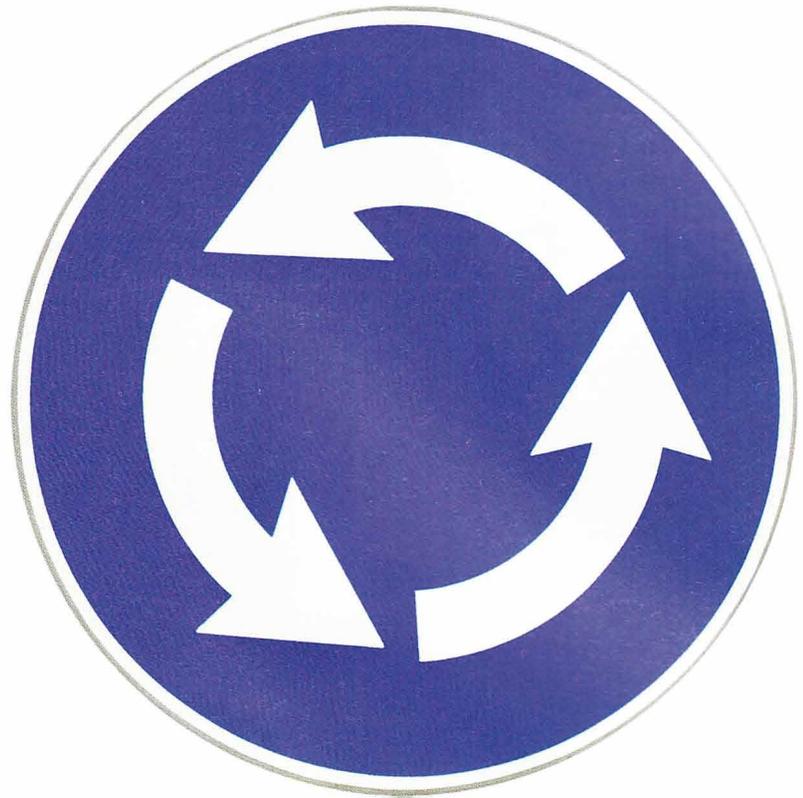




Dealers only



Der Groß- und Zwischenhandel geht mit der Zeit: Wie die Verbraucher können jetzt Einzelhändler online ordern – zum Beispiel bei dealers planet oder keenon fashion.

Text Martin Heiermann

Wir haben uns Preis- und Markttransparenz für den Handel auf die Fahnen geschrieben“, sagt Matthias Wagner. Er ist Vorstandsvorsitzender der Callido AG, eines Start-up, das zu Beginn des Jahres mit der Handelsplattform dealers planet online gegangen ist. Der neue Webshop richtet sich nicht an Verbraucher, sondern ausschließlich an Händler. Auch Hersteller sind nicht zugelassen.

Auf der Plattform haben sich einige Wochen nach dem Startschuss sowohl Online-Händler als auch Großhändler sowie mittelständische Fach- und Einzelhändler registriert, berichtet das junge Unternehmen. Die Handelsplattform bietet ihnen die Möglichkeit, Produkte aus ihrem Sortiment als Angebote in das Verkaufsportale einzustellen und dort offerierte Produkte zu festen Preisen zu erwerben: „Aktuell haben sich rund 200 Händler registriert; es werden jedoch täglich mehr“, war von Callido zu erfahren. Darüber hinaus sind konkrete Zahlen zum ersten Erfolg von dealers planet zurzeit noch Mangelware. Nach den ersten Wochen sei eine vorläufige Bilanz noch zu früh.

Doch immerhin soviel: Der Zuspruch der Händler zu dealers planet entwickle sich zwar nicht überbordend, aber doch stetig aufwärts. Ursache für die anfängliche Zurückhaltung vieler Einzelhändler sei, dass eine derartige Handelsplattform ein Novum auf dem deutschen Markt ist. So zeigte sich für die Callido AG in ersten Reaktionen, dass der Erklärungsbedarf für einzelne Interessenten größer war als erwartet. Entsprechend übertrifft der Aufwand, den das Hamelner Unternehmen betreiben muss, um Händler für die Plattform zu gewinnen, das ursprünglich erwartete Maß. Das berichten jedenfalls die Gründer des Start-up.

