

## Das Unternehmernesspräch: Peter Ledermann, Gesellschafter und Vorstand des elektronischen Einkaufsportals Mercateo AG

# „Sechs PC für daheim sind einfach unseriös“

Jedes Unternehmen braucht für 1000 Euro Kleinkram. Allemal genug für den Online-Händler Mercateo.

KÖTHEN, 6. Juli

Köthen klingt nach Provinz. Und nach verblasster Vergangenheit. Beides stimmt. Köthen war mehr als 250 Jahre Residenzstadt von Anhalt-Köthen und ist verbunden mit Namen wie dem des Komponisten Johann Sebastian Bach, des Homöopathiegründers Samuel Hahnemann oder des Ornithologen Johann Friedrich Naumann. Aber muss man sich heute für Köthen interessieren?

Das hat sich auch Peter Ledermann gefragt, als ihm jemand von der Wirtschaftsförderung Sachsen-Anhalt gerade Köthen als Standort schmackhaft machen wollte. Das war vor fünf Jahren. Heute beschäftigt Ledermann mehr als 120 Mitarbeiter in der 30 000-Einwohner-Stadt. Seinen Hauptwohnsitz hat Ledermann noch nicht in Köthen. Aber der Gesellschafter und Vorstand der Mercateo AG bewohnt hier in der Woche standesgemäß eine Wohnung im „Schwarzen Bären“ – für 3,50 Euro je Quadratmeter. „Und das ist nicht das Preiswerteste, was man hier be-

kommt“, versichert er. Aber der Name – das Haus beherbergte früher ein Hotel gleichen Namens – und die erhaltene Architektur lohnten den Preis allemal.

„Der Preis“ war aber der Hauptgrund dafür, dass Mercateo vor 4 Jahren von München nach Köthen gezogen ist; der Preis für die Büros, also die Miete, wie auch der Preis für die Mitarbeiter, also deren Löhne und Gehälter. Mercateo war 2000 zu Zeiten des Internetbooms von McKinsey-Beratern als Internetmarktplatz gegründet und kurz darauf an Eon verkauft worden. „Für Mercateo war das gut. Eon hat unsere Lernkurve bezahlt“, sagt Ledermann, der mit seinem Partner Sebastian Wieser Mercateo 2003 im Rahmen eines Management-Buy-outs übernahm. Zu lernen gab es damals viel, auch wenn das Geschäftsmodell simpel klingt.

Mercateo ist ein Online-Händler für gewerbliche Kunden. Bis dahin ist alles einfach. Schwerer zu sagen ist, womit Mercateo handelt. Da ersetzt ein gutes Beispiel lange Erklärungen. „Stellen Sie sich vor, Sie brauchen für Ihren Parkplatz Absperrpfosten, um einige Parkplätze zu reservieren. Wo kaufen Sie die?“, fragt Ledermann. Die Frage sitzt. Wer weiß schon, wo man Absperrpfosten kauft oder wer die herstellen könnte. Und heißen die umlegbaren Ständer überhaupt Absperrpfosten, oder werden die nicht unter anderen Namen geführt? „Sehen Sie“, nimmt Ledermann schmunzelnd das Gespräch wieder auf, „das ist ein Fall für Mercateo. Die kaufen Sie im Zweifel einfach bei uns.“

Im Zweifel kauft man alles bei Mercateo, „was man beschreiben und abbilden kann und wofür es keines Einkaufsprozesses bedarf“, sagt Ledermann. Im Fachjargon heißt das, Mercateo liefert die sogenannten C-Artikel, die also keine Roh- oder Hilfsstoffe sind. Dazu gehört Toiletten- ebenso wie Kopierpapier, Tassen für das Vorstandsekretariat, Tische für die Kantine, ein Schaukasten für Betriebsmitteilungen und Besucherausweise für den Pförtner – eben alles, was man mal so braucht, aber nicht regelmäßig. Mercateo hat 4 Millionen solcher Artikel von einigen hundert Herstel-



Foto Claus Setzer

### Das Unternehmen

Die **Mercateo AG** in Köthen ist die operative Gesellschaft der in München beheimateten Mercateo AG. Das Internet-Einkaufsportale für gewerbliche Kunden bietet 4 Millionen Artikel an. Mercateo übernimmt das Delkreder, also eine Garantie für die Zahlungsfähigkeit des Schuldners, die Zentralregulierung und das Inkasso. Da das Unternehmen keine eigene Logistik und Lagerhaltung betreibt, reicht schon eine relativ geringe Handelsmarge, um dem stationären Handel Konkurrenz zu machen. Der Umsatz soll den Planungen zufolge in diesem Jahr auf 44 Millionen Euro steigen.

lern im Angebot. Das sind 16-mal so viele Artikel, wie Neckermann über seine dicken Kataloge anbietet. Und deshalb gibt es auch keinen Katalog von Mercateo, sondern nur ein Internetangebot.

