

METRO STARTET ONLINE-MARKTPLATZ FÜR GASTRONOMEN

1 - 3

- METRO erweitert Geschäftsmodell um B2B-Online-Marktplatz für die Gastronomie-Branche
- Online-Plattform startet in Deutschland, weitere Länder folgen
- Marktplatz ist offen für alle Händler, Hersteller und Gastronomen
- Zum Start sind weit über 20.000 Non-Food-Artikel von rund 40 Partnern im Angebot

Düsseldorf, 13. September 2019 – Der Großhandelsspezialist METRO baut sein digitales Angebot für unabhängige Gastronomen weiter aus. METRO startet den ersten speziell auf die HoReCa-Kunden (Hotel, Restaurant, Catering) ausgerichteten B2B-Online-Marktplatz in Deutschland. Auf diesem zusätzlichen Vertriebskanal bietet METRO nicht nur Non-Food-Produkte aus dem eigenen Sortiment an, derzeit vertreiben auch rund 40 weitere Partner ihre Produktpaletten hierüber. So sind bereits deutlich über 20.000 Non-Food-Artikel für die Gastronomie-Branche online. Der METRO Marktplatz ist als erstes in Deutschland an den Start gegangen und kann über die ländereigene Domain www.metro.de aufgerufen werden. Bei erfolgreicher Pilotierung ist ein sukzessives Rollout in weitere europäische Länder vorgesehen. METRO entwickelt sich zunehmend zu einem ganzheitlichen Service- und Lösungsanbieter für selbstständige Gastronomen. Dazu tragen neben dem neuen Online-Marktplatz auch zahlreiche digitale Anwendungen bei, die den Gastronomen das Arbeiten in der digitalisierten Welt erleichtern.

„Wir wollen für unsere Profikunden der Partner der Wahl sein. Mit dem neuen Marktplatz bauen wir unser Angebots- und Leistungsspektrum im Non-Food-Bereich signifikant aus. Unser Ziel ist es, den größten und relevantesten Online-Marktplatz für HoReCa-Kunden in Europa zu schaffen“, sagt Olaf Koch, Vorstandsvorsitzender der METRO AG. „Gemeinsam mit Handelspartnern aus aller Welt wollen wir Gastronomen Zugang zu einer einzigartigen Vielfalt an Produkten bieten. Unseren Partnern stellen wir dabei unsere Plattform und unseren starken Kundenzugang zur Verfügung. METRO erweitert damit sein Leistungsspektrum und steigert somit auch die Relevanz für HoReCa-Kunden.“

METRO AG

Metro-Straße 1
40235 Düsseldorf
Postfach 230361
40089 Düsseldorf

T +49 211 6886-4252
www.metroag.de
presse@metro.de
@METRO_News

Aufsichtsrat: Jürgen B. Steinemann, Vorsitzender
Vorstand: Olaf Koch, Vorsitzender
Christian Baier, Heiko Hutmacher, Philippe Palazzi

Sitz Düsseldorf
HRB Nr. 79055
Amtsgericht Düsseldorf

Für die Entwicklung und den Betrieb der digitalen B2B-Plattform wurde im Sommer 2018 METRO Markets gegründet, eine hundertprozentige Tochtergesellschaft von METRO. „Bei METRO Markets sind wir für die Entwicklung und Umsetzung der technischen Plattform und für den operativen Betrieb des Marktplatzes verantwortlich – sozusagen für das gesamte Geschäftsmodell“, sagt Philipp Blome, CEO von METRO Markets. „Dabei haben wir es uns zur Aufgabe gemacht, den Marktzugang für andere Händler und Hersteller so einfach wie möglich zu gestalten. Wir sind nämlich davon überzeugt, dass wir die Plattform viel schneller skalieren können, wenn Produkte nicht nur von METRO, sondern von unbegrenzt vielen Partnern über unseren Marktplatz angeboten werden können. Bis zum Jahresende wollen wir auf der Plattform die relevanteste Branchenkompetenz zusammenführen und schrittweise die Customer Experience ausbauen und Services ergänzen.“

Mit diesem zusätzlichen Vertriebskanal erleichtert der Großhändler den Zugang zum Non-Food-Angebot für Gastronomen, da die gesamte Branche darauf zugreifen kann – unabhängig von der METRO Kundenkarte. Gastro-Kunden in Deutschland profitieren als erstes von der breiten Auswahl auf dem METRO Marktplatz. Sie können seit September über die ländereigene Domain www.metro.de von METRO Deutschland auf die Online-Plattform zugreifen.

