

Schnäppchen-Alarm – Billig-Preise und Restpostenhandel erklärt

Die Sucht nach Günstig-Preisen



RESTPOSTEN.de

Immer einen Deal voraus.

Der Marktplatz des Großhandels.

Schnäppchen-Alarm – Billig-Preise und Restpostenhandel erklärt

30 Prozent auf Designer-Marken, Tablet-PCs zum halben Preis oder 2-für-1-Angebote – der Schnäppchen-Markt boomt, wofür es ganz unterschiedliche Gründe gibt. Seitdem die Online Umsätze beim Black Friday Sale 2015 in den USA den Umsatz im stationären Handel mit ca. 51% zu ca. 49% überholt haben, steht absolut außer Frage - das Internet ist die Verkaufsplattform Nummer eins! Sowohl für Groß- als auch für Einzelhändler nimmt der Preiskampf zeitgleich ungeahnte Ausmaße an, da passende Produkte und die besten Lieferanten dafür online ganz leicht recherchiert werden können. Zusätzlich sprießen Schnäppchenportale wie Pilze aus dem Boden und liefern sich einen hartumkämpften Wettbewerb um Kunden, denen die teils absurden Preisnachlässe kaum noch geheuer sind. Aber kann man der Schnäppchen-Ware wirklich trauen? Wie sind solch horrenden Rabatte eigentlich zu erklären und wie können Händler hieraus Verkaufserfolge und Nutzen ziehen? Wir geben Antworten.

Die Sucht nach Günstig-Preisen

Von 2007 bis 2012 hat der Internethandel nochmals um einiges zugelegt. Vor drei Jahren haben 42,3 Millionen deutsche Bürger mindestens einmal einen Artikel im Internet bestellt. Das ist mehr als die Hälfte der Gesamtbevölkerung der Bundesrepublik und entspricht rund 72 Prozent der Internet-Nutzer in über zehn Jahren. Seit 2007 ist die Zahl der Online-Shopper um 8,8 Millionen Menschen angestiegen, teilt das [Statistische Bundesamt Destatis](#) mit. Doch welche Gründe lassen sich für das boomende Internetgeschäft finden?

Auf der einen Seite ist es gewiss die große Produktpalette. Waren sämtlicher Kategorien stehen faktisch in unbegrenzter Anzahl zur Verfügung und sind auch für Personen zugänglich, die nicht in der Nähe großer Handelsketten in Großstädten wohnhaft sind. Auf der anderen Seite spielt selbstverständlich auch die zeitliche Flexibilität eine gewichtige Rolle. Laut einer Umfrage greifen über 50 Prozent aller Internet-Nutzer über 16 Jahren allerdings auf das World Wide Web zurück, da sie sich hier besonders hohe Rabatte und attraktive Schnäppchen versprechen.



Bild: 55 Prozent aller Internet-Nutzer über 16 Jahren kaufen online, weil sie hier besonders hohe Preisnachlässe erwarten. Bildquelle: RESTPOSTEN.de

Die Suche nach Rabatten ist im Menschen übrigens tief verwurzelt, nämlich im Gehirn. Dass Menschen Preisnachlässen praktisch kritiklos gegenüberstehen und häufig auch dann zuschlagen, wenn ihnen das Produkt eigentlich gar nicht zu einhundert Prozent zusagt, hängt mit dem Hirnareal zusammen, das auch als Belohnungssystem bezeichnet wird. Untersuchungen zeigten, dass Tiere, denen Elektroden in diese Hirnregion eingesetzt wurden und die lernten, sich selbst elektrisch zu reizen, ausschließlich noch auf die Stimulation des Belohnungssystems fokussiert waren. Hunger, Durst, Schmerz – nichts war mehr von Bedeutung.

Dasselbe Prinzip ist auch im menschlichen Gehirn zu beobachten, wenn der Schnäppchenjäger einen besonders niedrigen Preis entdeckt. Die Schnäppchenjagd ist gewissermaßen ein Urtrieb, dem anscheinend viele Menschen widerstandslos ausgeliefert sind. Folglich nicht minder überraschend, dass Händler und z.B. Online-Händler wie Shopbetreiber, eBay Powerseller oder andere B2C Marketplace Verkäufer den Restpostenhandel als besonders lukrativ einstufen, können sie hier nicht nur günstig ein- und teuer weiterverkaufen, sondern ihre erworbenen Restposten auch über Schnäppchenportale mit satten Rabatten und durchgestrichenen Preisen feilbieten, veräußern und auf diese Weise neue Kunden akquirieren.

