

Rasanter Wachstum weckt Visionen

Internethändler Mercateo: In weniger als vier Jahren Sprung an die Spitze - Expansion in der EU geplant

Von unserem Redakteur
WLADIMIR KLESCHTSCHOW

Köthen/MZ. Vom Wachstumstempo des Internethändlers Mercateo können viele nur träumen. Jedes Jahr seit 2004 verdoppelt sich der Umsatz nahezu. Rasant wächst die Zahl der Kunden und der Mitarbeiter sowie der Handelspartner. Das noch junge Unternehmen ist ein so genannter B2B-Händler (Business-to-Business): Verkauft wird nicht an Privatpersonen, sondern nur an Unternehmen.

„Wir bieten alles an“, sagte Mercateo-Vorstand Peter Ledermann in einem Gespräch mit der MZ. „Alles, was man in einem Büro sieht, außerdem Werkzeuge, Schrauben, Einwegspritzen und, und, und...“ Das Sortiment umfasst 2,7 Millionen Artikel, die Auswahl ist auch innerhalb der einzelnen Positionen groß. „Wenn Sie im Baumarkt einen Hammer kaufen wollen, so liegen dort drei oder vier verschiedene Hämmer im Regal. Wir bieten alle mögliche Hämmer, zum Beispiel solche, die beim Schlagen keine Funken erzeugen. Für bestimmte Betriebe ist es wichtig.“

„Köthen ist für uns ein günstiger Standort.“

PETER LEDERMANN
VORSTAND

Ledermann genießt sichtlich die Situation, wenn er Außenstehende über das Unternehmen und dessen Entwicklung informiert. Wie zum Beispiel am vergangenen Freitag, als der Radio-Sender Jump vier Stunden lang in einer Direktsendung einen „Einblick hinter die Kulissen“ von Mercateo gab. Nicht nur Zahlen und Fakten - auch ums ausgezeichnete Klima in der Belegschaft ging es dabei.

Gemeinsam mit Dr. Sebastian Wieser stand Ledermann an der Wiege des Mercateo. Anfangs beschäftigte sich das Unternehmen mit Sitz in München, an dem die Eon-Energie beteiligt war, hauptsächlich mit Software-Entwicklung. Handel spielte eine untergeordnete Rolle. Ledermann und Wieser sahen aber gerade im Internethandel eine Riesenchance. So übernahmen sie das Unternehmen ganz. Während eine kleine Zentrale in München blieb, wurde 2004 die Tochtergesellschaft Mercateo Services GmbH in Köthen gegründet. Von hier aus wird das ganze operative Geschäft abgewickelt, hier sitzt fast die gesamte Belegschaft. „Köthen ist für



Mercateo-Mitarbeiter jubeln am Firmensitz in Köthen während der Jump-Life-Sendung am vergangenen Freitag. Mitten drin: Vorstand Peter Ledermann (hinten mit Brille). Innerhalb von weniger als vier Jahren stieg die Belegschaft des Unternehmens von neun auf über 100 Mitarbeiter.

MZ-Foto:
Thomas Ruttke

uns ein günstiger Standort, weil hier alles billiger ist als in München“, gibt Ledermann unumwunden zu. „Zwar fehlt hier ein Autobahnanschluss, den brauchen wir aber nicht, da wir per Internet agieren.“ Ein weiteres Argument für Köthen war die Hochschule Anhalt, die gute Informatik-Spezialisten ausbildet. Bei Mercateo arbeiten Absolventen der Hochschule, Studenten machen hier Praktika und schreiben Diplomarbeiten.

Die Mercateo-Belegschaft ist jung - im Schnitt Anfang bis Mitte 30. Ledermann selbst ist 40. „Doch das Alter ist für uns kein Kriterium“, sagt er. „Bei uns arbeiten auch über 50-Jährige. Es kommt auf ein gutes Miteinander in einem Team an. Die Jüngeren sind dabei wie Hefestücken im Teig.“

Macht der rasante Wachstum des Unternehmens nicht schwindlig? „Es geht viel zu langsam“, entgegnet Ledermann. „Der Markt ist riesengroß. Allein in Deutschland rechne ich mit 4,5 Millionen potenziellen Kunden.“

Noch ist Mercateo bis auf wenige Ausnahmen innerhalb der deutschen Grenzen tätig. Visionen reichen aber viel weiter. Ledermann zufolge sollen die Aktivitäten

ZAHLEN UND FAKTEN

Führend im Markt

Mit 2,7 Millionen Produkten von über 9 000 Herstellern ist Mercateo nach eigenen Angaben führend im Internet-Markt für Geschäftskunden. Der Umsatz stieg seit 2004 bis 2006 von 7,5 Millionen Euro auf 23,7 Millionen Euro. Die Anzahl der Mitarbeiter wuchs von neun auf über 108, davon 16 Auszubildende. Bei der Einstellung der Arbeitskräfte wird eng mit der Agentur für Arbeit kooperiert.

schon bald bedeutend ausgeweitet werden - zuerst in Europa.

Die Tätigkeit des Unternehmens sei eine gute Werbung für Köthen, bemerkt der Mercateo-Chef weiter. Denn sehr viele Partner kommen zu Gesprächen in die Stadt. „Manche fragen zuerst: Wo liegt eigentlich Köthen?“, so Ledermann. „Wir sind Webträger für die Stadt.“ Auch sonst sei das Unternehmen ein wichtiger Faktor für den Standort. „Die 100 Mercateo-Leute gehen hier essen, in Geschäfte, in Apotheken. Unsere Partner übernachten in der Stadt“, zählt der Mercateo-Chef die positive Nebenwirkung für die örtliche Wirtschaft auf.