

# Alles muss raus

Wie Rainer Naumann und André Gumula Schnäppchenjäger anlocken wollen

sb. – Über das Online-Portal „bauflohmarkt.de“ sollen gewerbliche wie private Anbieter schnell und einfach alle denkbaren Baumaterialien, Werkzeuge und Maschinen loswerden können, vor allem Rest- und Sonderposten. Am Verkauf wollen die Betreiber nach eigener Aussage nicht verdienen, wohl aber an Werbung. „Ich bin absolut überzeugt davon, dass es der Branche etwas bringt“, sagt Baustoff-Händler Naumann.



Baustoff-Händler Rainer Naumann (r.) hat das Konzept mit seinem Geschäftspartner André Gumula entwickelt.

FOTO: BAUSTOFFMARKT/SB

In dritter Generation führt der 44-jährige Betriebswirt das Geschäft (rund 3 Mio. EUR Jahresumsatz), das eine knappe Autostunde südwestlich von Kassel an einer wenig befahrenen Landstraße im hessischen Gilserberg liegt. 40 % seiner Kunden seien Profis, der Rest Privatleute, sagt **Rainer Naumann**, der sich neben Baustoffen auf den Verkauf von Brennstoffen wie Heizöl und Kohle konzentriert. Er hofft, dass sich der Online-Anzeigenmarkt langfristig zu einem zweiten Standbein entwickelt.

Die Idee ist schon vor einigen Jahren entstanden. Naumann: „Jeder normal strukturierte Baustoff-Händler hat Restposten rumliegen, dazu kommen Rückgaben.“ Statt die Ware verrotten zu lassen, soll sie nun im Internet angeboten werden. Auf Verhandlungsbasis, zum Festpreis oder wie auch immer. „Mit dem Verkauf wollen wir nichts zu tun haben“, sagt Naumann, „wir stellen nur die Plattform zur Verfügung.“

Über mögliche Versandkosten, Gewährleistung und sonstige Ansprüche müssen sich demnach Käufer und Verkäufer ins Vernehmen setzen.

Geld verdienen wollen Naumann und sein Geschäftspartner **André Gumula**, der

Anzeigenmarkt reserviert. Sucht dann ein potentieller Käufer in einem bestimmten Postleitzahlenbereich nach Angeboten, wird die Werbung des Premiumpartners eingeblenet. Zudem wollen Naumann und Gumula den „Bauflohmarkt“ bundesweit als Marke bekannt machen und dazu in jeder deutschen Tageszeitung einen Verweis darauf unterbringen.

## Gespräche auf der BAU

„Alles was mit Bau zu tun hat, und nur das, soll bei uns laufen“, sagt Naumann. Ob neben Sonder- und Restposten auch Neuware dazu kommt, ist den Machern prinzipiell egal. „Maximale Freiheit“ wolle man den Anbietern lassen, lautet die Devise. Dabei schauen Naumann und Gumula auch über den Tellerrand hinaus: Wenn alles so läuft, wie sie es erwarten, sollen möglichst schnell private Anbieter angelockt werden. Heißt konkret: Wer etwa gerade gebaut hat, aber noch auf überschüssigem Material sitzt, soll es einfach und unkompliziert über das Webportal anbieten können. Gleiches gilt für Handwerker, die mit einem Auftrag fertig sind. Für Privatkunden soll eine Annonce bei einer Laufzeit von einer Woche 1 EUR kosten. Und ist erst mal die Industrie auf das Portal aufmerksam geworden, „möchten wir natürlich auch Geld mit Werbeanzeigen verdienen“, sagt Naumann. Auf der BAU in München hat der Händler, der in der MB-Kauf kooperiert ist, zu Jahresbeginn nach eigenen Angaben bereits erste Gespräche mit Kollegen geführt.

Rainer Naumann:

**„Ich bin mit Leib und Seele Baustoff-Händler, das können Sie mir glauben. Und ich denke, dass unser Angebot im Sinne des Handels ist.“**

eine Medienagentur betreibt, zunächst vor allem mit Werbung. Maximal 400 Baustoff-Händler sollen nach den Vorstellungen der beiden Betreiber sogenannte Premiumpartners werden. Sie zahlen 50 EUR pro Monat und können dafür beliebig viele Produkte einstellen. Zudem wird für sie dauerhaft ein Werbeplatz im Online-

Nach den Sommerferien, so der Plan der Partner, sollen 200 Premiumpartners untergeschrieben haben. Die Akquise hat begonnen. „Wir haben Tausende Adressen und Telefonnummern, wollen jetzt erst mal vorfühlen“, sagt Gumula. „Bei ernsthaftem Interesse werden wir unser Projekt dann gezielt vorstellen.“ ■