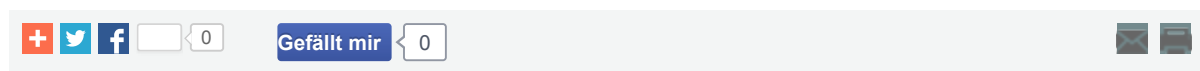


Italienischer Besteckhersteller setzt auf Know-how von Constasy aus Jena – Jena | OTZ

Italienischer Besteckhersteller setzt auf Know-how von Constasy aus Jena

12.03.2015 - 07:59 Uhr

Mepra aus Italien vertraut auf die Dienste von Constasy aus Jena: Das Unternehmen betreibt in enger Abstimmung mit dem Hersteller einen Onlineshop. Das Modell läuft seit sechs Jahren erfolgreich mit Kahla Thüringen Porzellan.



Mario Melle führt die Geschäfte von der Constasy GmbH in Jena. Foto: Tino Zippel

Jena. Wer das Unternehmen Constasy in Jena besucht, vermutet ein fußballfeldgroßes Warenlager vorzufinden. Doch der Weg führt zu einem Geschäftshaus im Jenaer Westviertel. Am Briefkasten kleben die Namen verschiedener Markenartikel-Hersteller: Doch in den Büros findet sich kaum ein Artikel von ihnen - hier pocht das Herz des Onlinehandels.

Mario Melle hat das Unternehmen gegründet. Er richtet Onlinekaufhäuser für Markenhersteller ein, was an sich nichts Besonderes ist. Doch er setzt auf ein spezielles Geschäftsmodell, wenn Hersteller es scheuen, selbst einen Webshop zu betreiben. "Das fordert Expertenwissen, das oft in den Unternehmen nicht vorhanden ist", sagt Melle. Die Produzenten müssten also Fachleute einkaufen oder Agenturen mit der Pflege beauftragen.

Webshop im Design des Herstellers

Ein anderes gängiges Modell ist, dass Anbieter den Onlineshop für ein Unternehmen betreiben. Melle setzt auf eine dritte Variante: Er betreibt die Verkaufsplattform für einen Hersteller und erfüllt dessen Designwünsche. Er tritt aber wie ein gewöhnlicher Händler auf

und verkauft die Waren auf eigene Rechnung - ihm bleibt die Marge für die Produkte.

"Der Hersteller profitiert durch höhere Absatzzahlen und hat seine Marke in einem Internetkaufhaus repräsentiert", sagt Melle, dessen erster Kunde Kahla Thüringen Porzellan war.

Im Dezember 2008 öffnete der Onlineshop, der inzwischen pro Jahr die sechsfache Summe des vorherigen Betreibers erwirtschaftet. Mehr als 10.000 Bestellungen wickeln die Jenaer pro Jahr ab.

Kein eigenes Lager aufgebaut

Melle setzt dabei auf das Modell, kein eigenes Lager zu unterhalten. Seine Plattform dockt direkt an die Datenbanken des Herstellers an, um die Lieferbarkeit von Produkten zu überprüfen. Den Versand übernimmt ein Integrationsunternehmen der Lebenshilfe direkt aus den Hallen von Kahla Porzellan.

Das Unternehmen aus dem Saale-Holzland-Kreis nutzt den Webshop auch, um die eigenen Markenläden in Berlin zu ergänzen. Weil dort nicht alle Kollektionen auf Lager liegen, kann der Kunde über einen Tablet-Computer ordern. "Wenn die Kunden nach ihrer Urlaubsreise aus Berlin nach Hause kommen, trifft die gekaufte Ware per Paket ein", erläutert Melle.

Zu beobachten seien zwei große Trends. Zum einen die Individualisierung: Kunden haben über die Webseite die Möglichkeit, persönliche Motive in Kuschelporzellan einarbeiten zu lassen. Auf der anderen Seite steht die Internationalisierung. Ländervarianten für Österreich und die Schweiz sind schon online, Frankreich und Großbritannien sollen folgen.

Tipps der zufriedenen Kahla-Führungsabteilung brachten Constancy weitere Kunden aus der Porzellanbranche. Waechtersbach, Könitz Porzellan oder Seltmann Weiden folgten. Auf der Branchenmesse Ambiente gewann Melle sogar einen Kunden aus dem Ausland, dessen Internetkaufhaus in dieser Woche online ging: der italienische Hersteller für Besteck und Küchenprodukte Mepira lässt seine Waren in Deutschland aus Jena vertreiben.

Weitere Produzenten zeigen Interesse

Sieben Shops managt Constancy inzwischen mit 10.500 Produkten - und das mit gerade einmal sieben Mitarbeitern. "Unsere Philosophie ist, das Kernteam klein zu halten", erläutert Melle. "Wir versuchen so viel wie möglich auf externe Dienstleister zu setzen." Dabei hilft ihm sein gutes Netzwerk aus seiner Zeit im Intershop-Turm.

Der Geschäftsführer will weitere Markenhersteller für sein Geschäftsmodell begeistern, mindestens zwei weitere in diesem Jahr. Allerdings ist er nicht offen für jede Branche. Im Elektronikbereich seien die Margen zu niedrig, um damit langfristig erfolgreich zu sein. "Der Fokus liegt auf Haushalt, Geschenke und Leben", sagt Melle.

Mit einigen weiteren namhaften Partnern sei er im Gespräch. Welche das sind, will er aber

vorerst noch nicht verraten. Fakt ist: Am Briefkasten von Constasy ist noch Platz für weitere Namensaufkleber.

Tino Zippel / 12.03.15 / OTZ

Z0R0007562270

Google Anzeigen

▶ Besteck

▶ In Jena

▶ WMF

▶ Kahla

Diesen Artikel



Gefällt mir 

 E-Mail  Drucken
