



Erfolgreiche Digitalisierung von Beschaffungsprozessen

1924

gegründetes Familienunternehmen

700

Quadratmeter großes Ladengeschäft im Firmensitz

18.000

Artikel sofort verfügbar



DIE HERAUSFORDERUNG

- Etablierung des digitalen Vertriebskanals in der Bedarfsmittelbeschaffung
- Realisierung eines konsistenten Markenerlebnisses über alle Kanäle hinweg
- Online-Preisverhandlung und -Bestellung von Produkten

DIE LÖSUNG

- Migration von Magento auf Intershop für leistungsstarke Commerce-Funktionalitäten out-of-the-box
- tiefe Integration von Commerce-Plattform und ERP via OCI-Punchout
- Verarbeitung von über 85.000 individuellen Preislisten und 750 Zulieferern
- Anbindung der PIM-Lösung von Perfion und des Business Intelligence Tools Qlik Sense

ÜBER GUSTAV EHLERT

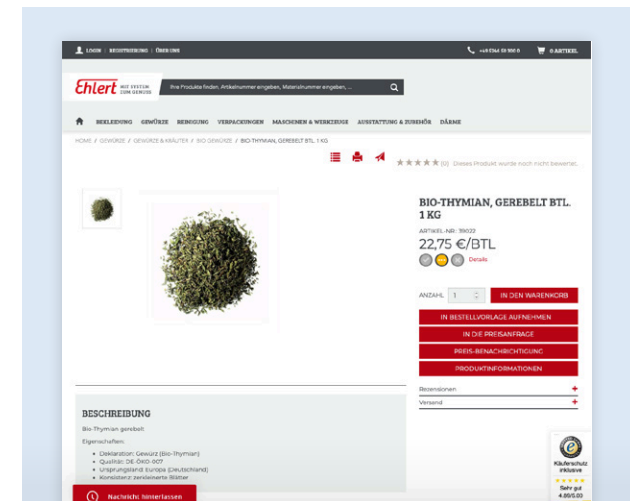
Die Gustav Ehlert GmbH & Co. KG ist ein Großhändler für den Bedarf in der Lebensmittelproduktion. Mit knapp 100 Jahren Branchenerfahrung vertreibt das Unternehmen Natur- und Kunstdärme, Gewürze und Zusatzstoffe sowie Hilfsmittel, Schneidwerkzeuge, Schutz- und Einwegbekleidung, Verpackungsmaterialien und Reinigungsmittel für den kompletten Bereich der Nahrungsmittelproduktion. Mit eigener Lagerhalle, 40.000 gelisteten Artikeln, von denen 18.000 sofort verfügbar sind und dem eigenen Fuhrpark setzt das Familienunternehmen Maßstäbe in der Branche.

www.ehlert-shop.de

Die Idee: Digitalisierung der Beschaffungsprozesse

Vertriebsmitarbeiter beim Kunden, telefonische Bestellannahme, E-Mail als neues Fax: Noch setzen die Kunden der Gustav Ehlert GmbH gern auf althergebrachte Beschaffungsmethoden. Philipp Ehlert, Geschäftsführer und verantwortlich für den Bereich E-Commerce, lässt sich davon aber nicht entmutigen: „Der Generationswechsel kommt. Und wenn es soweit ist, haben wir bereits die beste digitale Lösung in unserer Branche.“

Als das Familienunternehmen 1924 gegründet wurde, belieferte es vor allem Metzgereien. Heute unterstützt die Gesellschaft Nahrungsmittelproduzenten von Bäckerei bis Feinkost. Diese Betriebe benötigen Waren, die nicht direkt zur Wertschöpfung beitragen: Messer, Arbeitskleidung, Einweghäubchen, Papiertücher, Seife. Die Gustav Ehlert GmbH hat zum Ziel, sämtliche Bedarfe ihrer Kunden abdecken zu können und damit zur einzigen Bezugsquelle von Lebensmittelproduzenten zu werden. Von der Preisverhandlung über die Bestellung der Artikel bis hin zur Abrechnung und Produktkonformitätserklärung sollen alle Prozesse zentral abgebildet werden. „Was wir möchten, ist das Selbstverständnis der Kunden: Bei Ehlert bekomme ich alles für meinen Bedarf und kann dann sorgenfrei produzieren“, erklärt Philipp Ehlert.



