

Donnerstag, 23. April 2020



[zurück zu den News \(http://www.pbsreport.de/home.html\)](http://www.pbsreport.de/home.html)

[vorheriger Artikel \(http://www.pbsreport.de/home.html?nid=65706\)](http://www.pbsreport.de/home.html?nid=65706)

[nächster Artikel \(http://www.pbsreport.de/home.html?nid=65705\)](http://www.pbsreport.de/home.html?nid=65705)

Philipp Ferger und Nicolaus Gedat im Interview 21.04.2020

Nextrade bringt Handel und Lieferanten ganzjährig zusammen

Nextrade ist der erste digitale B2B-Marktplatz für Lieferanten und Händler im Home & Living Business. Dem Handel stehen über 135 Lieferanten und 200.000 Artikeln zur Verfügung. Nextrade ist der erste digitale B2B-Marktplatz, der die gesamte Home- und Living-Branche abdeckt. Betrieben wird die Plattform gemeinsam von der Messe Frankfurt, nmedia, Marktführer in der EDI Home & Living, und der EK/servicegroup. Wir wollten von Philipp Ferger, Bereichsleiter Tendence und Nordstil sowie Nicolaus Gedat, Geschäftsführer nmedia, wissen welchen Rolle der Marktplatz in der Corona-Krise spielt.



Philipp Ferger, Messe Frankfurt, und Nicolaus Gedat, nmedia

PBS Report: Welchen Stellenwert nimmt Nextrade als erster digitaler B2B- Marktplatz der Home & Living-Branche in Zeiten von Corona für Händler und für Messebegegnungen ein?

Philipp Ferger: Als Messeveranstalter beobachten wir insbesondere seit Anfang des Jahres, in welchem massiven Umfang analoge Begegnungen von externen Faktoren wie zum Beispiel des Coronavirus abhängig sind. Es ist trotz aller Herausforderungen für den Handel großartig zu sehen, mit welcher Stärke Händler in diesen Zeiten weitermachen und auf unterschiedlichen Wegen – ob über Gutschein- oder Online-Verkauf – aktiv bleiben. Wir wollen den Handel hierbei unterstützen und es ihm ermöglichen, Geschäftsbeziehungen auch in Zeiten von Corona aufrecht zu erhalten. Mit Nextrade stellen wir zum einen unseren Ausstellern und Messebesuchern eine Order- und Datenplattform zur Verfügung, die ganzjährig auf Messen einzahlt. Damit führen wir 365 Tage im Jahr Angebot und Nachfrage weltweiter Messeteilnehmer orts- und zeitunabhängig zusammen. Aber auch Händlern, die beispielsweise zur diesjährigen Ambiente nicht anreisen konnten, bietet dies die Chance, sowohl ihren Orderrückstand über die Nutzung von Nextrade auszugleichen als auch neue Lieferanten zu entdecken. Die Order- und Datenplattform schafft somit neue Kanäle und Touchpoints, die ganzjährig auf Messen einzahlen.

Nextrade richtet sich allerdings keineswegs nur an Messeteilnehmer. Als erster digitaler B2B-Marktplatz für Home & Living führt die Plattform Angebot und Nachfrage der gesamten Branche digital zusammen – und schafft damit großen Mehrwert für beide Seiten.

PBS Report: Was sind die wesentlichsten Vorteile für Händler beim Bestellprozess?

Nicolaus Gedat: Eines vorweg: Für Händler ist Nextrade kostenlos. Das User-Interface der Plattform ist zudem genau auf die Bedürfnisse von Händlern angepasst, die ihre Sortimente gezielt von unterschiedlichen Unternehmen beziehen. Je Lieferant können sich Händler einen Warenkorb mit den für sie gültigen Preisen zusammenstellen und behalten dadurch die Übersicht über alle individuellen Einkäufe und Kosten. Suchergebnisse werden in einer Übersicht aller Lieferanten dargestellt, die das gesuchte Produkt verschlagwortet haben – sortiert nach jenen Anbietern, die die größte Auswahl des gesuchten Produktes vorweisen können. Noch effizienter wird der Bestellprozess zudem über die Schnellerfassungsfunktion: Händler können bekannte Artikelnummern direkt eingeben oder ein vorher erstelltes CSV- Excelsheet hochladen, um ihre Warenkörbe ohne Suche und ohne manuelle Produktauswahl vollautomatisiert zu füllen. Kurz gesagt: Mit Nextrade greifen Händler auf eine immer weiter wachsende Anzahl an Topmarken der Home & Living-Branche zu – mit einem einzigen Log-in, in einem Look-and-feel und aus einem System heraus.

