

Multichannel von seiner süßesten Seite – mit Schokoladen von Rausch



Das Familienunternehmen Rausch kann auf eine fast 100-jährige Tradition zurückschauen. Es war im Jahr 1918, als Wilhelm Rausch junior die „Rausch Privat-Confiserie zur Herstellung feinsten Schokoladen, Pralinen und Honigkuchen“ in Berlin gründete. Zwei seiner Nachfahren, Robert und sein Vater Jürgen Rausch, stehen auch heute an der Spitze des Unternehmens. Die Vision des Gründers besitzt immer noch Gültigkeit: Menschen mit den feinsten Schokoladen glücklich zu machen.

In erster Linie hat dies natürlich etwas mit Erfahrung, Sorgfalt und Innovation bei der Fertigung der hochwertigen Schokoladen zu tun. Zeitgleich ist es der Familie Rausch sehr wichtig, niemals Kompromisse bei der Qualität einzugehen und kontinuierlich auf Nachhaltigkeit zu achten. Ein Anspruch, dem man aber nicht nur bei der Produktion, sondern auch beim Vertrieb gerecht werden will und muss. Vor einem Jahr führte dies zu einer Neuausrichtung, die der Geschäftsführer Robert Rausch, wie folgt beschreibt: „Wir fokussieren uns seit Herbst 2015 auf den Direktvertrieb, diese strategische Entwicklung fassen wir unter dem Ansatz „Tree-to-Door“ zusammen. Denn um unseren Kunden die gewohnte Rausch Qualität garantieren zu können, ist es für uns unabdingbar, vom Anbau des Edelkakaos bis hin zum Verkauf der Plantagen-Schokoladen, alles in einer Hand zu behalten. Somit war die Konsequenz für uns, unsere Schokoladen nur noch in unserem Onlineshop und in unserem Schokoladenhaus am Gendarmenmarkt in Berlin Mitte zu verkaufen.“

Ein Onlineshop existierte schon seit 2005, wurde infolge der vertrieblichen Neuorientierung aber

vollständig überarbeitet. Im Frontend zeigt man sich natürlich von seiner genussvollsten Seite, aber auch im Backend hat sich mit dem Livegang des neuen Shops einiges getan. Hier greifen inzwischen mehrere Technologien zusammen. In SAP als zentralem System werden die Materialwirtschaft, Logistik, Produktion, Vertrieb und der Einkauf abgebildet. Die Implementierung übernahm die auf SAP-Branchenlösungen spezialisierte Cormeta AG. Der Onlineshop, der auf der Webshop-Software Shopware basiert, wird als Vertriebskanal mit Stammdaten von SAP versorgt und nimmt die Aufträge vom Kunden entgegen. Die Abarbeitung der Bestellungen, der Versand sowie die Sendungsverfolgung werden über shipcloud abgewickelt. Die Technologie der Hamburger ist im konkreten Fall an SAP angebunden und stellt die einheitliche Schnittstelle zu verschiedenen Logistikdienstleistern dar. Klingt kompliziert, ist es aber nicht.



shipcloud.io – customer story #33 – Rausch Dezember 2016

„Im operativen Alltag ist auf logistischer Seite die Komplexität der Lösung nicht zu merken. Das Versandetikett kommt immer in gewünschter Form aus dem richtigen Drucker. Es wird im Rahmen des Kommissionier- und Packprozesses mit den im SAP erfassten Auftragsdaten automatisch erzeugt. Systembrüche entfallen, wir mussten nur eine Schnittstelle für alle Versender implementieren. Zusätzlich können unsere Kunden im My-Account-Bereich des Onlineshops ihre Sendungen verfolgen und auch wir haben als Händler jederzeit den Überblick über den Sendungsstatus – carrierübergreifend.“ – sagt Rico Rührmer – Leiter IT und Prozesse bei Rausch. Mit seinem Team

ist er auf shipcloud durch Recherche und Anbietervergleiche im Internet gestoßen und hat seine Entscheidung keine Minute bereut. „shipcloud stellt eine einheitliche, technische Schnittstelle zu verschiedenen Logistikdienstleistern für die Automatisierung des Pack- und Versandprozesses zur Verfügung. Das senkt unsere Implementierungs- und Betriebskosten.“

Die Konzentration auf Multichannel aus einer Hand hat sich offenbar bewährt. „Viele unserer Kunden, die es gewohnt waren, ihre Rausch Schokolade im Einzelhandel zu kaufen, konnten wir zu Kunden unseres Onlineshops konvertieren. Mit einer Million nationalen und internationalen Besuchern, die jährlich in unserem Schokoladenhaus am Berliner Gendarmenmarkt zu Gast sind, haben wir eine sehr gute Grundlage, um auch diese als Online-Kunden zu gewinnen. Zudem erreichen wir durch gezielte Online-Marketing-Maßnahmen ganz neue Kunden, die wir für Rausch Schokolade begeistern können.“, so Robert Rausch. Dass der europaweite Versand mittels des von shipcloud gewährleisteten Logistiker-Mix kein Problem ist, macht sich dabei besonders bezahlt. Außerdem bleibt festzuhalten, dass man mit dem neuen Vertriebskonzept offenbar nicht nur die Kunden überzeugen konnte. „Im April 2016 konnten wir mit dem neuen Webauftritt und Onlineshop auch die Jury des Deutschen Digital Awards überzeugen und in der Kategorie „Digital Commerce – User Experience“ gewinnen.“



Kontakt:

RAUSCH GmbH
Wolframstraße 95 – 96
12105 Berlin
Phone: +49 (0) 800 030 1918
Fax: +49 30 757 88 1115
Mail: info@rausch.de
Web: www.rausch.de

