

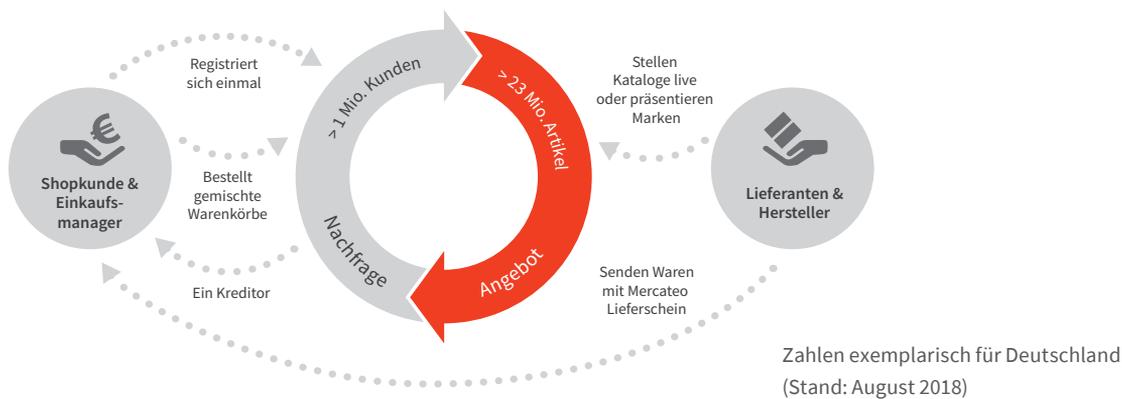


## Lieferantenmanagement bei Mercateo

Vertrauen und Qualität sind die Basis für eine langfristige Geschäftsbeziehung. Aus diesem Grund haben wir hohe Ansprüche an unsere Lieferanten, die wir für die Beschaffungsplattform von Mercateo auswählen. Damit ermöglichen wir Ihnen die bestmögliche Artikelvielfalt sowie ein optimales Einkaufserlebnis.

## Einleitung

Mercateo ist Europas führende Beschaffungsplattform für Geschäftskunden im Internet.



Über die Mercateo Beschaffungsplattform können Unternehmen aus einem riesigen Sortiment ihren allgemeinen Geschäfts- und spezialisierten Fachbedarf gebündelt und prozessoptimiert abdecken. Darüber hinaus bietet Mercateo viele Funktionen für einen effizienten Einkauf.

Mercateo ist ein IT-Unternehmen, das 1999 in München gegründet wurde und mittlerweile in 14 europäischen Ländern aktiv ist. Mit der Beschaffungsplattform tritt Mercateo als Online-Händler im klassischen Sinne auf. Wir beschaffen Waren und verkaufen sie wieder. Dies erfolgt im sogenannten Dropshipping-Modell. Das bedeutet, dass wir Produkte über den Shop anbieten, ohne sie selbst auf Lager zu haben.

Die Lieferung der Artikel erfolgt direkt vom Lieferanten im Namen von Mercateo an unsere Kunden. Das bedeutet, dass der jeweilige Lieferant dafür verantwortlich ist, dass die Ware pünktlich und unbeschadet geliefert wird. Aus diesem Grund legen wir großen Wert auf die Leistungsfähigkeit unserer Lieferanten und ein professionel-

les Qualitätsmanagement. Mercateo sorgt mit der Beschaffungsplattform zudem für die technische Infrastruktur und effiziente Einkaufsprozesse. Außerdem fungiert Mercateo als alleiniger Kreditor für alle Lieferanten. Bestehende Geschäftsbeziehungen zu Lieferanten können ebenfalls auf der Plattform integriert werden.

Mit diesen Informationen möchten wir Ihnen unseren Anspruch hinsichtlich eines partnerschaftlichen, zielorientierten und langfristig angelegten Lieferantenmanagements erläutern und die Anforderungen der Mercateo AG an ihre Lieferanten und Partner aufzeigen.

