

CUTES

Das Magazin für Papeterie und mehr



Nexttrade auf der Ambiente 2020: internationaler Rollout der B2B-Plattform. (Bild: Messe Frankfurt/Nexttrade)

Home & Living: Marktplatz Nexttrade mit nächstem Step

25.02.2020 | [E-Business](#) | red.

Mit über 800 qualifizierten Leads aus der ganzen Welt schafft der digitale B2B-Marktplatz Nexttrade auf der Ambiente 2020 den internationalen Durchbruch, so die Info der Marktplatz-Betreiber.

An allen fünf Messetagen der diesjährigen Ambiente war das Vertriebsteam von Nexttrade im globalen Austausch mit Ausstellern aller drei Produktgruppen Dining, Living und Giving. Die Aussicht, mit einem eigenen Shop Teil der ersten B2B-Plattform für die Home & Living-Branche zu werden, stieß bei einer Vielzahl an internationalen Unternehmen auf Interesse. „Das Nexttrade-Team war im Dauereinsatz auf der Ambiente. So konnten wir in nur fünf Tagen über 800 qualifizierte Leads generieren. Hinzu kamen zahlreiche intensive Gespräche am Nexttrade-Stand mit Besuchern aus aller Welt. Das Team arbeitet aktuell mit Hochdruck daran, neue Lieferanten in Nexttrade einzubinden“, so Philipp Ferger, Bereichsleiter Tendence und Nordstil sowie Geschäftsführer von nmedia. Denn die Netzwerkeffekte digitaler Plattformen gelten auch für Nexttrade: Je mehr Angebot, Nachfrage und relevante Informationen der Marktplatz vereint, umso größer ist sowohl für Händler als auch für Lieferanten der Nutzen. Nach einer dreimonatigen Pilot-Phase ist Nexttrade seit Ende Oktober im Live-Betrieb, sodass sich neben Lieferanten auch Händler registrieren können. Für Händler ist Nexttrade kostenlos. Wenige Wochen nach dem Launch hatte sich das Produktsortiment auf der Angebotsseite bereits verdoppelt: Ende 2019 waren auf Nexttrade über 60 Lieferanten mit 120.000 Artikeln gelistet. Mit dem Beginn des Jahres ist der digitale Marktplatz weiter gewachsen: Aktuell sind 110 Lieferanten aktiv. Mit dem Start des internationalen Rollouts auf der Ambiente haben sich nun Händler aus 26 Ländern registriert.

Als erste Order- und Datenplattform für Home & Living will Nextrade neue Standards in der Zusammenführung von Angebot und Nachfrage setzen und die digitale Transformation dieser Branche maßgeblich mitgestalten. Nextrade soll dabei Messeteilnehmern Freiräume schaffen: Besucher können nicht mehr nur während der Messe, sondern 365 Tage im Jahr rund um die Uhr ordern. Für Messebegegnungen bedeute dies vor allem noch mehr Zeit – für die nachhaltige Vernetzung, für das Aufspüren von Neuheiten und damit zur Sortimentsstärkung, wie Philipp Ferger betont. Für Händler, die zur diesjährige Ambiente aufgrund von Corona und dem Sturmtief Sabine nicht anreisen konnten, bieten bereits angebundene Ambiente-Aussteller die Chance, ihren Orderrückstand über die Nutzung von Nextrade auszugleichen. Hierzu gehören Dining-, Living- und Giving-Topmarken wie Asa, Berghoff, Blomus, Donkey, G. Wurm, Gefu, Gift Company, Gilde, Hoff, Kaheku, Kare Design, Koziol, Leonardo, Philippi, Sompex, Städter, Räder, Robbe & Berking, Troika, WMF, Zieher und Zwilling.

Kontakt: www.nextrade.market

Artikel Fakten

Autor: red.

Datum: 25.02.2020

Seiten: 1

Schlagwörter: [Ambiente](#) | [Nextrade](#) | [Home & Living](#)