Als dealers planet Anfang des Jahres online ging, standen nicht sofort alle Handelsbranchen im Fokus der Online-Plattform. Zunächst, und das ist auch der aktuelle Stand, richtet sich das Angebot an zwei Handelsbereiche: Händler aus den Segmenten Unterhaltungselektronik und Haushaltsgeräte sowie an Anbieter rund um die Themenfelder Outdoor, Sport und Freizeit. Nun zeigen die Erfahrungen der Startphase, dass der Outdoor-, Sport- und Freizeit-Einzelhandel bisher offenbar weniger Interesse an einer derartigen Handelsplattform an den Tag legte. Sichere Aussagen über die Ursachen kann man bei Callido bisher nicht machen. Die Unternehmensführung vermutet aber, dass es an Vertriebsbeschränkungen liegt: „Insbesondere die rigiden vertikalen Vertriebsbeschränkungen nicht nur der A-Marken scheinen eine große Rolle zu spielen“, spekuliert man in Hameln. „Hier mussten wir unsere Erwartungen hinsichtlich der Markt-Akzeptanz deutlich nach unten korrigieren“, berichtet Matthias Wagner.

b2b-Webshops für Einzelhändler: dealers planet und keenon fashion im Vergleich.



<http://www.dealers-planet.de>
<http://www.keenon-fashion.de>

Die Unterhaltungselektronik- und Haushaltsgeräte-Branche hat da weniger Probleme. Rund 90 Prozent der registrierten Händler kommen aus diesem Bereich, berichtet der Plattform-Betreiber. Deshalb liege der Fokus derzeit auch bei dieser Handelsbranche.

Aktuell steht dealers planet zudem in erfolgsversprechenden Gesprächen mit großen Distributoren, teilt das Unternehmen mit. Die Verhandlungen haben das Ziel, bis zu 30.000 Artikel auf die Plattform einzustellen. Damit könne dann nahezu auf das gesamte gelistete Sortiment solcher Distributoren zugegriffen werden. Eine erste konkrete Einigung erwartet man bei Callido in den nächsten Wochen, vielleicht sogar früher.

„Aktuell haben sich rund 200 Händler registriert.“

Matthias Wagner, Callido AG

Grundsätzlich jedoch will das b2b-Online-Portal nicht nur zwei Handelsbranchen ansprechen. Über die Hinzunahme weiterer Einzelhandelssegmente sollen im Sommer erste Entscheidungen fallen. Wie die Entscheidungen ausfallen, hänge natürlich unter anderem auch von der Geschäftsentwicklung bei den beiden „Startbranchen“ ab. Allerdings, so berichten die Plattformbetreiber, erhalte man deutliche Signale aus dem Handel, dass weitere Produktgruppen aufgenommen werden sollten.

Zufrieden zeigt sich das Start-up bisher mit der eigentlichen Online-Abwicklung der Geschäfte zwischen den Marktteilnehmern. Die bereits abgewickelten „Deals“ seien bislang ohne Ausnahme absolut reibungslos über die Bühne gegangen. Einerseits, weil die anbietenden Händler bereits beim Einstellen der Waren die Preise, die Lieferkosten und -zeiten festsetzen und somit ein direkter Preisvergleich zwischen den Anbietern möglich ist; andererseits weil die Struktur der Plattform den Vorteil habe, dass kein Dritter, auch nicht die Plattformbetreiber Callido, aktiv ins Verfahren eingreifen könne. Die Logistik, also der Versand liegt allerdings allein in der Verantwortung der beteiligten Händler.

Hersteller aus den beiden bisher beteiligten Branchen sind mit ihren Produkten auf dem Online-Marktplatz dealers planet derzeit nicht zu finden. Dies sei auch nicht vorgesehen. Die Plattform verknüpfe ausschließlich Händler mit Händlern - als Anbieter wie als Erwerber, betonen die Betreiber noch einmal. Sie heben damit die Alleinstellung ihres Webshops hervor im Unterschied zu anderen Webshop-Betreibern. Beispielsweise von keenon-fashion.com der Otto-Gruppe. Dieses Portal hat sich zum Ziel gesetzt, das Ordern der Waren zu beschleunigen. Das Tool ermögliche Markenherstellern und Einzelhändlern, durch schlanke Prozesse ihre Ausgaben zu senken und gleichzeitig durch neue Angebote den Umsatz zu steigern. Als Tochter der Otto-Gruppe reklamiert keenon fashion für sich sowohl die Mode- als auch die Logistikkompetenz der Hermes Gruppe. Auf keenon fashion stehe dem Fachhandel eine große Auswahl an Marken zur Online-Bestellung zur Verfügung. Digitale Showrooms führen durch die einzelnen Kollektionen. Gefiltert wird schnell und einfach nach Kategorien, Marken, Preislagen, Vororder- oder Sofortware. ■