Das Geschäft mit den Restposten

Das Prinzip, das hinter dem Restpostenhandel steckt, ist denkbar einfach zu verstehen, wenn auch nicht immer ganz so simpel umzusetzen. Händler kaufen ihre Ware sehr günstig ein und verkaufen sie teurer an den Endverbraucher weiter. War es früher Usus für Restpostenhändler, das ganze Land zu durchstreifen, um an die begehrte Handelsware zu gelangen, hat das World Wide Web diesen Prozess nunmehr stark vereinfacht.

Auf unserer Seite können Kunden aus über 200.000 unterschiedlichen Artikelbeständen wählen. Über 30.000 registrierte Kunden aus 94 Ländern können Waren auf RESTPOSTEN.de anbieten und einkaufen. Business-to-Business-Portale (B2B) oder auch Großhandels-Marktplätze genannt haben sich mittlerweile neben den Großhandels-Messen und den gewachsenen Lieferanten Kontakten zu Handel und der Industrie, zu einer der wichtigsten Bezugsquellen für Restpostenhändler entwickelt, obgleich es noch ganz andere Möglichkeiten gibt, an günstige Artikel zu gelangen, beispielsweise durch:

- Räumungsverkäufe
- Unternehmensauflösungen / Insolvenzen
- Zwangsaufösungen privater Natur
- Zollauktionen
- Versteigerungen von Versicherungsschäden und Kredit-Sicherheiten von Banken

Wer sich im Dickicht der Lagerhallenlogistik zurechtfindet, der kann teils ebenfalls auf attraktive Sonderposten treffen, wenn er das richtige Gespür besitzt. Oftmals nehmen viele Käufer Lieferungen nicht ab, weil diese zum Beispiel zu spät eingetroffen sind. Die Verkäufer suchen in diesem Fall nach alternativen Abnehmern und offerieren ihre Produkte zu deutlich günstigeren Preisen, um die Ware überhaupt noch an den Mann zu bringen. Dass es sich bei Restposten also stets um fehlerhafte Ware handelt, ist nicht korrekt. Die meisten Restposten haben lediglich gemein, dass sie nicht über die angestammten Vertriebswege des Wareninhabers distribuiert werden, sondern möglichst zeitnah verkauft werden sollen und deshalb meist mit einem deutlichen Preisabschlag versehen sind.

Was sind eigentlich Restposten?

Bei Restposten handelt es sich um Warenbestände, die das Produktsortiment eines Unternehmens verlassen. Da Unternehmen die abgestoßenen Produkte möglichst rasch loswerden möchten, um Lagerkosten zu reduzieren und Platz für ein neues Artikelsortiment zu schaffen, werden die Produkte zu stark reduzierten Preisen angeboten. Bei Restposten handelt es sich keinesfalls immer um beschädigte Ware. Bestes Beispiel hierfür ist die Modebranche: Wechselt die Kollektion von Sommer- auf Wintermode, so werden die in Schlussverkäufen nicht abgesetzten Produkte zu Günstig-Preisen an Restpostenhändler weiterverkauft oder direkt über Schnäppchenportale offeriert.

„Aufgrund der teils sehr niedrigen Preisstrukturen sind Schnäppchenjäger bei zu lukrativen Offerten oftmals der Meinung, mit der Ware müsse etwas nicht stimmen. Tatsächlich können Restpostenhändler ihre Ware aber zu solch niedrigen Preisen verkaufen, da sie selbst erst bei absoluten Billig-Preisen einkaufen, um trotz extremer Rabatte immer noch einen Gewinn erzielen zu können. Käufer und Verkäufer profitieren auf dem Schnäppchenmarkt gleichermaßen“, erläutert Ralph Schomaeker-Möller von mein-deal.com als Spezialist und Kenner dieses Marktes auf unsere Nachfrage.