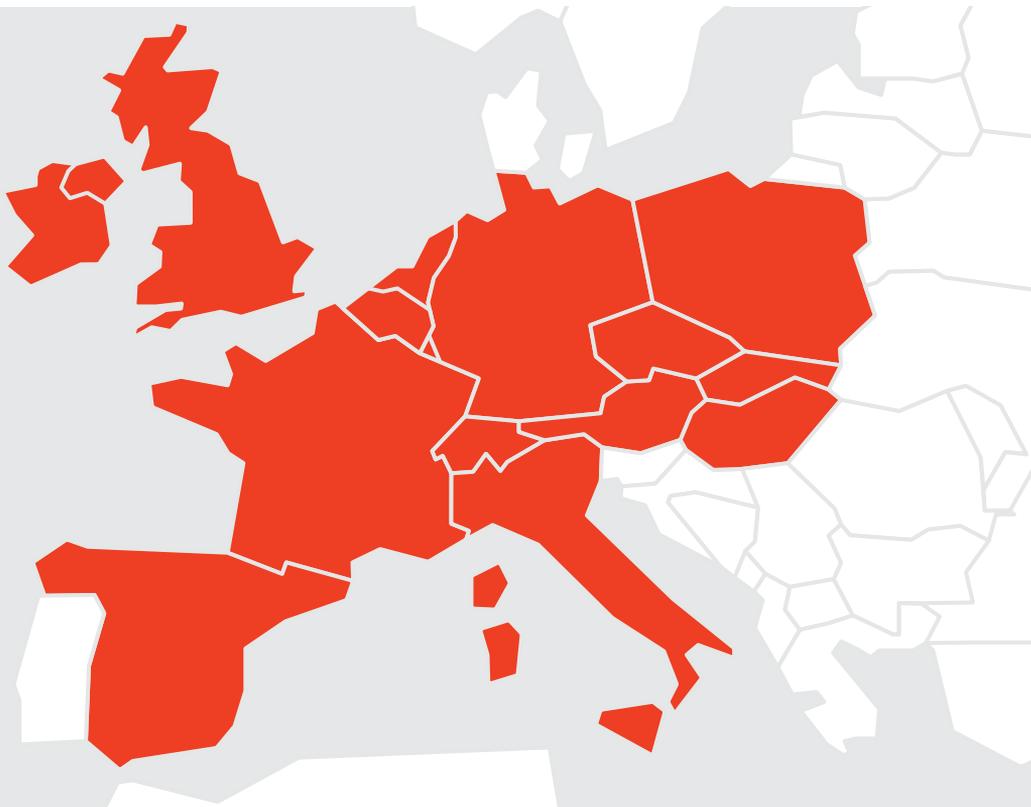
Wir pflegen kooperative, leistungsorientierte und auf Langfristigkeit ausgelegte Partnerschaften mit unseren Lieferanten. Dabei erwarten wir ein konstant hohes Qualitätsniveau der Lieferungen und Leistungen, wettbewerbsfähige Konditionen und die notwendige Flexibilität sowie optimale Liefertreue, um unser dynamisches Geschäftsfeld gemeinsam zu bearbeiten.

# Inhalt

	<b>Einleitung</b> .....	<b>2</b>
<b>1</b>	<b>Ziele unseres Lieferantenmanagements</b> .....	<b>4</b>
<b>2</b>	<b>Code of Conduct</b> .....	<b>5</b>
<b>3</b>	<b>Strategische Partnerschaft</b> .....	<b>8</b>
	<b>3.1</b> Lieferantenauswahl .....	<b>9</b>
	<b>3.2</b> Lieferantenbewertung .....	<b>10</b>
	<b>3.3</b> Lieferantenentwicklung .....	<b>11</b>

## 1 Ziele unseres Lieferantenmanagements

Unser grundsätzliches Ziel ist es, unseren Kunden bei der Beschaffung von indirekten Bedarfen die größtmögliche Artikelvielfalt zur Verfügung zu stellen. Dabei stehen wettbewerbsfähige Konditionen stets im Fokus. Unsere Lieferanten spielen hierbei eine wesentliche Rolle. Derzeit arbeiten wir mit rund 700 Lieferanten in 14 europäischen Ländern zusammen.



