

Vernetzungsplattform fürs B2B-Geschäft

Mercateo hat seine neue B2B-Vernetzungsplattform Mercateo Unite vorgestellt. Damit leistete Mercateo einen Beitrag zu der Diskussion rund um Digitalisierung und die Gestaltung eines europäischen B2B-Netzwerkes.

„Mercateo Unite ist eine Plattform, die digitalen Raum für Kooperationen in Einkauf und Handel schafft. Einkäufer, Händler und Hersteller können vernetzt zusammenarbeiten und über das Netzwerk digital Transaktionen abwickeln“, so Dr. Sebastian Wieser, Mercateo Vorstand und Gründer. Mercateo als Betreiber gewährleistet, dass die Infrastruktur gegenüber den wichtigen Rollen im B2B-Handel neutral aufgestellt ist: Mercateo Unite wird händler- und herstellerneutral und auch auf der Einkäuferseite unabhängig betrieben. „Die Teilnehmer profitieren dabei von den Vorteilen aus zwei Welten: der des persönlichen Kontaktes gepaart mit digitaler Unterstützung“, erläutert Wieser die Vorteile.

„Wenn eine elektronische Plattform es schafft, Geschäftspartner schnell und sicher zusammenzuführen und dabei sowohl Vielfalt und Innovationen als auch schlanke Arbeitsprozesse ermöglicht, leistet sie einen wichtigen Beitrag zur Digitalisierung der Wirtschaft“, ist Dr. Silvius Grobosch, Mitglied des geschäftsführenden Bundesvorstandes des Bundesverbandes Materialwirtschaft, Einkauf und Logistik e.V. (BME), überzeugt. Dass solch ein Netzwerk für Teilnehmer mit unterschiedlichem Digitalisierungsfortschritt gleich gut zugänglich sein muss, zeigt sich in

den verschiedenen Diskussionen mit Marktteilnehmern immer wieder.

ERWEITERTE MÖGLICHKEITEN

Für den Handel eröffnet Mercateo Unite zusätzliche Möglichkeiten. Das ist zumindest die Meinung von Frank Kleine-Dingwerth, Key Account Manager bei der Heinz Knust GmbH, und im Handelshaus zuständig für die Präsenz des Händlers auf dem Onlinemarktplatz. Wir sprachen mit ihm über die ersten Erfahrungen mit Mercateo Unite.

ProfiBörse: Warum sind Sie auf Mercateo Unite vertreten, welche Vorteile erzielen Sie dadurch?

Kleine-Dingwerth: Es gibt verschiedene Vorteile, natürlich für den Kunden und für uns als Händler. Es geht zum einen darum, unsere Kunden bei ihrem Digitalisierungsprozess zu unterstützen oder auch neue Kunden zu gewinnen. Zudem trotz Digitalisierung den persönlichen Kontakt zum Kunden aufrecht zu erhalten. Welcher Vorteil dabei der Wichtigste ist, lässt sich gar nicht so einfach festlegen.

Also dann nacheinander: Welche Zielgruppen erreichen Sie mit diesem Marktplatz?

Zunächst einmal können wir über diesen geschlossenen Marktplatz unseren bestehenden Kunden einen Service bieten, der ihnen bei der Verbesserung ihrer eigenen Prozesskosten hilft. Damit unterstützen wir unsere Kunden bei der Digitalisierung des Einkaufs. Der Charme des Marktplatzes besteht ja darin, dass sie innerhalb des Marktplatzes wechseln können. Sie greifen also nicht nur auf unser Angebot zu, sondern können zu Händlern mit anderem Produktportfolio wechseln und so beispielsweise ihren gesamten C-Teile-Einkauf abwickeln.

Aber das können sie doch auf anderen Marktplätzen auch, oder?

Im Prinzip schon, hier hat der Kunde aber beispielsweise den Vorteil, individuelle Konditionen direkt mit dem Händler zu vereinbaren, da es sich um einen „closed shop“ handelt. Er muss sich nur einmal anmelden und hat damit den Zugang zum gesamten individualisierten Marktplatz.

Nun aber noch einmal zu den Zielgruppen. Das ist doch keine Angelegenheit für den kleinen Handwerker, oder?

Natürlich kann auch der Handwerker über Unite kaufen, ist aber zumindest für uns nicht die zentrale Zielgruppe. Wir bedienen über Mercateo Unite Industriekunden, die u.a. sehr spezifische Produkte benötigen und dazu verschiedenste Informationen und Services erwarten. Im Bereich der C-Teile oder des Werkzeugs sind solche Kriterien wahrscheinlich weniger relevant. Wenn wir bei uns aber beispielsweise den Bereich der Wälzlager oder Antriebstechnik sehen, sind Informationen über Hersteller und Herkunft der Produkte etc. ganz entscheidend.



Frank Kleine-Dingwerth
(Foto: Kleine-Dingwerth)

zu bieten und nach und nach die Prozesse insgesamt zu digitalisieren.

Wäre dann nicht auch ein eigener Onlineshop mit individuellen Kundenkonditionen eine Lösung?

Das ist selbstverständlich eine Möglichkeit, die wir auch anbieten, der Charme bei Unite besteht aber darin, verschiedenste Warengruppen auf einer Plattform mit individuellen Konditionen zu finden, zu der ich mich aber nur einmal anmelden muss. Zudem erhalte ich als Kunde hier differenzierte Informationen zu den Produkten und kann mir durch die direkten Ansprechpartner, die hinter den Angeboten stehen, sicher sein, im Problemfall Kontaktmöglichkeiten zu haben.

Kann Unite auch den Service des Fachhandels abbilden?

Die fundierte Information und spezifische Kundenbetreuung, die über die Plattform möglich sind, stellen für uns einen entscheidenden Vorteil dar. Das dadurch entstehende Dreiecksverhältnis zwischen Einkaufsplattform, Händler und Kunde ist in dieser Form auf anderen Plattformen nicht abzubilden. In diesem Aufbau der individuellen Kundenbeziehung und des Vertrauensverhältnisses liegt für uns der entscheidende Vorteil. Das ist Fachhandel im Netz. ■