

Leipzig, 06. Mai 2015

**B2B-Lieferanten treffen sich beim Mercateo Supplier Day in Leipzig****Neue Anbieterangebote begeistern B2B Handel**

**Am 05. Mai 2015 lud Mercateo die großen deutschen B2B Lieferanten zum Supplier Day nach Leipzig ein. Am historischen Ort der Alten Handelsbörse diskutierten mehr als 100 Teilnehmer über die Digitalisierung der Beschaffungsprozesse und die Herausforderung, im Plattformgeschäft als Anbieter die eigenen Kunden zu binden. Mit dem neu vorgestellten Produkt „Händler-Onlineshop“ steigt Mercateo ins reine Abwicklungsgeschäft ein und positioniert sich als neutrale Transaktionsplattform.**

Zum Mercateo Supplier Day kamen über 100 Händler und Hersteller wie bspw. die Staples Deutschland GmbH & Co.KG, die Fujitsu Technology Solutions GmbH und die Kyocera Document Solutions GmbH nach Leipzig, um sich über die Entwicklungen im B2B E-Commerce und die Potenziale des Online Marktplatzes Mercateo zu informieren. „Unternehmen decken ihren Bedarf immer häufiger online. Der digitale Wandel ändert die Beziehung zwischen Händler und Kunden auch dort, wo bisher durch Beratungsbedarf der persönliche Kontakt die Kundenbindung gesichert hat“, erklärt Lars Schade, Geschäftsführer Lieferantenmanagement bei Mercateo. Diese Entwicklung stellt Lieferanten heute vor neue Herausforderungen, um sich am Markt weiter zu behaupten.

Der Mercateo Supplier Day bot den Teilnehmern einen ganzheitlichen Überblick über die veränderten Handelsstrukturen. „Wir wollten ein Bewusstsein bei den Händlern schaffen, dass der Wandel hin zu Industrie 4.0 große Chancen bringt. Die Zukunft heißt Vernetzung. Jeder muss verstehen, nach welchen Kriterien er die entstehenden Netzwerke richtig bewertet und sich mit ihnen stärken kann“, erklärt Schade die Intention der Veranstaltung. Durch die Fachvorträge wurden dabei ganz unterschiedliche Perspektiven aufgezeigt. Martin Groß-Albenhausen, Geschäftsführer der BEVH Services GmbH, sprach u. a. über die Veränderung des Einkaufens: „Weder Hersteller noch Kunden brauchen heute einen Händler klassischer Art. Dadurch gerät der Händler doppelt unter Druck: Hersteller erleben, dass sie besser direkt mit dem Kunden, vermittelt über Suchmaschinen oder Marktplätze oder eigene E-Commerce-Aktivitäten, in Kontakt kommen. Kunden erleben, dass sie das breiteste und tiefste Sortiment häufig direkt beim Hersteller erhalten. Händler müssen daher einen neuen Mehrwert finden.“

Marcus Eisele, Gruppenleiter Beschaffungsprozesse und -controlling, MVV Energie AG, sprach aus der Sicht eines Großkunden. Digitalisierte Beschaffungsprozesse schaffen neue Transparenz im Einkauf. Statt einer historisch gewachsenen Vielzahl an Lieferanten konzentriert sich der Kunde auf die vereinheitlichte digitale Anbindung sorgfältig ausgewählter Partner. Die konsequente Nutzung einer Plattform erhöht zugleich die Flexibilität. „Die Anforderungen an die Lieferanten haben sich verändert. Als Kunde im B2B erwarten wir nicht nur günstige Preise, sondern legen Wert auf Prozesse und Systemintegration“, verdeutlicht Eisele die aktuelle Entwicklung. Wie sehr das Thema Systemintegration die anwesenden Händler beschäftigt, wurde in der nachfolgenden Diskussionsrunde deutlich.