Die Konkurrenz unter Schnäppchen-Portalen ist riesig

Aufgrund der großen Umsätze die mit Rabatten und Sonderaktionen erzielt werden können dürfte es nicht verwundern, dass die Konkurrenz unter Versandhändlern und Schnäppchenportalen mittlerweile enorm ist. Exemplarisch lässt sich dies am eingebrochenen Marktwert des Rabattportals Groupon aufzeigen, das sich eben nicht nur gegen die direkte Marktkonkurrenz zu behaupten hat, sondern nun auch noch größeren Konkurrenten wie Amazon oder eBay trotzen muss, die ihrerseits mit Blitzangeboten und „eBay WOW“, immer mit Rabatten und Streichpreisen garniert Kunden gewinnen wollen.

Noch vor vier Jahren konnte das Schnäppchenportal Groupon bei Börsengang einen Marktwert von 13 Milliarden US-Dollar vorweisen. Die Aktien wurden damals für 20 US-Dollar das Stück verkauft. Mittlerweile beläuft sich der Börsenwert noch auf knappe zwei Milliarden US-Dollar. Das große Problem für Groupon ist insbesondere die kleinere Konkurrenz.

Andere Schnäppchenportale wie mein-deal.com haben sich als deutlich flexibler herausgestellt, da sie sich auf einen kleineren Markt konzentrieren. Schnäppchen werden auf solch kleineren Rabattseiten ganz einfach schneller bereitgestellt und der Faktor Zeit ist bei der Rabattsuche bekanntlich ein nicht zu unterschätzender Faktor. Zudem wirken Methoden wie die zwangsweise Account-Registrierung bei Groupon als Conversion Killer bzw. schreckt die Angst vor der nachfolgenden Rabatt-Newsletter-Maschinerie des Anbieters vor einer Anmeldung ab. Vorbildlich Conversion freundliche Prozesse sind im E-Commerce z.B. der Klarna Checkout oder auch hier wieder die Nutzerleitung bei mein-deal.com, wo keine Anmeldung nötig ist, um Schnäppchen zu erwerben.

Hinzu kommt, dass auch die großen Auktions- und Versandhändler im Internet auf dem Schnäppchenmarkt mitmischen möchten. Amazon betreibt mittlerweile einen eigenständigen Restpostenmarkt, konzentriert sich dabei aber fast ausschließlich auf Elektronik-Artikel. Wer also nach günstigen Angeboten sucht, der findet mannigfaltige Alternativen zum ehemaligen Schnäppchen Primus Groupon und kann sich direkt zu großen Versandhändlern bzw. zu den großen Marktplätzen begeben.

Und auch [eBay](#) hat mittlerweile eine eigene Restposten-Kategorie ins Leben berufen. Hier werden permanent Bestände aus Geschäfts- oder Lagerauflösungen angeboten, auf die Käufer schlussendlich bieten können. Wer sich hier besonders klug anstellt, der kann bei Schnäppchen nochmal zusätzlich sparen.

Corporate Trading – eine Alternative zum Restpostenhändler

Nach der Finanzkrise haben viele bekannte Markenhersteller ihre Produktion deutlich straffer ausgerichtet und versucht, Produktionsüberhänge zu reduzieren. Mittlerweile „kämpfen“ Restpostenhändler mit immer mehr interessierten Konkurrenten und immer härteren Mitteln um die ca. sechs bis acht Prozent an Restpostenbeständen des Handels und der Industrie. Das bedeutet im Klartext, dass sich potentielle Käufer gegenseitig beim Anbieter von besonders attraktiven Restposten überbieten und deren Gewinnmarge schlussendlich geringer ausfällt.

Auch durch ein neues System aus den USA wird das Leben von Restpostenhändlern zunehmend erschwert. Corporate Trading nennt sich die neue Machenschaft, die sich anschickt, Produzenten ihre Ware abzukaufen, die sie nicht mehr loswird – und dies zum vollständigen Buchpreis.

Was genau ist Corporate Trading?

