

„Drei zwei eins – mein Bagger!“

ONLINE-MARKTPLÄTZE

Mit Online-Marktplätzen erschließen sich immer mehr Unternehmen **EINEN NEUEN VERTRIEBSKANAL FÜR IHRE GESCHÄFTSKUNDEN**. ProFirma stellt zwei dieser Portale vor, die speziell auf den Bedarf von Firmenkunden ausgerichtet sind.

Ebay „Business & Industrie“ Als einer der größten Internet-Marktplätze hat sich Ebay längst zum wichtigen Vertriebskanal gemauert. Rund 17 Millionen Nutzer surfen allein im dritten Quartal 2004 über die deutschen Seiten des Online-Auktionators. Die Ebay-Kategorie „Business & Industrie“ ist dabei für den Handel gewerblicher Produkte zu einer der ersten Webadressen geworden. Aktuell werden mehr als 150.000 Artikel in diesem Bereich angeboten, jeden Tag wechseln im Durchschnitt sieben Bagger, 40 Traktoren und 193 Industriemaschinen ihren Besitzer.

Gegliedert ist das Angebot in Unterkategorien von „Bauindustrie“ oder „Gastronomie & Hotel“ über „Holzindustrie & Tischlerei“, „Büro & Schreibwaren“, „Labor & Wissenschaft“ sowie „Medizin“ bis zu „Industriebedarf & Elektronik“. Gehandelt werden gebrauchte Güter sowie neuwertige Produkte. Neben dem Auktionssystem ist es möglich, Artikel zu Festpreisen einzustellen. Unternehmen haben zudem die Option, ausschließlich gewerbliche Abnehmer als Kunden zuzulassen. Die Verkaufsprovision richtet sich nach dem Bruttoverkaufspreis. Mit Links zu Dienstleistern, wie einem Versandservice für Maschinen, unterstützt Ebay den Absatz gewerblicher Produkte.

Ein dreistufiges Sicherheitssystem sorgt für ein gutes Gefühl bei Anbietern wie Käufern. Kernstück ist ein Sicherheitsportal mit umfangreichen Informationen und direktem Draht zum Ebay-Sicherheitsteam. Anbieter können sich als „geprüftes Mitglied“ registrieren lassen, dabei wird deren Identität anhand des PostIdent-Verfahrens der Deutschen Post überprüft.



Foto: Ebay

Für viele Menschen sind Ebay-Versteigerungen zum Freizeitvergnügen geworden. Dass man mit dem Angebot des Aktionshauses ganze Fertigungsbetriebe ausstatten kann, wissen die wenigsten.

Mercateo. Als führender Großhändler im Internet bietet das Münchner Unternehmen Mercateo eine B2B-Handelsplattform mit derzeit rund 1,2 Millionen Artikeln von mehr als 80 verschiedenen Lieferanten und 9.000 Herstellern. Das Spektrum reicht von Verbrauchsmaterialien über kleine Investitionsgüter bis hin zu Spezialartikeln wie IT-Ausrüstung oder Amalgam. Rund 100.000 Geschäftskunden nutzen das Sortiment vom Aktendeckel bis zur Zentrifuge. Mehr als eine Million Nutzer informieren sich monatlich über aktuelle Artikel.

Mercateo bündelt das Angebot der angeschlossenen Lieferanten und vermittelt so eine effiziente Transaktionsabwicklung. Kunden haben nur einen Ansprechpartner und müssen nicht zahllose Kataloge, Kontakte und Zahlungsvorgänge verwalten. Die zugrunde liegenden Lieferantenvereinba-

rungen werden ohne Mindestlaufzeit geschlossen, das Kundenausfallrisiko liegt beim Großhändler. Der Inhalt der Verträge regelt die Art der Auftragsabwicklung, die technische Umsetzung, Preisgestaltung und Datenrechte. Die Rechnungsstellung erfolgt direkt an den Großhändler, der die Bonität des Kunden prüft und für die Regulierung der Zahlungen sorgt.

Im Rahmen so genannter Anbieterpakete offeriert Mercateo gewerblichen Marktplatz-Teilnehmern Dienstleistungen wie eine Angebotsabgabe auf Kundenanfragen oder die erstrangige Listung im Anbieterverzeichnis. Zudem integriert der Marktplatzbetreiber neue Produkte in seine Marketing-Kampagnen. Voraussetzung für die Zusammenarbeit: Der Lieferant stellt seinen Katalog digital nach definierten Standards zur Verfügung.

DR. ULRIKE FELGER