Dieser elektronische Katalog ist der Kern des Unternehmens. Mercateo digitalisiert die Lieferverzeichnisse der Hersteller und sorgt dafür, dass man auf den Mercateo-Seiten über Suchbäume den Artikel findet, den man sucht. Wie immer sie von den Herstellern auch genannt werden, hier sind alle Absperrpfosten unter dem gleichen Stichwort zu finden. „Mercateo schafft Markttransparenz“, sagt Ledermann selbstbewusst. Das erfordert viel Arbeit in Strukturen. Daher sind viele der

120 Mitarbeiter von Mercateo Programmierer und Informatiker. „In Köthen kein Problem“, sagt Ledermann. Mercateo profitiert von der Außenstelle der Hochschule Anhalt, die in Köthen Informatiker ausbildet.

Den Vorteil, für ganz unterschiedliche Artikel nur eine Einkaufsquelle zu haben, schätzen immer mehr Unternehmen. „Wir gewinnen monatlich 9000 Kunden hinzu“, behauptet Ledermann. Der Umsatz von Mercateo wachse jährlich um 40 bis 50 Prozent. In diesem Jahr soll er auf 44 Millionen Euro steigen. Schwerpunkte sind IT-Artikel, Bürobedarf, Laborbedarf, gastronomische Artikel und solche, die dem Arbeitsschutz dienen. Der Markt sei rie-

### Der Unternehmer

**Peter Ledermann**, Jahrgang 1966, war nach seinem Studium der Betriebswirtschaftslehre in Bayreuth zunächst bei einem bayerischen Regionalversorger des Bayernwerks tätig. Er war dort für Facility Management, Personal und Vertrieb zuständig. Mit der Beteiligung des inzwischen in Eon aufgegangenen Unternehmens an Mercateo wechselte Ledermann zu dem Einkaufsportale, das er im Rahmen eines Management-Buy-outs übernahm. Im Vorstand ist er heute für Personal, Finanzen und Marketing zuständig. Ledermann hat zwei Kinder und spielt gern Basketball.

kauf, sondern der Kunde kauft bei Mercateo, und wir bestellen bei dem Lieferanten, der unseren Kunden direkt beliefert und uns die Rechnung schickt.“ Damit hat der Kunde für die vielen diversen Artikel eine Einkaufsquelle, die für die Qualität der Ware und der Lieferung garantiert. Der Lieferant andererseits hat die Sicherheit, dass er auch sein Geld bekommt. Das Ausfallrisiko liegt bei Mercateo. „Wir treffen täglich 1200 Kreditentscheidungen“, sagt Ledermann. Aber bisher meist richtig. 8 bis 10 Prozent der Bestellungen wür-

„Stellen Sie sich vor, Sie brauchen für Ihren Parkplatz Absperrpfosten, um Parkplätze zu reservieren. Wo kaufen Sie die?“

den nicht angenommen wegen mangelnder Bonität. „Wer sechs PC an seine Privatadresse geliefert haben will oder wer nur bereit ist, eine Handy-Nummer anzugeben, sieht nicht sehr seriös aus.“ Mit den anderen macht Mercateo gute Geschäfte: Die Ausfallquote liege bei nur 0,4 Prozent.

Eine ökonomisch richtig erfolgreiche Geschichte ist Mercateo bisher nicht. „Vom Ertrag her sind wir noch leicht rot“, sagt Ledermann. Das sei aber erstens nicht schlimm, weil man eigenkapitalfinanziert sei, und es liege zweitens daran, dass man eben sehr viel in den Ausbau des Geschäfts investiere. „Das laufende Geschäft könnten wir mit der halben Mannschaft bewältigen. Die zweite Hälfte der Mannschaft ist für das Wachstum der Firma tätig.“ Daraus schöpft Ledermann die Hoffnung, dass das Geschäftsmodell – man lebt von der Handelsmarge, die man auf der Herstellerpreisdraufschlägt – ein tragfähiges ist.

Tragfähig muss es vor allem dann sein, wenn die Kostenvorteile des Standorts wegfallen. Noch fördert das Land Sachsen-Anhalt jeden Dauerarbeitsplatz zwei Jahre lang zu 25 Prozent. Das ist gerade in der Wachstumsphase ein wichtiges Argument, auch wenn in Köthen die Gehälter niedriger sind, als sie in München waren. Heute weiß Ledermann viel über Köthen und seine Geschichte. Und irgendwie passt dazu, dass Mercateo die Arbeit in einem renovierten Heimatmuseum aufgenommen hat. Ledermann hat sich zu Recht dafür interessiert, wo Köthen liegt.

GEORG GIERSBERG

ANZEIGE



LUDWIG HEUSE GMBH

INTERIM  
MANAGEMENT

Zeit für die beste Lösung

TEL: 06173 9241-0  
WWW.INTERIM-MANAGEMENT.DE