



Success Story

## **NovaTaste erweitert Markenpräsenz mit Multi-Brand-eCommerce**

Wie NovaTaste gemeinsam mit SYBIT neue Wege der Kundennähe und Serviceorientierung geht.



# Die Ausgangssituation

## Vertrieb zwischen etablierten Großhandelsstrukturen und wachsendem Bedarf an digitalen Kanälen

Für viele Unternehmen in Branchen wie der Fertigungs-, Chemie- oder Lebensmittelindustrie gilt: Der Vertrieb ist traditionell von etablierten Großhandelsstrukturen geprägt. Für Unternehmen wie NovaTaste bedeutet das einerseits bewährte Partnerschaften, andererseits aber auch begrenzte Möglichkeiten, die eigenen Marken digital erlebbar zu machen und direkt mit allen Geschäftskunden in Kontakt zu treten. Gerade für Sales- und eCommerce-Verantwortliche entsteht dadurch ein Dilemma: Viele Kunden sind an digitale Services und einfache Bestellprozesse gewöhnt, im Aufbau eigener, direkter Kanäle besteht aber die Herausforderung, Kunden umfangreich zur Nutzung des eigenen Angebots zu motivieren. Der Großhandel wird häufig als bequemer wahrgenommen. Andererseits schaffen es neue Produkte oft nicht sofort in die Regale der Händler – und damit auch nicht zum Endkunden.

So war es auch bei NovaTaste, einem weltweit führenden Anbieter von Geschmacksinnovationen. Das Unternehmen suchte nach einem Weg, direkter mit Kunden in Kontakt zu treten, die Markenpräsenz zu stärken und neue Umsatzpotenziale zu erschließen.



# Das Ziel: Einstieg in den eCommerce mit klarer Wachstumsstrategie

NovaTaste wollte nicht nur einen Online-Shop aufbauen, sondern eine skalierbare digitale Plattform schaffen - ohne dabei bestehende Vertriebswege zu ersetzen, sondern sie sinnvoll zu erweitern:

- Eigenen Vertriebskanal als Ergänzung zum Großhandel
- Marken digital erlebbar machen, beginnend mit der Gewürzmarke Wiberg
- Neue Services für höhere Effizienz und mehr Komfort bieten
- Langfristige Basis für Margensteigerung und Internationalisierung schaffen
- Entlastung für den Vertrieb schaffen, indem Kleinstaufträge von z.B. Metzgereien online abgewickelt werden können
- Deutlich mehr Kundenzufriedenheit erreichen



# Das Fundament: Daten, Architektur und der erste Shop

Aufbauend auf einem zentralen Product Content Management (PCM) - dem Datenfundament für Produktinformationen und Rezepturen - entstand mit moderner Cloud-Architektur und Custom-Headless-Frontend der erste Online-Shop für die Marke Wiberg - alles auf Basis der SAP Commerce Cloud:

- **B2B-Shop:** Fokus auf Markenpräsentation, Customer Experience und hochwertiger Bildsprache
- **SAP Commerce Backend:** Technologische Basis für Prozesse und Integrationen, ergänzt um ein Custom-Frontend und CMS
- **CRM-Integration:** Automatische Ticket-Erstellung in SAP Service Cloud bei Registrierung, Adressänderung und Reklamation
- **ERP-Integration:** Durchgängige Preis- und Konditionslogik
- **Gutscheinprozess:** Vollständig integriert in das ERP-System

Damit war der erste Schritt geschafft: ein moderner, digitaler Vertriebskanal, der Kundennähe schafft und die Marke ins Zentrum rückt.

# Die Ausbauphase: Vom Single-Brand- zum Multi-Brand-Shop

Der nächste Schritt war der Relaunch zu einem Multi-Brand-Shop, in dem inzwischen fünf Marken von NovaTaste verfügbar sind.

