

Online-Marktplatz für Gastronomen



Foto: Metro

Metro startet einen speziell auf die HoReCa-Kunden ausgerichteten B2B-Online-Marktplatz in Deutschland. Auf diesem bietet das Unternehmen 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 online. Den Zugang zu dem Angebot haben Gastronomen unabhängig von der Metro Kundenkarte ? die gesamte Branche kann darauf zugreifen. Gastro-Kunden in Deutschland profitieren als erstes von der Auswahl auf dem Metro Marktplatz, weitere Länder sollen folgen.

Metro entwickelt sich zunehmend zu einem ganzheitlichen Service- und Lösungsanbieter für selbstständige Gastronomen. Dazu tragen neben dem neuen Online-Marktplatz auch 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. ?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.?