



Hartmut Kamphausen

vor einem Tag

3 Min. Lesezeit



## Konzepte: Bestellplattform Nextrade gestartet

Nextrade heißt die neue digitale Branchen-Bestellplattform, deren Start während der Ambiente gemeinsam von der Messe Frankfurt und Nmedia bekanntgegeben wurde. Mit dieser neuen Clearing- und Verbindungsplattform sollen der Bestellprozess und Datenaustausch zwischen Handel und Herstellern vereinfacht und die Prozesskosten gesenkt werden.

Bestellungen per Fax, Telefon oder E-Mail sind aktuell in der Branche an der Tagesordnung. Wenn über einen B2B-Webshop bestellt wird, erfolgt das jeweils lieferantenspezifisch. Für den Handel bedeutet dies, wenn er digital bestellen will, dass er sich in jeden Hersteller-Webshop einzeln einloggen muss, um seine Bestellung abzugeben. Für den Hersteller resultieren aus den unterschiedlichen Bestellformen die händische Eingabe der Daten in sein eigenes System genauso wie die Gefahr von Falschlieferungen durch nicht lesbare Bestellnummern oder ähnliches. Insgesamt bedeutet das Thema Bestellabwicklung für beide Seiten einen Aufwand, der sich nach Aussagen von Nicolaus Gedat, Geschäftsführer von Nmedia in Düsseldorf, verringern lässt.



Das Logo des B2B-Marktplatzes Nextrade. Abb.:  
Nextrade

Denn genau hier setzt Nextrade an. Über die Bestellplattform werden die Bestellungen zwischen den beteiligten Parteien Handel und Lieferanten ausgetauscht. Im Idealfall laufen die automatisierten Bestellungen aus der Warenwirtschaft des Handels direkt in die Warenwirtschaft des Herstellers, die dort dann die einzelnen Schritte wie Bestellbestätigung, logistische Abwicklung und Rechnungserstellung auslösen. Aber auch dann, wenn kein Warenwirtschaftssystem im Spiel ist, bringt die Plattform Erleichterungen: Der Händler kann seine Bestellungen bei allen auf Nextrade vertretenen Lieferanten über eine Plattform abwickeln, die Lieferanten haben diese dann direkt in ihren Systemen. Dabei ist die Art des Systems egal, die Clearingstelle Nmedia bzw. Nextrade übernimmt jeweils die Übersetzung. Die Hersteller pflegen die Daten ihrer Artikel auf dem Marktplatz in einen jeweils eigenen Webshop ein, in dem der Händler dann nach Freischaltung durch den jeweiligen Lieferanten bestellen kann.

Gemeinsam mit der Messe Frankfurt, die sich für den Aufbau von Nextrade an Nmedia beteiligt hat, wird Nmedia nach eigenen Aussagen die weltgrößte Transaktionsplattform der Branche

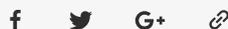
Bestell-Kommunikation mit dem Handel über Nextrade abzuwickeln. Derzeit baut Nmedia auf einer Basis von 500 Lieferanten und 1.000 Händlern auf, die bereits Bestellungen in einem siebenstelligen Volumen über die Clearingstelle abwickeln. Alle führenden GPK-Marken gehören nach Aussage von Nicolaus Gedat bereits zu den teilnehmenden Herstellern. Mit einem Anteil von 80 Prozent deutscher Hersteller ist die weitere Internationalisierung des Projektes erklärtes Ziel.

Von der Zusammenführung der Kompetenzen im IT-Bereich von Nmedia und im Vertriebs- und Marketingbereich der Messe Frankfurt erhoffen sich die Initiatoren einen deutlichen Schub für die Digitalisierung der Prozesse zwischen Lieferanten und Handel. Weiterer Vertriebspartner des Projektes ist die EK Servicegroup aus Bielefeld.

Das Live-Schalten von Nextrade ist für das zweite Halbjahr 2019 geplant, in einer weiteren Ausbauphase soll Nextrade „zum Datacenter der Branche werden“, so Gedat. Dann stehen auf der Plattform alle Produktdaten der teilnehmenden Hersteller von der Produktbeschreibung über Bildmaterial und Videos bis hin zu spezifischen Angaben zur Verfügung. Dadurch wird auch die Katalog- oder Broschüreneerstellung und auch die Bestückung und Aktualisierung des Händler-Onlineshops vereinfacht. Dies wird noch einmal eine deutliche Prozesskostenoptimierung in verschiedenen Bereichen des Handels aber auch der Lieferanten erzeugen. Nextrade bleibe dabei immer Clearingstelle und Transaktionsplattform, wie Gedat betont, und wird - ganz eindeutig - „niemals B2C machen“.

Für Philipp Ferger, bei der Messe Frankfurt verantwortlich für das Projekt, bedeutet Nextrade keine Kannibalisierung von Messen, vielmehr ist es die „proaktive Unterstützung der Besucher.“ Die Messe dürfe in den Zeiten sich deutlich verändernder Handelslandschaften nicht zusehen, unterstreicht Ferger. Mit Nextrade ist die Messe Frankfurt die erste Messegesellschaft, die in dieser Art den Handel, die Besucher ihrer Messen, unterstützt. Als Anbieter auch weiterer Messen in angrenzenden Segmenten wie der Christmasworld, der Paper- oder der Creativeworld ist eine sukzessive Ausweitung von Nextrade über die Produktbereiche der Ambiente hinaus laut Ferger durchaus denkbar. Der erste Schritt wird aber mit den Ambienteausstellern und -besuchern gegangen. Das zeigt sich auch darin, dass für die Ambienteaussteller in den nächsten beiden Jahren die Grundgebühr für Nextrade bei der Messe Teilnahme von der Messe Frankfurt übernommen wird.

[www.nextrade.market](http://www.nextrade.market)



Konzepte

37 Ansichten



Aktuelle Beiträge

[Alle ansehen](#)

**Konzepte: Premium-Partner-Offensive bei Jura**

**Konzepte: Zwilling unter Strom**

**Konzepte: Wüsthof: Ein Unternehmen im Wandel**

Anmelden, um einen Kommentar zu hinterlassen!

**MIT UNSEREM NEWSLETTER IMMER AUF DEM  
LAUFENDEN BLEIBEN!**

JETZT ANMELDEN



[Impressum](#) | [Datenschutz](#) | [AGB](#) | [Mediadaten](#)

© 2019 by tischgesprach.de