



Bei der Optimierung des Warenkorbes hilft eine ausgeklügelte Software in Sekundenschnelle und macht automatisch Vorschläge zu möglichen attraktiveren Angeboten - die Zeiten des aufwändigen Kataloggewälzens sind laut Mercateo vorbei.

Online beschaffen bei Mercateo

In wirtschaftlich schwierigen Zeiten ist es wichtiger denn je, den Einkauf effizient zu gestalten. Bei der Beschaffung von C-Artikeln und Randbedarfen sind nicht nur attraktive Preise, sondern auch niedrige Prozesskosten bedeutende Erfolgsfaktoren.

Diese Vorzüge nehmen die mittlerweile 500 000 Geschäftskunden des Online-Händlers Mercateo gern in Anspruch. Auf www.mercateo.com können Unternehmen aus über vier Millionen Artikeln auswählen und unkompliziert auf Rechnung bestellen. Mercateo ist dabei stets der einzige Ansprechpartner. Neben dem umfangreichen online verfügbaren Büroartikel-Sortiment (450 000 Artikel) oder starken Kategorien wie IT oder Betriebs- und Lagerausstattung wird man auch in Fachsortimenten fündig: So sind zum Beispiel auch Laborartikel, Fahrzeugteile oder Werkzeuge verfügbar.

Linde AG konnte als Kunde gewonnen werden

Dabei bietet Mercateo die meisten Artikel zu unterschiedlichen Konditionen an; über 400 verschiedene Lager machen es möglich. Der Kunde hat zum Beispiel die Wahl, ob er ein bestimmtes Produkt sehr schnell, dafür aber zu einem

etwas höheren Preis haben möchte oder gern auch zwei Tage wartet und dafür weniger bezahlt. Bei der Optimierung des Warenkorbes hilft eine ausgeklügelte Software in Sekundenschnelle und macht automatisch Vorschläge zu möglichen attraktiveren Angeboten. Bei der Bezahlung hat der Kunde die Wahl zwischen Rechnung (elektronisch oder konventionell) sowie bequemem Bankeinzug.

Solche Vorteile überzeugen auch anspruchsvolle Großkunden: Diese bestellen ihre Randbedarfe über Standardchnittstellen bei Mercateo, wie zum Beispiel OCI (Open Catalog Interface), und können sich bei Fragen und Problemen auf eine Key-Account-Betreuung verlassen. So konnte beispielsweise neben zahlreichen großen und mittelständischen Unternehmen die Linde AG als Kunde gewonnen werden.

Positiv für die Kunden wirkt sich auch die intensive Zusammenarbeit mit Herstellern aus. Mehr als 100 Hersteller kooperieren aktiv mit Mercateo und präsentieren ihre

Nachgefragt bei Lars Schade

Warum wird Mercateo nicht auf der diesjährigen „e_procure & supply“ vertreten sein?

Das Messe-Konzept wurde vom Veranstalter in den letzten Jahren nicht weiter entwickelt. Im letzten Jahr ist die Messe weiter „geschrumpft“.

Die Veranstaltungsdauer wurde von drei auf zwei Tage verkürzt. Mercateo hätte ausreichend Termine für drei Tage gehabt. Die Betreuung von Lieferanten/Herstellern und persönliche Termine erledigen die Mitarbeiter mittlerweile meist im Haus (Mercateo) bzw. auf größeren Branchen-Events. Großkunden werden direkt/persönlich gewonnen und betreut. Damit stellt sich für Mercateo hinsichtlich der Messe die Frage des Aufwandes im Verhältnis zum Nutzen.



Immer am Ball: Lars Schade (Mitte), auf der Office Gold Club-Roadshow in München im Gespräch mit Industrievertretern.

Produkte in eigenen Markenkatalogen. Dazu zählen zum Beispiel Brother, Avery Zweckform, Schneidersöhne oder Xerox.

„In den Markenkatalogen haben Kunden, die gezielt auf der Suche nach Markenprodukten sind, einen besseren Überblick über das jeweilige Sortiment. Zudem werden die jeweiligen Marken dort attraktiver präsentiert“, so Lars Schade, verantwortlich für die Herstellerkooperationen und das Lieferantenmanagement bei Mercateo.

Die Kooperationen werden ausgebaut und Sortimente in Tiefe und Breite weiter ergänzt. Außerdem wird Mercateo noch im Frühjahr erstmals

im Ausland online gehen: In Kürze können auch österreichische Unternehmen bei Mercateo einkaufen.

Gewinnzone erreicht

Doch nicht nur für seine Kunden hat Mercateo gute Nachrichten: Der Online-Händler konnte seinen Umsatz in 2008 im Vergleich zum Vorjahr um knapp 30 Prozent steigern. Im vierten Quartal 2008 hat das Unternehmen die Gewinnzone erreicht. „In der jetzigen Phase eine wichtige Botschaft an den Kapitalmarkt“, meint Peter Ledermann, Vorstand von Mercateo. Er sieht den Online-Handel als einen möglichen Gewinner der derzeitigen schwierigen gesamtwirtschaftlichen Situation. „Die Kunden werden bestehende Beschaffungswege überprüfen und preissensitiver werden. Da sind effiziente Einkaufswege wie bei Mercateo im Vorteil“, so Ledermann. www.mercateo.com

Hersteller	Sicherheitsstufe	Arbeitsbreite	Auffangvolumen	Weitere Filter
Dahle (85)	1 (19)	220 mm (79)	20 (15)	Schneidung
Falco (90)	2 (377)	228 mm (89)	21 (80)	Schnittleistung
HSM (145)	2 (290)	230 mm (81)	32 (52)	Knochensternschneidung
Stal (77)	4 (116)	240 mm (171)	35 (30)	
Koag & Zister (94)	5 (81)	260 mm (97)	50 (23)	
Royal (99)	6 (19)	400 mm (81)	115 (19)	
Alle Hersteller	Alle Sicherheitsstufen	Alle Arbeitsbreiten	Alle Auffangvolumina	

- Bürobedarf**
 - Kopierpapier, Whiteboard, Ordner, Locher, Kopierer, Aktivenvernichter, Klemmbrett, ...
- Bau, Handwerk, Agrar**
 - Werkzeug, Verbindungstechnik, Baubeschläge, Pumpen, Platten, Landschaftsbau, ...
- Betriebsausrüstung, Lagerausrüstung**
 - Möbel, Beleuchtung, Schilder, Regale, Behälter, Leitern, Werkbänke, Transporttechnik, ...
- Industriebedarf, Technischer Handel**
 - Normteile, Antriebstechnik, Wälzlager, Hydraulik, chemisch-technische Produkte, ...
- Haustechnik, Gebäudetechnik**
 - Sicherheitstechnik, Sanitär, Heizung, Solar, Luftbereiter, Elektroinstallation, ...
- Hotel, Gastronomie, Essen, Trinken**

Mercateo bietet derzeit rund 450 000 Artikel – unterschiedliche Konditionen bei der Lieferung erklären die verschiedenen Preise. Abgerechnet wird aber immer direkt mit Mercateo, was das Lieferantenmanagement deutlich erleichtert.