Die Umsetzung: ein leistungsstarker Online-Shop

Das Familienunternehmen sammelt seit 2013 Erfahrungen im E-Commerce. Dafür wurde zunächst eine eigene Firma, die Ehlert-Online GmbH, gegründet. „Der kleine Magento-Shop hatte nur ein ganz begrenztes Sortiment für das Metzgereihandwerk. Wir sind damit aber schnell an die Grenzen gestoßen, weil es natürlich immer wieder Nachfragen gab: Geht das auch anders? Ich brauche aber noch dies und jenes extra.“ Die Kundenwünsche umzusetzen war mit der Magento Community-Version ein sehr aufwändiges Unterfangen. So wurde mit den gesammelten Erfahrungen ein Replatforming-Projekt ausgeschrieben. „Wir wollen unsere Kunden

mit einem konsistenten Markenerlebnis ansprechen – egal, ob online, im Ladengeschäft oder im Kontakt mit dem Vertriebler vor Ort. Wir haben uns einen detaillierten Überblick über verschiedene Lösungsanbieter verschafft. Schnell war klar: Intershop kann out-of-the-box alles, was wir brauchen. Nach ein paar Stolpersteinen zu Beginn des Projektes sind wir nun mit unserem Online-Shop mehr als zufrieden und haben schon konkrete Ideen, das Angebot weiter auszubauen.“

Über 85.000 individuelle Preislisten und 750 Zulieferer werden von Intershop sowie den integrierten PIM- und Business-Intelligence-Systemen verarbeitet. Um die großen Mengen komplexer Produktinformationen zu verwalten und diese effizient auszuspielen, entschied man sich für die PIM-Lösung von Perfion. Die Anbindung an den Shop funktioniert derzeit via xls. Das Business Intelligence Tool Qlik Sense wird für Auswertungen zum Warenkorb, Cross-Selling und zum Controlling klassischer KPIs eingesetzt. Diese Lösung an den Shop anzubinden, steht auf der Agenda geplanter Projekte.

Das Resultat: Vertrieb geht Hand in Hand, digital und vor Ort

Auch wenn die Digitalisierung bei den Kunden der Gustav Ehlert GmbH noch nicht vollends angekommen ist, der Online-Shop ist bereit: „Meine Vision ist, dass unsere Kunden 90 Prozent ihrer Bedarfe an Produktionshilfsmitteln als Abo bestellen. Vor der Beauftragung bekommen sie einen Link zum

Warenkorb, wo sie basierend auf diesem Abo Änderungen – beispielsweise an der Artikelanzahl – vornehmen können. Die Bestellabwicklung läuft automatisch im Hintergrund ab. Der Kunde muss sich also gar nicht um die regelmäßigen Wiederkäufe kümmern.“ Auf diese Art soll die Kundenbetreuung sehr viel intensiver gelebt werden. Effizienz schafft Raum für die 10 Prozent der Artikel, die beratungsintensiv sind, weil es etwa um Prozesse im Unternehmen geht oder um Qualitätssicherung. Die neu identifizierten Produkte kommen dann ganz automatisch mit in den Abo-Zyklus.

Um den Kunden den digitalen Katalog schmackhaft zu machen, arbeiten die Vertriebsmitarbeiter aktiv an dessen Bewerbung: „Aktuell haben wir Karten gedruckt mit einem QR-Code zum Shop und einem Rabatt-Code, der im Online-Shop zwei Prozent Rabatt gewährt. Mit solchen Aktionen hoffen wir, zusätzliches Interesse zu wecken und auf lange Sicht die Nutzung der digitalen Lösung als Standard zu etablieren.“

Die Vision: Predictive Maintenance und automatisierte Nachbestellungen

Die Ideen zur Digitalisierung von Vertrieb und Service gehen schon jetzt einen Schritt weiter. Für Philipp Ehlert ist klar, sobald die Digital Natives im Einkauf das Sagen haben, soll der Shop mehr sein als nur ein Online-Katalog.

„Wir müssen das Silodenken aufbrechen. Die Unternehmen einer Branche müssen erkennen, dass es Silos im Unternehmen gibt, aber auch Silos zwischen den Unternehmen. Die müssen wir einreißen, um insgesamt mehr Wertschöpfung generieren zu können.“ So hat Ehlert die Vision, Predictive Maintenance auf die Bedarfsmittelbeschaffung zu adaptieren. „Dafür müssen wir aber noch viel mehr Daten erheben. Wenn wir zum Beispiel wissen, welche Aktionen im Einzelhandel laufen und welche Kunden von uns daran beteiligt sind, dann können wir errechnen, welche Bedarfe zu welcher Jahreszeit zu erwarten sind. Daraus können wir schließen, wie das Absatzvolumen ausfallen wird und welche Artikel wir in den nächsten vier Wochen auf jeden Fall im Lager haben müssen.“ Ehlerts Vision geht sogar noch weiter, in Richtung Automatisierung, Internet of Things und Industrie 4.0: Die Maschinen melden Bedarf, verbinden sich mit dem Shop und lösen Bestellungen basierend auf den definierten Freigaben des Kunden einfach aus.

