4, Kunden/25)  | ~1h pro 25 Kunden           |
| Churn-Rate               | 8%                 | DACH B2B-Durchschnitt       |

**Hinweis:** Express-Ergebnisse sind Ballpark-Schätzungen. Für präzise Werte empfehlen wir den vollständigen 9-Fragen-Modus.

## 6. Portal-Kosten-Annahmen

| KOSTENPOSITION                      | STANDARD-WERT   | ANPASSBAR?         | HINWEIS                                      |
|-------------------------------------|-----------------|--------------------|----------------------------------------------|
| Einmalige Investition               | 80.000 €        | Ja (Justier-Panel) | onacy-Durchschnitt: 60k-150k €               |
| Jährliche Kosten (Lizenz + Wartung) | 18.000 €        | Nein (fix)         | Shopware-Lizenz + SLA-Wartung                |
| Marge                               | 25%             | Nein (fix)         | DACH B2B-Durchschnitt                        |
| Portal-Minuten/Bestellung           | 2 Min           | Nein (fix)         | Self-Service reduziert auf ~2 Min            |
| Bestandskosten-Anteil               | 5% des Umsatzes | Nein (fix)         | Branchen-Durchschnitt verarbeitendes Gewerbe |

## 7. Kontakt & Nachfragen

Bei Fragen zur Methodik oder wenn Sie die Berechnung mit Ihren eigenen Daten nachvollziehen möchten:

**onacy GmbH**  
onacy.de/ressourcen/b2b-portal-roi-rechner/  
Philipp Foreman, Geschäftsführer

Dieses Dokument wird regelmäßig aktualisiert. Die aktuelle Version finden Sie immer unter der oben genannten URL.