Auf Mercateo sollen ausschließlich Lieferanten vertreten sein, die den Qualitätskriterien von Mercateo sowie den gesetzlichen und ethischen Ansprüchen genügen. Für uns ist es selbstverständlich, dass alle Lieferanten die Gesetze und Regelungen der jeweiligen Länder, in denen sie für uns tätig sind, befolgen und ihre Verpflichtungen in zuverlässiger Art und Weise erfüllen. Hierzu werden die Lieferanten

mit unserer Lieferantenvereinbarung auch vertraglich verpflichtet. Zusätzlich verlangen wir von unseren Lieferanten, die entsprechenden Verhaltensrichtlinien (Code of Conduct) zu bestätigen. Mercateo ist neben Deutschland auch in Belgien, Frankreich, Irland, Italien, den Niederlanden, Österreich, Polen, der Schweiz, Spanien, der Slowakei, der Tschechischen Republik, Ungarn und dem Vereinigten Königreich vertreten.

## 2 Code of Conduct



Der Mercateo Verhaltenskodex beschreibt die wesentlichen Anforderungen von Mercateo an seine Geschäftspartner hinsichtlich deren Verantwortung für Mensch, Gesellschaft und Umwelt.

Wir sind bestrebt, den Inhalten unseres Code of Conduct zu entsprechen. Mercateo erwartet von seinen Lieferanten hierbei nicht nur die volle Akzeptanz, sondern aktive Unterstützung, um diese Prinzipien entlang der gesamten Lieferkette zu erfüllen.

**Folgende Prinzipien sind für Mercateo und seine Partner in ihrer Wahrung und Einhaltung von zentraler Bedeutung:**

- Menschenrechte der Mitarbeiter
- Gesundheit und Sicherheit der Mitarbeiter
- Menschenwürde (z. B. keine Kinderarbeit)
- Umweltschutz
- Fairer Wettbewerb und Bekämpfung von Korruption

## §1 Einhaltung der Gesetze

Mercateo hält die Gesetze und Normen der anwendbaren Rechtsordnung/-en und die der Vereinten Nationen sowie der International Labor Organisation ein. Dies betrifft alle einschlägigen Gesetze und Normen und nicht nur solche zu den Aspekten, die dieser Verhaltenskodex ausdrücklich benennt.

## § 2 Einhaltung und Wahrung der Menschenrechte der Mitarbeiter

Mercateo wahrt die Menschenrechte der Mitarbeiter, insbesondere die in der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte der Vereinten Nationen niedergelegten. Hierzu wird Mercateo insbesondere

- die Chancengleichheit und Gleichbehandlung gewährleisten und fördern, ungeachtet Hautfarbe, Rasse, Nationalität, sozialer Herkunft, körperlicher oder geistiger Behinderung, sexueller Orientierung, politischer oder religiöser Überzeugung, Alter oder Geschlecht der Mitarbeiter,
- die persönliche Würde, Privatsphäre und Persönlichkeitsrechte der Mitarbeiter respektieren und weder mittelbar noch unmittelbar beeinträchtigen,
- niemanden gegen seinen Willen beschäftigen oder zur Arbeit zwingen,
- eine der Tätigkeit des Mitarbeiters angemessene Entlohnung gewähren und einen gesetzlichen nationalen Mindestlohn nicht unterschreiten,
- die gesetzlichen maximalen Arbeitszeiten einhalten,
- die gesetzliche Vereinigungsfreiheit der Mitarbeiter anerkennen und diese nicht wegen einer Mitgliedschaft in Arbeitnehmerorganisationen oder Gewerkschaften benachteiligen,
- keinerlei Verhalten veranlassen und/oder dulden, das sexuell Zwang ausübend, bedrohend, missbräuchlich oder ausnutzend ist,
- keinerlei Behandlung der Mitarbeiter veranlassen und/oder dulden, die auf andere Art und Weise als die soeben dargelegten Ausprägungen inakzeptabel ist, die insbesondere psychische Härte, körperliche Gewalt, sexuelle oder persönliche Belästigung oder Diskriminierung bedeutet.