Überbewertete Vermögensgegenstände bergen für viele Unternehmen bilanzielle Gefahren, teils verlieren Lagerbestände, die nicht an den Kunden gebracht werden, innerhalb von nur einem halben Jahr die Hälfte ihres Werts. Die mitunter horrenden Abschreibungen wirken sich negativ auf die Bilanz und das Jahresergebnis aus. Durch Corporate Trading können Unternehmen abschreibungsbedrohte Ware in einen Serviceanspruch umwandeln, wie beispielsweise Werbezeit auf Webseiten. Hierdurch können Unternehmen Abschreibungen umgehen, ihr Betriebsergebnis optimieren und neue Finanzspannen schaffen. Corporate Trading stammt aus den USA, wo es sich als Absatzalternative für viele Handelsketten entwickelt hat. Derzeitiger Marktführer ist Active International.

Der Clou an der Sache: Corporate Trader bieten den Verkäufern kein Geld, sondern Coupons oder Dienstleistungen als Bezahlung an. Corporate Trader arbeiten mit einer Vielzahl verschiedener Dienstleister zusammen. Verkäufer können aus dem Dienstleistungsportfolio des CT-Händlers wählen und beispielsweise Werbung auf diversen Webseiten buchen oder Vergünstigungen für Dienstreisen bei Partnern aus der Flug-Branche oder aus der Hotellerie in Anspruch nehmen.

Der Rechnungsbetrag für die bereitgestellte Leistung der Fluglinie oder des Hotels bleibt jedoch derselbe, sodass in der Bilanz kein Rabatt eingetragen werden muss. Dennoch wird nur ein Teilbetrag der Rechnung überwiesen und der Restbetrag mit der Gutschrift verrechnet, den der Händler beim Corporate Trader offen hat. Die Geldkonten der Unternehmen können auf diese Weise entlastet werden, da die Gutschrift vom Vermögenskonto stammt. Für viele Unternehmen lohnt sich Corporate Trading demnach gleich in doppelter Hinsicht.

Wertsicherung von Markenprodukten

Als wäre es nicht genug, sich mit den erst einmal deutlich zahlungskräftiger erscheinenden CT-Händlern auseinandersetzen zu müssen, sehen sich Restpostenhändler insbesondere bei

hochwertigeren und damit lukrativeren Gütern mit einem Problem konfrontiert, welches von manchen Unternehmen als „Wertsicherung von Markenprodukten“ bezeichnet wird.

Viele Produzenten teurer Markenprodukte werfen ihre nicht losgewordenen Produkte lieber auf den Müll, anstatt diese günstig an Händler zu verkaufen und somit zumindest noch etwas Umsatz zu generieren. Aber ergibt das überhaupt Sinn?

Begründet wird dieses Vorgehen mit der zuvor erwähnten Wertsicherung von Marken. Während die Produktion teurer Markenprodukte oftmals keine allzu großen Kosten verursacht, zahlen die Kunden die teuren Preise häufig nur deswegen, weil sie den Image-Wert einer Marke gleich mitkaufen. Werden Markenprodukte nun aber günstig auf Schnäppchenportalen angeboten, sinkt der Markenwert und die Unternehmen büßen ihren Ruf als Luxusmarke und somit auch Kunden ein.

Vor allem das Vorgehen größerer und berühmter Mode-Labels machte vor einigen Jahren Schlagzeilen. Als bekannt wurde, dass die Mode-Kette H&M unzulängliche oder zurückgegebene Kleidung massenweise auf den Müll wirft, während andere Menschen frieren und nichts zum Anziehen besitzen, gab es einen handfesten Skandal. H&M lenkte kurze Zeit später ein und spendet überschüssige Ware seither an Hilfsorganisationen. Allerdings gestattet es der Modekonzern nicht, dass die Kleidung in den Ländern an Hilfsbedürftige verteilt wird, in denen es H&M-Filialen zu finden gibt. Auch die Porzellanmanufaktur Meißen zerstört ihre Produktionsüberschüsse, damit diese oder z.B. B-Waren nicht auf Schnäppchenportalen angeboten werden.