- **Multi-Brand-Struktur:** Ein deutlich erweitertes Sortiment für unterschiedliche Zielgruppen
- **Digitale Tools:** Beispielsweise steigern ein so genannter Wursthüllenselektor und entsprechende Produktkonfigurationen die Relevanz für Fachkunden
- **Neue Self-Services:** wie Preislisten- und Spezifikations-Downloads
- **Verzahnung von Online und Offline:** Bestellhistorie und zuletzt bestellte Produkte sind für Kunden jederzeit einsehbar – unabhängig vom Bestellkanal
- **Zielgruppenerweiterung:** Neue Zielmärkte wie beispielsweise die Lebensmittel-industrie und Metzgereien werden erreicht
- **Loyalty-Marketing:** Kunden- und produktspezifische Voucher-Codes ermöglichen gezielte Promotions und Kampagnen

So wuchs die Plattform Schritt für Schritt zu einem zentralen digitalen Vertriebskanal – mit größerem Produktspektrum, neuen Services und einer verbesserten Markenpräsenz.

# Die Ergebnisse: Mehr Umsatz, mehr Unabhängigkeit, weniger Aufwand

Die digitale Plattform zeigt bereits deutliche Effekte:

- Umsatzsteigerung durch erweitertes Produktportfolio und neue Zielgruppen
- Höhere Margen dank direkter Vertriebswege und geringerer Abhängigkeit vom Großhandel
- Reduzierter Vertriebsaufwand durch die Abbildung von Kleinkunden im Webshop – persönliche Betreuung bleibt für Großkunden reserviert
- Stärkere Kundenbindung durch Self-Service-Funktionalitäten und digitale Services
- Markenstärkung durch direkte Sichtbarkeit der NovaTaste-Marken im digitalen Raum

## Ausblick: Internationalisie- rung und weitere Services

Die Plattform ist von Beginn an skalierbar ausgelegt. Nächste Schritte sind:

- Internationaler Rollout in weitere Märkte mit Mehrsprachigkeit
- Integration eines Payment-Service Provider zur Vereinfachung der Zahlungsabwicklung
- Integration weiterer Marken

Damit treibt NovaTaste die Digitalisierung des Vertriebs gezielt voran – mit einem klaren Fokus auf Kundennähe, Service und Wachstum.

# Stimmen aus dem Projekt

**Florian Schneider, Head of eCommerce Europe bei NovaTaste**

*„Mit dem neuen Multi-Brand-Shop stärken wir unsere NovaTaste-Marken und schaffen direkten Zugang zu unseren Kunden. Damit bieten wir nicht nur mehr Komfort, sondern ein spürbar besseres Kundenerlebnis. SYBIT hat uns dabei mit hoher Kompetenz und viel Verständnis für unsere Markenstrategie begleitet.“*

**Herbert Frohner, Global CIO bei NovaTaste**

*„eCommerce ist für uns nicht nur ein Projekt, sondern eine strategische Weichenstellung. Mit der neuen Plattform verfügen wir über eine skalierbare Architektur, die uns Flexibilität für neue Märkte, Services und Innovationen gibt – und die Customer Experience nachhaltig verbessert. SYBIT hat uns stark dabei unterstützt, nicht nur die technische Basis zu legen, sondern die Prozesse von Anfang an richtig auszurichten.“*



## Fazit

NovaTaste hat gemeinsam mit SYBIT den Schritt vom Großhändler-zentrierten Vertrieb zu einem eigenen digitalen Kanal vollzogen. Mit dem Multi-Brand-Shop stärkt das Unternehmen nicht nur Marken und Margen, sondern vor allem die Customer Experience: direkte Nähe, transparente Services und ein professionelles Markenerlebnis.

Nicht nur für eCommerce-Entscheiderinnen und -Entscheider zeigt dieser Case: Digitale Plattformen sind der Schlüssel, um Kundenbeziehungen aktiv zu gestalten, Marken zu differenzieren und Wachstum eigenständig zu steuern.

# We Create CX Champions.

500+

Kunden

350+

Mitarbeitende

100%

kundenzentriert

No.1

für CX in Europa

Top 10

IT-Arbeitgeber

25+

Jahre Erfahrung



**Gehen wir den nächsten  
Schritt zusammen!**

+49 7732 9508-2000

[sales@sybit.de](mailto:sales@sybit.de)

Sybit GmbH  
St.-Johannis-Str. 1-5  
78315 Radolfzell  
[sybit.com](https://sybit.com)