Marktplätze, eine große Chance

Marktplatzmodelle sind derzeit mit Abstand die erfolgreichsten Online-Geschäftsmodelle. Die Vorteile liegen dabei auf der Hand: mehr Transparenz und schnellere Skalierbarkeit im Vergleich zu Online-Shops von Einzelmarken. Zudem bieten Marktplätze Kunden nicht nur die größtmögliche Produktvielfalt, sondern garantieren durch den direkten Anbieterwettbewerb auch die attraktivsten Preise. Damit sind Online-Plattformen zu einem unverzichtbaren Bestandteil des E-Commerce geworden und bieten einen zugänglichen, sicheren und effektiven Online-Treffpunkt für Anbieter und Verbraucher. Vor allem im B2B-Bereich stellen digitale Plattformen als Geschäftsmodell eine große Chance für die Verstärkung der Kundenbindung und die Optimierung von Prozessen dar. Laut Handelsforschungsinstitut IFH Köln wurden im Jahr 2018 knapp 1.300 Milliarden Euro zwischen Geschäftskunden in Deutschland elektronisch umgesetzt. Und: Die Beschaffung über das Internet nimmt kontinuierlich zu. Das durchschnittliche jährliche Wachstum liegt seit 2012 über 6 %. Rund ein Viertel der B2B-E-Commerce-Umsätze sollen über Websites, Online-Shops und Marktplätze generiert werden. Das Umsatzvolumen betrage dabei rund 320 Milliarden Euro.

METRO AG

Metro-Straße 1
40235 Düsseldorf
Postfach 230361
40089 Düsseldorf

T +49 211 6886-4252
www.metroag.de
presse@metro.de
@METRO_News

Aufsichtsrat: Jürgen B. Steinemann, Vorsitzender
Vorstand: Olaf Koch, Vorsitzender
Christian Baier, Heiko Hutmacher, Philippe Palazzi

Sitz Düsseldorf
HRB Nr. 79055
Amtsgericht Düsseldorf

METRO ist ein führender internationaler Großhändler mit Food- und Non-Food-Sortimenten, der auf die Bedürfnisse von Hotels, Restaurants und Caterern (HoReCa) sowie von unabhängigen Händlern spezialisiert ist. Die weltweit rund 24 Millionen METRO Kunden können wahlweise in einem der großflächigen Märkte einkaufen, online bestellte Ware dort abholen oder sich beliefern lassen. Mit digitalen Lösungen unterstützt METRO zudem die Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen und Selbstständigen und trägt damit zur kulturellen Vielfalt in Handel und Gastronomie bei. Nachhaltigkeit ist für METRO ein wesentlicher Pfeiler sämtlicher Aktivitäten, im Dow Jones Sustainability Index ist METRO seit vier Jahren Branchen-Primus. Das Unternehmen ist in 36 Ländern aktiv und beschäftigt weltweit mehr als 150.000 Mitarbeiter. Im Geschäftsjahr 2017/18 erwirtschaftete METRO einen Umsatz von 36,5 Mrd. €. Für die Einzelhandelskette Real mit ihren 34.000 Mitarbeitern hat METRO AG im September 2018 den Verkaufsprozess eingeleitet. Mehr Informationen unter www.metroag.de.

METRO Markets GmbH wurde im Sommer 2018 gegründet und ist eine hundertprozentige Tochtergesellschaft von METRO, ein führender internationaler Spezialist für den Groß- und Lebensmittelhandel. METRO Markets ist für die Entwicklung und den Betrieb eines speziell auf die HoReCa-Kunden (Hotel, Restaurant, Catering) ausgerichteten B2B-Online-Marktplatzes verantwortlich. Auf diesem zusätzlichen Vertriebskanal bietet METRO nicht nur Non-Food-Produkte aus dem eigenen Sortiment an, auch weitere Partner können ihre Produktpaletten hierüber vertreiben. Der METRO Marktplatz ist als erstes in Deutschland an den Start gegangen und kann über die ländereigene Domain www.metro.de aufgerufen werden. Bei erfolgreicher Pilotierung ist ein sukzessives Rollout in weitere europäische Länder vorgesehen. Mit dieser neuen Plattform baut der Großhandelsspezialist METRO sein digitales Angebot für unabhängige Gastronomen weiter aus. Mehr Informationen unter: www.metro-markets.de.

METRO AG

Metro-Straße 1
40235 Düsseldorf
Postfach 230361
40089 Düsseldorf

T +49 211 6886-4252
www.metroag.de
presse@metro.de
@METRO_News

Aufsichtsrat: Jürgen B. Steinemann, Vorsitzender
Vorstand: Olaf Koch, Vorsitzender
Christian Baier, Heiko Hutmacher, Philippe Palazzi

Sitz Düsseldorf
HRB Nr. 79055
Amtsgericht Düsseldorf