Im letzten Teil der Veranstaltung stellte Mercateo-Vorstand Dr. Sebastian Wieser neue Wege vor, Mercateo als Transaktionsplattform zur Geschäftsabwicklung für die eigenen Kunden zu nutzen. Mit dem Anbieterservice „Mercateo Händler-Onlineshop“ (vgl. [www.mercateo.com/corporate/info/haendler-onlineshop](http://www.mercateo.com/corporate/info/haendler-onlineshop)) nehmen B2B Händler auf Knopfdruck einen Onlineshop unter ihrer eigenen Händlermar-

ke in Betrieb. Sie erhalten so Zugang zum vollen Spektrum der millionenfach bewährten effizienten B2B Abwicklungsprozesse der Mercateo-Plattform. Die Vorteile, die anhand von Anbieterbeispielen demonstriert wurden, beschreibt Dr. Wieser: „Lieferanten, die ihre Kunden über Mercateo bedienen, haben die Themen Digitalisierung und Systemintegration auf Dauer gelöst und entlasten sich zusätzlich im kaufmännischen Bereich. Der Händler wird mit seinem neuen Onlineshop alle B2B Abwicklungsthemen wie Rechnungsbuchung und Zahlungsziele los und kann sich voll auf seine wertschöpfenden Leistungen konzentrieren. Das ist mit Blick auf die Zukunft wie ein Befreiungsschlag.“

Insgesamt zog Geschäftsführer Schade für die Veranstaltung ein sehr positives Resümee: „Die Händler sind durch Modelle wie Amazon in Zugzwang geraten, Plattformen zu nutzen. Im Geschäftskundenbereich kommen Themen wie Industrie 4.0 noch dazu. Mit dem Mercateo Supplier Day konnten wir den Händlern einen Weg aufzeigen, wie sie den Wandel im B2B Handel für sich nutzen und im Thema ‚Plattform‘ die Beziehung zu ihren Kunden stärken können.“



*[Erster Mercateo Supplier Day in der Alten Handelsbörse Leipzig]*

## Über Mercateo

Mercateo ist Europas führende Beschaffungsplattform für Geschäftskunden im Internet. Unter [www.mercateo.com](http://www.mercateo.com) können Unternehmen in Deutschland aus einem über 18 Millionen Artikel umfassenden Sortiment bestellen, wie z. B. Büromaterial, IT- sowie Industriebedarf oder Betriebs- und Lagerausstattung. Das Angebot deckt sowohl den allgemeinen Geschäftsbedarf als auch den spezialisierten Fachbedarf bis hin zu exotischen Produktkategorien ab. Zu den über eine Million Kunden zählen Unternehmen aller Größenordnungen, vom Dax-Konzern und Mittelständler bis zum Freiberufler ebenso wie zahlreiche öffentliche Auftraggeber.

Über das Standardsortiment hinaus können Unternehmen ihre eigenen Rahmenvertragslieferanten maßgeschneidert anbinden und ein modulares System von E-Procurement-Funktionen nutzen. Dazu gehören Kataloghosting, personalisierte Sichten und Produktkennzeichnungen, der digitale Freigabeprozess ApproveNow sowie elektronische Schnittstellen zu kundeninternen Systemen.

Mercateo ist neben Deutschland in elf europäischen Ländern präsent und beschäftigt mehr als 300 Mitarbeiter. Mit einem jährlichen Wachstum von durchschnittlich 25 Prozent erreichte Mercateo im Jahr 2014 einen Umsatz von 160 Millionen Euro.

Täglich aktuelle Informationen und Einblicke unter [www.mercateo.com/Google+](http://www.mercateo.com/Google+).

---

### **Kontakt:**

Mercateo AG  
Tom Schoener  
Neumarkt 9 (Aufgang B)  
04109 Leipzig  
Telefon: +49 3 41 35 58 62 03  
E-Mail: [tom.schoener@mercateo.com](mailto:tom.schoener@mercateo.com)  
Internet: [www.mercateo.com](http://www.mercateo.com)