## § 3 Gesundheit und Sicherheit der Mitarbeiter

Mercateo ist für die physische und psychische Unversehrtheit, Gesundheit und Sicherheit seiner Mitarbeiter verantwortlich. Mercateo dämmt drohende Risiken ein und sorgt für bestmögliche Vorsorgemaßnahmen gegen Unfälle und Berufskrankheiten. Mercateo sorgt dafür, dass die Mitarbeiter regelmäßig über Gesundheitsschutz- und Sicherheitsnormen sowie Sicherheitsmaßnahmen informiert und geschult werden, sodass sie in der Lage sind, diese anzuwenden.

## § 4 Kinder und Jugendliche

Jegliche direkte oder indirekte Ausbeutung von Kindern und Jugendlichen, insbesondere Kinderarbeit, unterbleibt. Das Mindestalter eines Mitarbeiters liegt nicht unter dem Alter, in dem die Schulpflicht für den jeweiligen Mitarbeiter endet, jedenfalls nicht unter 15 Jahren für leichte Arbeiten und nicht unter 18 Jahren für gefährliche Arbeiten, es sei denn, die International Labor Organisation erlaubt im Einzelfall etwas anderes. Kinder und Jugendliche verrichten keine schweren Arbeiten und werden ausschließlich mit solchen Arbeiten betraut, die ihren physischen und psychischen Fähigkeiten entsprechen und die ihre physische und psychische Entwicklung nicht schädigen oder benachteiligen bzw. hierzu geeignet sind. Eine Beschäftigung von Kindern und Jugendlichen ist nachrangig zu deren schulischer Ausbildung.

## § 5 Umweltschutz

Mercateo berücksichtigt bei der geschäftlichen Tätigkeit den Schutz der Umwelt und den Erhalt der natürlichen Lebensgrundlagen, insbesondere beim Umgang mit chemischen und giftigen Materialien und Substanzen, beim Umgang mit Abwasser und Abfällen, beim Ausstoß von Abgasen und anderen Luftverschmutzungen sowie beim Verbrauch von Wasser und Energie.

## § 6 Verbot von Korruption

Jede direkte und indirekte Form der Bestechung, Erpressung, Korruption oder von Betrug unterbleibt. Mercateo verhält sich stets so, dass persönliche Abhängigkeiten, persönliche Verpflichtungen oder persönliche Beeinflussungen ausgeschlossen sind. Mercateo sorgt ferner für ein solches Verhalten der Mitarbeiter. Alle Geschäftspartner haben sich so zu verhalten, dass keine persönliche Abhängigkeit, Verpflichtung oder Beeinflussung entsteht.

## § 7 Einhaltung des Verhaltenskodexes

Umgehungen dieses Verhaltenskodexes unterbleiben, wie z. B. durch vertragliche Vereinbarungen oder vergleichbare Maßnahmen. Mercateo sorgt für die Kenntnis der in diesem Verhaltenskodex niedergelegten Verhaltensanforderungen bei den Mitarbeitern. Mercateo erwartet ferner von den Geschäftspartnern ein diesem Kodex entsprechendes Verhalten und eine unverzügliche Benachrichtigung, wenn diese von einem Verstoß oder von Indizien für einen Verstoß gegen den Verhaltenskodex in ihrem Verantwortungsbereich (inklusive einer evtl. Kette der jeweiligen Geschäftsverbindungen) erfahren.



### 3 Strategische Partnerschaft

Für uns beginnt die strategische Partnerschaft bereits mit der Lieferantenauswahl. Eine fundierte Lieferantenauswahl stellt die Grundlage einer professionellen Lieferantenstrategie dar. Diese Lieferanten dann erfolgreich zu integrieren, zu bewerten und systematisch weiterzuentwickeln, sind weitere wichtige Eckpfeiler.

### 3.1 Lieferantenauswahl

Wer passt zu uns? Wir haben das Ziel, länderübergreifend die besten Lieferanten auszuwählen. Dabei sind die Qualität der Zusammenarbeit, die spezifische Leistungsfähigkeit, größtmögliche Sortimentsvielfalt und die strategische Bedeutung entscheidend. „Große“ und „kleine“ Lieferanten werden gleichermaßen ausgewählt.

