

Wo Boni nichts Ehrenrühriges sind

Der Internethandel boomt. Größter Anbieter im Land ist Andasa mit Sitz in Leipzig.

Wer in den Weiten des Internets Geld verdienen will, muss vor allem schnell sein – und pffiffig. Der Onlinehändler Andasa hat seine Tauglichkeit bewiesen, als der Discounter Aldi eine Verwechslungsgefahr mit Andasas Gründernamen Adicash währte und das zehnköpfige Unternehmen zur Umfirmierung zwang. „Macht einfach was an das a“, hatte der Discounter geraten. Das Führungsduo Kerstin Schilling und Karsten Schneider erfüllte die Vorgabe zu Jahresbeginn bis auf den einen Buchstaben.

Derart „helle“, findet das 2007 in Jena gegründete Unternehmen nun in Sachsen Aufnahme und verlegt zum 1. Oktober den Sitz nach Leipzig. Die einstige Baumwollspinnerei dort gilt als erstklassige Adresse für innovative Unternehmen. „Eigentlich ist es in unserer Branche egal, wo der Server steht“, sagt Andasa-Chefin Kerstin Schilling. In der Messestadt, wo sie und einige Mitarbeiter wohnen, findet Andasa zudem die Nähe zum Institut für angewandte Softwareentwicklung und vor allem zur ersten sächsischen E-Commerce-Genossenschaft „Towerbyte Leipzig“.

Die Neusachsen von Andasa sehen sich als das größte deutsche Einkaufszentrum im Internet. Geschäftsführerin Schilling spricht von mehr als 120 000 registrierten Nutzern, die in über 2 000 angeschlossenen Shops ihr Geld ließen. 60 Millionen Artikel seien gelistet bei Partnern wie Otto, Schlecker, Adidas – aber auch bei sächsischen Adressen wie dem Dresdner Christstollen-Shop und dem Dresdner Computerhändler Cyberport.

Wachstum ist enorm

Und was ist das Besondere an Andasa? Statt Gutscheinen erhalten die Nutzer bares Geld: Zwei Prozent des Nettowarenwerts werden ihnen gutgeschrieben und ab angesparten 30 Euro aufs Konto überwiesen. Wer die Andasa-Kreditkarte besitzt und mit der seine Onlinegeschäfte bezahlt, bekommt noch mal 0,2 Prozent. Damit reicht Andasa das Gros der Provision, die es von den 2 000 Onlineshops erhält, an seine Kunden weiter.

Das System scheint sich für Kunden und Händler gleichsam zu lohnen. „Wir haben schon 26 Millionen Euro Umsatz vermakelt“, sagt Schilling. Der Makler selbst macht aber noch nicht das große Geschäft. In der Bilanz von 2009 steht gar ein Jahresfehlbetrag von gut 220 000 Euro. Über den eigenen Umsatz schweigt sich die diplomierte Mathematikerin jedoch aus.

„Der elektronische Handel verändert sich ständig“, sagt die Andasa-Chefin. Er werde den herkömmlichen Einkauf zwar „nicht ersetzen, aber sicher so bedeutend“. Zur Erklärung dient der 50-Jährigen die neue Heimstatt: „In Leipzig wurde die Mustermesse erfunden“, sagt sie. „Die Menschen werden sich künftig zwar die schönen Dinge in den Schaufenstern der Mädlerpassage anschauen, aber im Internet bestellen“, ist sie überzeugt. „Wir haben heute schon höhere Wachstumsraten als der normale Handel.“

Eine am Freitag vorgestellte Studie gibt ihr Recht. „Für mehr als die Hälfte der befragten Händler ist das Internet der wichtigste Vertriebsweg“, heißt es in der Untersuchung im Auftrag des Bundesverbands des Deutschen Versandhandels und des Online-Bezahlungssystems Paypal. Laut der Ebay-Tochter setzt ein knappes Drittel nur auf den Onlinehandel, 2009 sei es nur jeder Fünfte gewesen. Trotz der Krise hätten zwei Drittel der Firmen ihre Umsätze gesteigert. Für 2011 rechneten zwei von drei Händlern weiter mit steigenden Umsätzen im Internet. Im Versandhandel werden sechs von zehn Euro via E-Commerce eingenommen – in Summe 15,5 Milliarden Euro: zuerst für Waren des täglichen Bedarfs, Mode, Medien und Tourismus. Die Aussichten für Andasa & Co sind prächtig. (SZ/mr)



Andasa-Chefin Kerstin Schilling in ihrem Firmensitz in Leipzig.