So werden Sie zum Restpostenhändler

Auch wenn die Konkurrenz groß ist, wer das richtige Produkt findet, kann mit Überhängen, Ausschussware, Lagerauflösungen, aber auch Retourwaren und Mischpaletten nach wie vor gutes Geld verdienen. Für Existenzgründer ist der Restpostenhandel noch immer ein attraktives Geschäft, in das es sich lohnt zu investieren. Allerdings sollten sich angehende Restpostenhändler vorab wichtige Fragen zu ihrem Start-up beantworten und sich einer Tatsache bewusst sein: Wer Restposten kaufen will, der muss auf Risiko kaufen und in fast allen Fällen per Vorkasse zahlen.

Das perfekte Start-up

Schritt für Schritt vom Existenzgründer zum Restpostenhändler



Geeignetes Produktsortiment finden

01

Gemischtwarenhandel oder Produktspezialisierung?

Welche Produktkategorien sind rentabel?

Auf welche Zielgruppe soll sich spezialisiert werden?



Effiziente Absatzmärkte ausfindig machen

02

Online-Handel oder stationärer Verkauf?

Eigene Website oder Versand- und Auktionsportale nutzen?

Mit welchen Lagerkosten ist zu rechnen?



Günstige Restpostenbestände einkaufen

03

B2B-Portale nutzen

Geschäftsaufösungen und Räumungsverkäufe besuchen

Nach Zwangsversteigerungen und Auktionen Ausschau halten



Richtige Marketingstrategie wählen

04

Günstige Kundenakquise über Schnäppchenportale betreiben

Ausführliche Informationen über SEO und Internet-Marketing einholen

Aktives Social Media Marketing betreiben



RESTPOSTEN.de
Immer einen Deal voraus.

Die wichtigsten Fragen für angehende Restpostenhändler

<p>Welche Restposten bringen am meisten Gewinn ein?</p>	<p>Diese Frage kann pauschal nicht beantwortet werden. Grundsätzlich stellt sich die Frage, ob man einen gemischten Warenbestand anbieten will oder sich lieber auf eine Produktkategorie beschränkt. Ersteres bringt den Vorteil, sehr flexibel agieren und alles kaufen und verkaufen zu können, was einem rentabel erscheint. Die Produktspezialisierung hingegen macht es einfacher, sich bei einer Zielgruppe zu etablieren.</p> <p>Das Wichtigste ist jedoch: Wer Restposten kauft, muss Ahnung vom betreffenden Produkt haben, um den guten vom schlechten Restposten unterscheiden zu können.</p>
<p>Wo und wie wird die Ware potentiellen Kunden angeboten?</p>	<p>Für Existenzgründer bietet der Onlinehandel den besten Einstieg. Wer sich nicht gleich mit einer eigenen Website präsentieren will, der kann auf Portalen wie eBay, Amazon oder auch Hitmeister einen eigenen Shop installieren und muss sich prinzipiell nur noch um die Ware kümmern. Marktplätze und Schnäppchenportale sind zu Beginn meist die erste Wahl. Auch stationäre Ladengeschäfte oder ein Mix aus Online- und Offline-Angeboten ist möglich, bedarf aber einiges an Kostenkalkulation.</p> <p>Tipp: <i>E-Commerce ohne professionelle Warenwirtschaft oder Multi Channel System ist fast unmöglich zu beherrschen. Systeme wie Afterbuy, JTL oder z.B. Plenty Markets sind als Mietsoftware erschwinglich, bieten sichere Prozesse und verschlingen kein Kapital (da das für den Einkauf gebraucht wird).</i></p> <p>Für Händler, die sich für eine eigene Website entscheiden, ist vor allem eine fundierte Einarbeitung in Internetmarketing und Suchmaschinenoptimierung vonnöten, was allerdings auch in externe Hände gegeben werden kann. Fast immer wird aber eine geeignete Lagerfläche benötigt, welches den entsprechenden Platz für die Warenvorräte und die Kommissionierung von Aufträgen bietet.</p>
<p>Wie und wo sind Restposten überhaupt zu finden?</p>	<p>Die einfachste Möglichkeit, an Restposten zu gelangen, sind Business-to-Business-Portale, auf denen große Artikelbestände kategorisiert angeboten werden und Verkäufer und Käufer besonders einfach zusammenkommen. Außerhalb des World Wide Webs bieten Auktionen, Geschäftsaufösungen, Räumungsverkäufe und Zwangsversteigerungen attraktive Anlaufplätze.</p>