„Der Generationswechsel kommt. Und wenn es soweit ist, haben wir bereits die beste digitale Lösung in unserer Branche.“

Philipp Ehlert, Geschäftsführer der Gustav Ehlert GmbH & Co. KG

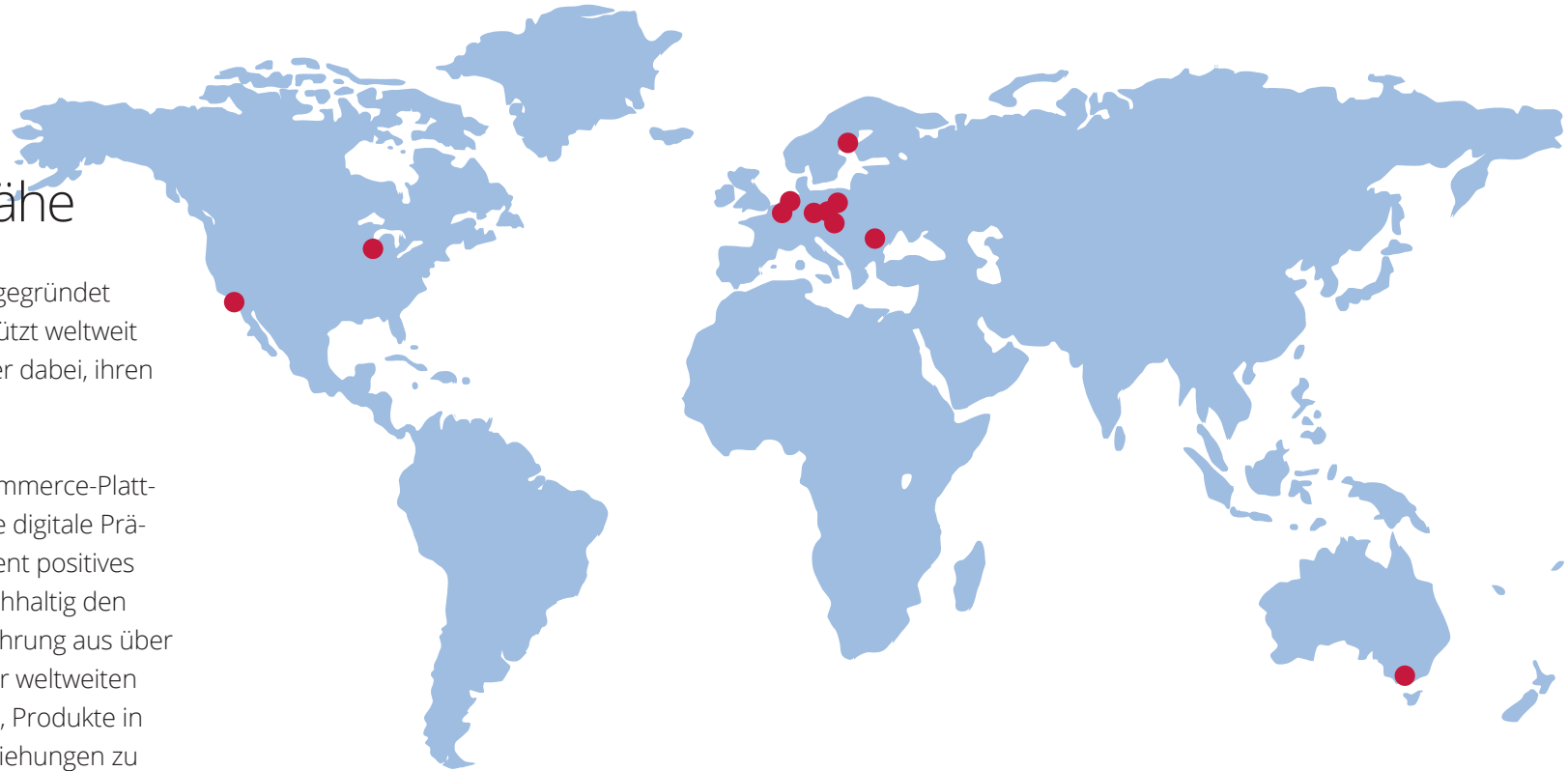
ÜBER INTERSHOP

Immer in Ihrer Nähe

Die Intershop Communications AG (gegründet 1992, Prime Standard: ISHA) unterstützt weltweit führende Hersteller und Großhändler dabei, ihren Vertrieb innovativ zu digitalisieren.

Auf Intershops Cloud-basierter E-Commerce-Plattform können B2B-Unternehmen ihre digitale Präsenz auf- und ausbauen, ein konsistent positives Kundenerlebnis schaffen und so nachhaltig den Online-Umsatz steigern. Mit der Erfahrung aus über 25 Jahren digitalem Handel und einer weltweiten Präsenz helfen wir über 300 Kunden, Produkte in Umsätze zu verwandeln und die Beziehungen zu ihren Kunden dauerhaft zu verbessern.

Intershop is built to boost your business. Erfahren Sie mehr unter www.intershop.de.

**USA**

**Octavio
Perales**

o.perales@intershop.com

EUROPA

**Frank
Andersen**

f.andersen@intershop.de

**AUSTRALIEN &
NEUSEELAND**

**Emmeline
Ng**

e.ng@intershop.com

**ASIEN &
PAZIFIK**

**Kanyasiri
Panasahatham**

kanyasiri@intershop.com