PBS Report: Und welche Vorteile ergeben sich für den Verkauf vor Ort?

Nicolaus Gedat: Insbesondere große Händler können für den Verkauf am PoS Marketingmaterialien und Daten von Lieferanten aus einem System heraus abrufen. Für den stationären Handel dient Nextrade zudem als verlängerte Ladentheke im Kundengespräch. Bei Anfragen im Laden nach Farbvariationen oder Verfügbarkeiten von Produkten können Händler dank Nextrade in Echtzeit überprüfen, welche Produkte zu welchem Zeitpunkt verfügbar sind und dies dem Kunden unmittelbar mitteilen.

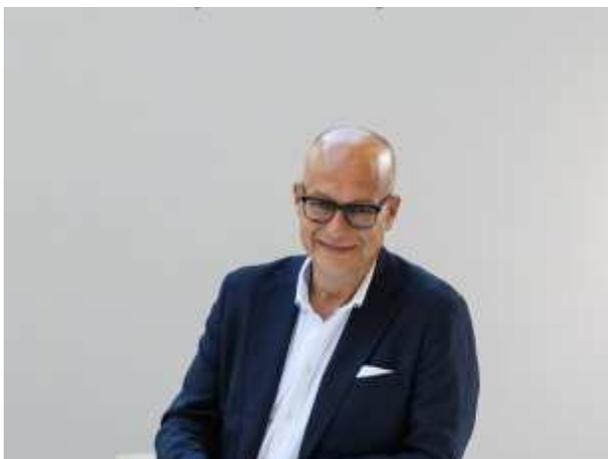
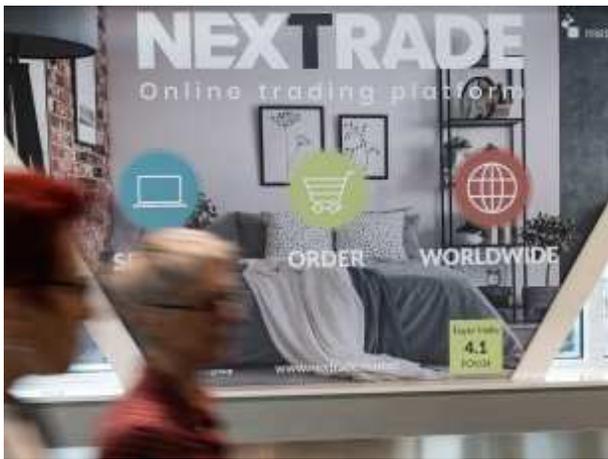
PBS Report: Was sind die größten Vorteile für Lieferanten?

Philipp Ferger: Lieferanten sind auf Nextrade in der Auswahl ihrer Händler hundertprozentig autark und können individuelle Zugangsrechte zu ihren Shops vergeben – von unterschiedlichen Preislisten, Frachtkonditionen bis hin zu individuellen Zugängen zu Produktsortimenten. Weiterhin können sie Preisveränderungen oder Marketingmaterialien in Echtzeit aktualisieren und unmittelbar auf effizientem Wege der gesamten Home & Living-Branche zur Verfügung stellen. Zudem erreichen Lieferanten über Nextrade Handelspartner, mit denen sie bisher nicht über Messen oder andere Vertriebskanäle in Kontakt waren – und das im In- wie im Ausland. Ausstellern der Ambiente und Tendance erlassen zudem wir in diesem herausfordernden Jahr die jährliche Grundgebühr für Lieferanten.

PBS Report: Herr Ferger, Herr Gedat – vielen Dank.

Hier geht es zum B2B-Marktplatz: [nextrade.market \(http://www.pbsreport.dehttp://nextrade.market\)](http://www.pbsreport.dehttp://nextrade.market)

Bilder



[Vorwärts](#)

[zurück zu den News \(http://www.pbsreport.de/home.html\)](http://www.pbsreport.de/home.html)

[vorheriger Artikel \(http://www.pbsreport.de/home.html?nid=65706\)](http://www.pbsreport.de/home.html?nid=65706)

[nächster Artikel \(http://www.pbsreport.de/home.html?nid=65705\)](http://www.pbsreport.de/home.html?nid=65705)