

# Messe Frankfurt und nmedia

## Digitale Orderplattform Nextrade gestartet

Montag, 01.07.2019

***Orts- und systemunabhängig: Die digitale Orderplattform Nextrade feierte mit der Eröffnung der Tendence 2019 den Go-Live ihrer Pilotversion. Über 40 Lieferanten mit mehr als 60.000 Artikeln haben bereits ihren B2B-Shop auf der Plattform eingerichtet.***

Nextrade, der digitale Marktplatz für die Konsumgüterbranche im B2B-Bereich, ist ab sofort in einer Pilot-Version online. Die Live-Schaltung für Händler erfolgt in den kommenden Wochen. Unter den Lieferanten befinden sich sowohl bereits im Portfolio von nmedia bestehende Brands wie Asa, Blomus, Gefu, Koziol, Leonardo und Robbe & Berking als auch eine Vielzahl an namhaften Neukunden – darunter große Player wie Berghoff, Butlers, Gilde, Hoff, Kaheku, Städter und Wenko. „Der Launch bildet für uns seit dem Auftakt im Februar 2019 den ersten großen Meilenstein zur Etablierung einer zentralen Orderplattform für die deutsche und internationale Home & Living-Branche. Wir freuen uns sehr, in enger Zusammenarbeit mit unseren Gesellschaftern in wenigen Monaten bereits eine erste große Anzahl sowohl an Bestands- als auch an Neukunden von Nextrade überzeugt und aktiv in das Angebot eingebunden zu haben. Mit aktuell 60.000 verfügbaren Artikeln liegen wir sehr gut im Zeitplan – und das innerhalb von drei Monaten nach Projektstart“, so Nicolaus Gedat, Geschäftsführer von nmedia, Marktführer in der EDI Home & Living Branche.

### **Ganzjährige Zusammenführung von Händlern und Lieferanten**

Die Messe Frankfurt fungiert als starker Vermarktungspartner für den nationalen und internationalen Vertrieb. Mit der Plattform launcht die größte deutsche Messegesellschaft ein Format, das in Zeiten massiver Konsolidierung des Handels neue Kanäle für die Zusammenführung von Angebot und Nachfrage schafft. Für Händler entfällt hierdurch das manuelle Ordern bei einzelnen Lieferanten, was Zeit, Kosten und Ressourcen spart. „Digitale Alternativen schaffen Freiräume, um Messebegegnungen noch stärker für die nachhaltige Vernetzung und das Aufspüren von Neuheiten und damit zur Sortimentsstärkung zu nutzen. Dazu hilft es, das Zeitfenster für aufwändige Orderprozesse auf jede Tages- und Nachtzeit zu vergrößern. Mit dem Launch der Plattform heben wir als erster Messeveranstalter dieses Potenzial und gestalten gemeinsam mit starken Partnern die digitale Transformation der Branche mit“, so Philipp Ferger, Bereichsleiter Tendence und Nordstil sowie Geschäftsführer von nmedia.

### **Lieferanten: Eigenes look & feel trotz einheitlicher Plattform**

Jeder Lieferant kann seinen eigenen Shop im look & feel der Marke mit eigener Rechteverwaltung bis hin zu individuellen Preisen gestalten – inklusive Upload von Produktbildern, Videos, Produktbeschreibungen und weiteren Marketingunterlagen. „Mit Nextrade haben wir endlich das Konzept, die Möglichkeiten der Digitalisierung für unsere Marke zu nutzen“, so Oliver Kleine, Geschäftsführer Leonardo. Zudem ermöglicht der Marktplatz die Integration von Handelspartnern, die nicht über Messen oder Vertriebspartner erreicht werden. „Unsere Welt wächst durch Nextrade weiter zusammen. Die Plattform ist eine große Chance für unsere Marke“, so Philip C. Köllner, Geschäftsführer des Herstellers Wenko rund um Bad, Küche, Wäsche und Wohnen. Durch die Einrichtung eines eigenen Markenshops können

Lieferanten zudem über eine zentrale Schnittstelle Händler anbinden und den Verkauf gebündelt, effizient und kostenreduziert mit wenigen Klicks organisieren. „Wir müssen schneller unsere Innovationen am POS präsentieren – Nextrade ist der richtige Weg“, so Florian Berger, Inhaber Donkey Products.

Die Pilot-Version kann während der Tendence vom 29. Juni bis zum 1. Juli 2019 in Halle 8.0 am Stand D10 getestet werden: [www.nextrade.market](http://www.nextrade.market)

## **Digitale Orderplattform Nextrade gestartet**

### **Links**

- [Tendence](#)

### **Weiterführende Links**

- [Ambiente](#)
- [Nextrade](#)