<p>Wie können Kunden auf den eigenen Restposten-Shop aufmerksam gemacht werden?</p>	<p>Welches Werbemittel sich letztendlich bezahlt macht, hängt von vielen verschiedenen Aspekten ab, wie beispielsweise der Zielgruppe, den angebotenen Produkten oder ob online oder stationär in einem Geschäft verkauft wird. Für Online-Shops eignen sich für diese Produktgruppen Schnäppchenportale meist besser als z.B. Google Adwords, da bei der klassischen Online-Werbung die Kosten pro Conversion in der Regel sehr hoch sind. Die Kundenakquise über Schnäppchen-Portale bietet gegenüber dem Verkauf auf Marktplätzen den weiteren Vorteil, dass der Kunde dem Anbieter gehört und nicht dem Marktplatz (wie z.B. bei Amazon).</p>
---	---

Übrigens: Aus rechtlicher Sicht unterliegt der Postenhandel anderen gesetzlichen Bestimmungen als das Geschäft mit „herkömmlicher“ Ware. Rechtliche Einwände gegen mangelhafte Produkte können Käufer häufig nicht einbringen, weswegen es sich meistens empfiehlt, die Ware vor dem Erhalt genau auf ihren Inhalt und Ihre Qualität zu überprüfen. Aus diesem Grund sind Händler von Restposten sehr häufig viel unterwegs, denn die Recherche von Waren und potentiellen Lieferanten kann zwar auch auf einem Marktplatz wie RESTPOSTEN.de erfolgen, doch die Warenbesichtigung und der tatsächliche Kaufabschluss finden häufig vor Ort beim Verkäufer statt.

Bei der Bewertung und Interpretation von Warenqualitäten wie 1A-Ware, B-Ware oder C-Ware helfen die [Richtlinien zur Definition von Warenqualitäten](#), die für alle Angebote auf RESTPOSTEN.de verbindlich gelten. Hier sind die verschiedenen Warenqualitäten definiert und mit Anwendungsbeispielen aus der Praxis des Marktplatzes angereichert worden. Echtes Basiswissen für Händler von Restposten und Warenüberhängen.

Auch vertriebsrechtliche Bestimmungen müssen berücksichtigt werden. Manche Produkte dürfen zum Beispiel nicht in das Ursprungsland zurückverkauft werden. Ebenso sind Lizenzrechte zu beachten. Ausführliche Informationen zu diesem Thema findet man aber auch unter unseren [Rechtstipps für Restpostenhändler](#).

Fazit:

Der Handel mit Restposten ist ein Geschäft, das bestimmten speziellen Regeln unterliegt. Im Gegensatz zum regulären Sortimentshandel müssen Händler bezüglich der bevorzugten Warengruppen und Produkte flexibel sein und eine breite Basis an Produktwissen aufbauen. Weiterhin gibt es attraktive Restposten gibt es fast immer nur auf Risiko und gegen Vorkasse, dropshipping spielt in diesem Segment weitestgehend keine Rolle. Händler mit Restposten müssen erst einmal richtige Einkäufer mit einem guten Gespür für den richtigen Artikel sein, da man in der Regel keine kleine Menge antesten und dann je nach Bedarf einfach nachbestellen kann.

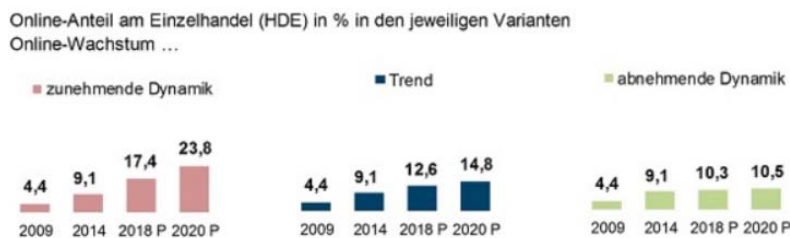
Wer das Gespür fürs Produkt, Flexibilität und eine gewisse Risikobereitschaft mitbringt, kann mit den richtigen Vertriebsmitteln sehr schnell große Umsätze und beachtliche Margen erreichen.

