

Starker Partner im Online-Handel

Lars Schade: Braucht es noch persönliche Kundenkontakte?

► **Der kommende Stuttgarter PBS-Tag am 18. Oktober steht unter der Überschrift „Kunden verwalten, Zukunft gestalten – Marktbearbeitung abseits ausgetretener Trampelpfade“. Einer der Referenten ist Lars Schade von der Handelsplattform Mercateo. Wir befragten das Mitglied der Geschäftsführung zu der Idee, die hinter dem Unternehmen steht und zu den Vorteilen für teilnehmende Firmen.** ◀

? Wie sinnvoll ist es für weitere Unternehmen, der Plattform beizutreten?

Schade: Mercateo konzentriert sich ausschließlich auf den B-to-B Online-Handel und hier vornehmlich auf die kleinen und mittelständischen Unternehmen und wächst hier mit hohen zweistelligen Raten. Jedes Unternehmen muss für sich entscheiden, über welche Wege die eigenen Produkte an diese Zielgruppe effizient vermarktet werden können. Den Online-Vertriebskanal sollte grundsätzlich jedes Unternehmen in Erwägung ziehen und Mercateo ist hier sicher ein starker Partner. Insbesondere ist Mercateo aber an einer Sortimentserweiterung interessiert. Der zwanzigste HP Toner macht tatsächlich nur noch bedingt Sinn. Lieferanten, die eine hohe Verfügbarkeit und schnelle Lieferung der Waren gewährleisten können, sind ebenso interessant für uns.

? Wer kann dieser speziellen Art der Handelsplattform beitreten?

Schade: Mercateo fährt hier



◀ **Lars Schade ist bei Mercateo für das Lieferantenmanagement zuständig.**

eine offene Einkaufsstrategie. Das bedeutet, dass wir den Kunden entscheiden lassen, zu welchen Konditionen er sein gewünschtes Produkt bei uns kaufen möchte. Somit stehen wir jedem potentiellen Lieferanten offen gegenüber, der unsere Qualitätskriterien erfüllt. Voraussetzung ist, dass wir einen elektronischen Katalog im BME-Cat-Format erhalten.

? Wo liegt der Vorteil für die teilnehmenden Unternehmen?

Schade: Mercateo hat im Online-Handel bei der Zielgruppe der kleinen und mittelständischen Unternehmen einen sehr guten Marktzugang. Mit 9.000 neuen Businesskunden

und einer hohen Bestandskundenbasis wachsen wir überdurchschnittlich stark in dieser Kundengruppe wie kaum ein Zweiter im Markt. Von diesem Marktzugang profitieren unsere Lieferanten unmittelbar. Zudem pflegen wir einen sehr partnerschaftlichen Umgang mit unseren Partnern und sind in der Umsetzung neuer Ideen recht schnell. Wir sehen uns als Innovationsführer im Online-Handel mit Geschäftskunden. So haben wir mit der Warenkorbfunktionalität Best-Basket ein Tool, das es so kein

„Den Online-Vertriebskanal sollte grundsätzlich jedes Unternehmen in Erwägung ziehen und Mercateo ist hier sicher ein starker Partner.“

zweites Mal im Markt gibt. In der Bestellabwicklung mit unseren Lieferanten setzen wir auf gängige elektronische Standards und schicken unseren Kunden digital signierte Rechnungen mit kostenloser Archivierung. Von diesen Innovationen profitieren auch unsere Partner.

? Nach welchen Kriterien entscheiden sich potenzielle Kunden?

Schade: Der Business-Kunde kauft ja nur ein, wenn er einen konkreten Bedarf hat. Und die Erwartungshaltung der online

einkaufenden Unternehmen ist, dass sie das gewünschte Produkt schnellstmöglich finden und das zu guten Konditionen. Und mit Konditionen meine ich hier nicht nur den Preis, der sicher auch eine große Rolle spielt, sondern die Lieferzeit, die Verfügbarkeit und die Lieferzuverlässigkeit. Auch die Qualität der Produkt-

der Business-Kunde nicht die Erwartungshaltung hat, ständig zum besten Preis einkaufen zu müssen. Wenn er das Gefühl hat, dass es ein fairer Preis ist, ist er damit zufrieden. Zudem spielen die voran genannten Punkte hier eine wichtige Rolle. Beim Privatkunden ist das anders: der zahlt 4 Euro Parkhausgebühr, um sich im



▲ **Die Startseite von Mercateo zeigt, wie übersichtlich der Internetauftritt aufgebaut ist.**

beschreibung und die Bebilderung spielen eine wichtige Rolle: Ist es wirklich das Produkt, das ich will? Die Qualität der elektronischen Kataloge ist zumeist leider fern von der Qualität, die wir uns und unsere Kunden sich vorstellen.

? Wie wichtig ist der Preis als Entscheidungskriterium tatsächlich?

Schade: Der Preis ist sicher ein maßgebliches Kriterium. Ich denke aber, dass gerade

Samstagsgetümmel das gewünschte Produkt einen Cent günstiger zu erwerben und zudem hat er sich ja auch noch 4,50 Euro Versandkosten beim Internetshop gespart. Die Glaubwürdigkeit, gerade bei Online-Einkaufsplattformen, spielt ebenfalls eine erhebliche Rolle. Der Geschäftskunde ist hier deutlich risiko-averser als der Privatkunde. Mercateo verschickt die Ware in den meisten Fällen auf Rechnung. Auch das wird vom Geschäftskunden positiv wahrgenommen.

Herr Schade, vielen Dank für das Gespräch. nc ◀