Jegliche Lieferantenauswahlentscheidungen treffen wir ausschließlich unter objektiven und nachvollziehbaren Kriterien. Bei der Auswahl von Lieferanten und Dienstleistern, bei der Umsetzung von Zielen und der Bewertung von Lieferantenleistungen berücksichtigen wir serviceorientierte, preisliche und logistische Gesichtspunkte. Hierbei gehen wir nach einem einheitlichen Verfahren vor und arbeiten transparent.



Lieferantenauswahl  
(Stand: November 2018)

### 3.2 Lieferantenbewertung

**Im Sinne einer ständigen Verbesserung unserer Beschaffungsplattform und dem dort zur Verfügung gestellten Angebot an Artikeln, bewerten wir regelmäßig die Performance der Lieferanten.**

Die Lieferantenbewertung erfolgt mittels standardisierter Bewertungskriterien. Die Bewertungsergebnisse werden in regelmäßigen Abständen an die Lieferanten kommuniziert und die Optimierungspunkte gemeinsam abgestimmt. Ferner dient das Ergebnis der Bewertung zugleich als Entscheidungskriterium im Hinblick auf die weitere Zusammenarbeit und deren Ausbau.

**Die Bewertung erfolgt nach folgenden Kriterien:**

- Logistik / Liefertreue
- Konditionen (Artikelpreise, Versandkosten, etc.)
- Contentqualität und -quantität (Artikeldaten, Herstellernummern, sicherheitsrelevante Kennzeichen, etc.)

→ Service-Level (Erreichbarkeit, Antwortverhalten, Kulanzverhalten, etc.)

→ Technisches (Lagerstandanzeige, Lieferavisübermittlung, Track & Trace, etc.)

Der Bewertungszeitraum für die fünf oben genannten Standardbewertungskriterien wird auf zwölf Monate fortlaufend festgelegt.

Die ABC-Einstufung der Lieferanten erfolgt aus der für die Bewertungsperiode ermittelten Gesamtpunktezahl.

Die Kriterien der Lieferantenbewertung sind dokumentiert und stehen jedem Partner zur freien Verfügung bzw. werden im Zuge des Jahresgesprächs erläutert.



### 3.3 Lieferantenentwicklung

**Die Lieferantenentwicklung dient zur Absicherung und Stärkung unserer Marktposition.**

Die Bewertungserkenntnisse werden in Maßnahmen zur Lieferantenentwicklung umgesetzt und dienen als Grundlage für die weitere strategische Ausrichtung. Dies kann zum Beispiel bedeuten:

- Erarbeiten einer gemeinsamen Internationalisierungsstrategie
- Ausbau von Sortimenten, z. B. Aufnahme von weiteren (kompletten) Herstellersortimenten
- Gemeinsames Erarbeiten von Konzepten für die Lieferung von Artikeln in bestimmten (kritischen) Produktbereichen (chemische Produkte, Arbeitsschutz, etc.)
- etc.

## Sie haben noch Fragen?

Nehmen Sie gern Kontakt mit Ihrem Ansprechpartner auf oder melden Sie sich direkt beim Lieferantenmanagement.



**Steffen Hammerla**  
Tel. +49 341 35586165  
lieferanten@mercateo.com

[www.mercateo.com](http://www.mercateo.com) | [www.mercateo.be](http://www.mercateo.be) | [www.mercateo.fr](http://www.mercateo.fr)  
[www.mercateo.ie](http://www.mercateo.ie) | [www.mercateo.it](http://www.mercateo.it) | [www.mercateo.nl](http://www.mercateo.nl)  
[www.mercateo.at](http://www.mercateo.at) | [www.mercateo.com.pl](http://www.mercateo.com.pl) | [www.mercateo.ch](http://www.mercateo.ch)  
[www.mercateo.es](http://www.mercateo.es) | [www.mercateo.sk](http://www.mercateo.sk) | [www.mercateo.cz](http://www.mercateo.cz)  
[www.mercateo.hu](http://www.mercateo.hu) | [www.mercateo.co.uk](http://www.mercateo.co.uk)