Der bevorzugte Absatzkanal der 1980er und 1990er Jahre war der stationäre Einzelhandel, da die Distribution über Online-Shops, Marktplätze und Schnäppchenportale zu dieser Zeit entweder noch gar nicht erfunden war, oder gerade in den Kinderschuhen steckte.

Heutzutage sind E-Commerce Anwendungen der Vertriebsweg erster Wahl und neben bekannten und etablierten Kanälen sind mittlerweile sogar Sonderangebote die per Social Media oder WhatsApp verbreitet und empfohlen werden immer stärker im Kommen. Händler müssen in E-Commerce Anwendungen entsprechend versiert sein.

Das renommierte Institut für Handelsforschung mit Sitz in Köln hat in 2015 folgende Prognose der E-Commerce Umsätze im B2C Handel in Deutschland veröffentlicht:

**Grafik: Kurz-Szenario
Online-Umsatz Entwicklung 2009-2020 in Mrd. Euro in drei Varianten**



Quelle: IFH KÖLN, 2015 Hochrechnung (H), 2016-2020 Prognose (P)

Aufgrund der bisher bekannten Umsatzzahlen und Trends des Q4 2015 scheint sich zumindest eines zu manifestieren, die Dynamik im E-Commerce scheint deutlich zuzunehmen!

Impressum:

Wir über uns:

RESTPOSTEN.de – Der Marktplatz des Großhandels!

RESTPOSTEN.de ist eine Handelsplattform für den Großhandel mit Restposten, Aktionsware, Trendartikeln und Neuheiten für Wiederverkäufer und gewerbliche Verbraucher. Die Plattform gehört zu den führenden Internet-Marktplätzen für den Großhandel mit sofort verfügbaren Lagerwaren und ist bereits seit mehr als 15 Jahren am Markt aktiv! **RESTPOSTEN.de** richtet sich dabei sowohl an Wiederverkäufer, als auch gewerbliche Endverbraucher. Der Fokus liegt jedoch ganz klar auf dem Großhandel von Handelswaren und nicht auf den Funktionen eines Lieferantenverzeichnisses oder einer Einkaufsplattform für Ge- und Verbrauchsartikel gewerblicher Endverbraucher.

RESTPOSTEN.de ist ein Projekt der
GKS Handelssysteme GmbH
Lindenbaumstr. 32c
42659 Solingen, Germany

tel +49 (0) 212 38089-0
fax +49 (0) 212 38089-29

mail info@gksgmbh.de

Bildquelle Titelseite: fotolia

Ausgezeichnete Leistungen genießen.

Ihr Partner für den Großhandelsverkauf.



Sie erreichen uns unter
+49 (0) 212 380 89 0 und
unter **RESTPOSTEN.de**

Vielfach ausgezeichnet!



RESTPOSTEN.de



¹ Laut Test des Online-Magazins „InternetHandel.de“, Ausgabe 06/2012, unter den 5 Top-Empfehlungen für Einkäufer von 16 bewerteten deutschsprachigen Großhandelsplattformen.

² Laut Testergebnis des Online-Magazins „InternetHandel.de“, Ausgabe 06/2012, nach Bewertung der Besucherzahlen von 16 deutschsprachigen Großhandelsmarktplätzen; Ergebnis: RESTPOSTEN.de ist der mit Abstand reichweitenstärkste Großhandels-Marktplatz.

³ Laut Testergebnis des Online-Magazins „InternetHandel.de“, Ausgabe 03/2011, nach Messung der Online-Reichweite von 11 Branchenplattformen über Tools wie Google Trends, Google Insight und Alexa Daily Reach für das Gesamtjahr 2010.

⁴ Laut Testergebnis des Online-Magazins „Auktionsideen.de“, Ausgabe 08/2009, nach Analyse der Besucherzahlen von 10 Branchenplattformen durch Google Trends.

⁵ Laut Test des Online-Magazins „Auktionsideen.de“, Ausgaben 08/2009, 08/2008, 08/2007, 08/2006 und 08/2005, unter den 3 Bestplatzierten (Platz 2) von 10 bewerteten deutschen Großhandelsplattformen.