

Messe Frankfurt/nmedia

Mehr als 1.500 registrierte Händler bei Nextrade

Donnerstag, 14.05.2020

Wachstumsschub auf Nextrade, der digitalen Order- und Datenplattform der Messe Frankfurt in Kooperation mit nmedia: Mehr als 1.500 Händler sind aktuell registriert und 250.000 Artikel eingestellt.

Die aktuellen Entwicklungen rund um die Corona-Pandemie lassen Messebegegnungen vor Ort momentan nicht zu. Das ist eine schwierige Situation für Aussteller und Fachbesucher, um Geschäftsbeziehungen in dieser Zeit aufrechtzuerhalten. Das Order- und Datenmanagement-Portal Nextrade bietet gerade vor diesem Hintergrund mit einer digitalen 24/7-Geschäftsbeziehung zwischen den Messeteilnehmern neue Chancen. Somit können Händler rund um die Uhr und damit unabhängig von aktuellen behördlichen Maßnahmen ihre Order bei den angebundenen Lieferanten platzieren.

„Gerade haben wir den Meilenstein von 1.500 registrierten Händlern bei Nextrade überschritten, und das bei Teilnehmern aus 55 Ländern, die auf unserer Plattform Nextrade aktiv sind. Tendenz steigend. Und auch lieferantenseitig sind bereits 185 Unternehmen aus 17 Ländern mit mehr als 250.000 Artikeln registriert – und täglich kommen neue dazu. Namhafte Unternehmen wie Artebene, Le Feu, Emform, Mags, Noi, Römertopf oder Sigikid gehören zu unseren neuesten Lieferanten“, freut sich Nicolaus Gedat, Geschäftsführer nmedia, über den Erfolg des Portals.

Auch Philipp Ferger, Geschäftsführer von nmedia sowie Bereichsleiter Tendance und Nordstil zieht ein positives Resümee: „Die Besucher unserer Messen – allen voran Ambiente, Tendance und Nordstil – nehmen den zusätzlichen und noch dazu kostenfreien Service der Messe Frankfurt aktiv an. Anfang Mai haben wir auch mit der internationalen Vermarktung in den ersten europäischen Märkten wie Dänemark, Frankreich, den Niederlanden, Polen und Schweden gemeinsam mit den dortigen Vertriebspartnern der Messe Frankfurt gestartet. Und wie man heute schon sieht, gewinnt das Portal auch international rasant an Bedeutung.“

Nextrade soll den Handel dabei unterstützen, Geschäftsbeziehungen auch außerhalb der Branchenmessen aufrecht zu erhalten und bietet ihnen die Chance ihren Orderrückstand über die Nutzung des Portals auszugleichen. Gleichzeitig können Händler dort neue Lieferanten entdecken. Die Order- und Datenplattform schafft somit neue Kanäle und Touchpoints, die ganzjährig auf die Branchenmessen einzahlen. „Als Messeveranstalter beobachten wir insbesondere seit Anfang des Jahres, in welchem massiven Umfang analoge Begegnungen von externen Faktoren wie zum Beispiel dem Coronavirus abhängig sind. Online-Plattformen können Messen, die persönliche Begegnung und das Erleben von Produkten nicht ersetzen, stellen aber eine wichtige Ergänzung und aktuell eine ideale Alternative für das Geschäft unserer Kunden dar. Es ist trotz aller Herausforderungen für den Handel großartig zu sehen, mit welcher Stärke Händler in diesen Zeiten weitermachen und auf unterschiedlichen Wegen aktiv bleiben“, so Ferger weiter.

Die Online-Plattform richtet sich aber nicht 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 einen großen Mehrwert für beide Seiten. Auch Lieferanten bietet sie ganz neue Absatz-

und Vertriebskanäle, vor allem im Ausland. Nextrade ermöglicht ihnen die einfache Integration von Handelspartnern sowohl im In- als auch im Ausland, die bisher nicht über Messen oder andere Vertriebskanäle erreicht wurden.

Mehr als 1.500 registrierte Händler bei Nextrade

Links

- [Messe Frankfurt](#)