

Fact Sheet

BARTER1



Das Problem:

- Volle Lager betreffen fast alle Hersteller und Retailer
- End-of-Life-Produkte, überschüssige und von Abschreibung bedrohte Ware, blockieren teure Lagerfläche
- Es entstehen zusätzliche Kosten, da kein Platz für neue Ware frei wird
- Als Konsequenz muss die Ware mit hohen Verlusten verkauft oder sogar entsorgt werden

Die Lösung:

- BARTER1 kauft diese Waren zum Buchpreis ein; der Hersteller bzw. Retailer macht keine Verluste. Im Gegenzug werden von BARTER1 Medialeistungen, z.B. in Form von Werbeanzeigen verkauft
- Sicheres Gegengeschäft - Hersteller und Retailer werden ihre Waren los und erhalten einen brauchbaren Mehrwert.
- **Besonderer Twist:** Wenn Unternehmen mit Waren bezahlen, diese also verkaufen, erhalten sie einen Marketing-ROI von "1 zu 1 plus X" - sie verkaufen die Waren, die sie ohnehin loswerden müssen und erhalten Medialeistungen, die einen zusätzlichen Effekt (das "plus X") haben.



Auf einen Blick



Festlegen von Produkt, Menge, Preis



Einbettung in Mediastrategie



Festlegen von Media und Warenpreis



Vertrag mit allen Details, Vertriebswegen, Konditionen



Auslieferung und Fakturierung der Ware - Umsetzung Mediakampagne



Das Unternehmen

BARTER1 versteht sich als die nächste Stufe in der Evolution des Handels, da ein allgegenwärtiges Problem mit einem traditionellen Prinzip (Gegengeschäft) gelöst wird - allerdings durch einen zeitgemäßen, innovativen und nachhaltigen Ansatz.

Das Unternehmen fungiert als Vermittler, Handelshaus und Mediaagentur zugleich. Tätig ist das Unternehmen vor allem in den Bereichen Consumer Electronics, Autohandel, Kosmetikindustrie sowie im Handel mit brauner und weißer Ware



Gerhard Erning

Gründer und Geschäftsführer der **BARTER1 GmbH**
Seine Mission: Mit einer modernen, zeitgemäßen und nachhaltigen Version von Gegengeschäften die nächste Evolutionsstufe des Handels zünden und volle Lager in werthaltige Medialeistungen verwandeln.