

Wie man seinen E-Shop in neue Länder ausrollt



Learnings aus 9 Jahren Zusammenarbeit KSB × Bitgrip – Von einem Prototyp in Schweden zu 70+ Ländern

Wer ist KSB?

KSB ist ein internationaler Hersteller von Pumpen, Armaturen und zugehörigen Systemen – gegründet 1871, heute in über 100 Ländern aktiv. Das Produktportfolio reicht von der einfachen Heizungspumpe im Einfamilienhaus bis zur Hochleistungspumpe in industriellen Großanlagen. Als klassisches B2B-Unternehmen mit langer Vertriebstradition steht KSB exemplarisch für eine Branche, die die digitale Transformation aktiv gestaltet – ohne ihre Kernkompetenz aus den Augen zu verlieren.



01

Self-Service vs. Vertrieb – Entlasten, nicht ersetzen

Standardisiertes = digital. Komplexes = Vertrieb. Niemals alles oder nichts.

- ↔ Produktränge analysieren: Was ist standardisiert genug für Self-Service und entlastet den Innendienst sofort? (z. B. Ersatzteile)
- 👥 Self-Service gezielt steuern: Nicht jeder Kunde soll alles online kaufen können – Regeln vorab festlegen
- 🛒 Warenkörbe durch Vertrieb vorbefüllbar machen – Kunde bestätigt nur noch
- 🔗 Klare Übergabe-Logik: Ab wann übernimmt der Außendienst?

Self-Service stärkt den Vertrieb und übernimmt operative, repetitive Arbeit. Vertriebler fürchteten anfangs, ersetzt zu werden. Das Gegenteil war der Fall – sie konnten sich auf ihre Kernkompetenz konzentrieren: Beratung von komplexen, erklärungsbedürftigen Produkten. Ersatz- und Einzelteile werden online bestellt. KSB hat das intern klar kommuniziert und die Akzeptanz stieg.

02

Enablement – Teams befähigen, nicht ersetzen

Die Plattform ist nur so gut wie die Menschen, die sie lokal vorantreiben.

- 👤 Pro Land mindestens einen E-Sales-Verantwortlichen installieren
- 📍 Lokale Länderpläne zahlenbasiert entwickeln (Industrien, Zielkunden, Umsatzziele)
- 📋 Training & Onboarding für lokale Teams durchführen
- 🎯 OKRs einführen: Quartalsziele setzen, verfolgen, evaluieren
- ★ Success Stories intern teilen – Multiplikator-Effekt nutzen

Ohne lokale Verantwortliche bleibt der Rollout auf halber Strecke. Zentrales Business Development allein reicht nicht. Erst mit lokalen E-Sales-Verantwortlichen, die das Thema mit Überzeugung vorantreiben, entsteht ein echter Multiplikator-Effekt. Bitgrip hat zudem das OKR-Framework (Objectives and Key Results) zur messbaren Zielverfolgung und Teamkoordination eingeführt – heute ein fester Bestandteil der Zusammenarbeit.

03

Hinter den Kulissen – Was Skalierung erst möglich macht

Ein Rollout ist heute ein Knopfdruck – aber nur, weil die Architektur das erlaubt.

- ➔ Headless- & API-first-Architektur von Anfang an – kein Monolith
- ➔ Single Point of Truth: Alle Daten über Schnittstellen, nie dupliziert
- ➔ Feature Flags einrichten: Funktionen pro Land/Kundenrolle an- und abschalten
- ➔ Redaktionelle Steuerung via CMS: Lokale Anpassungen, ohne die IT zu involvieren
- ➔ Continuous Deployment: Schnellere Releases durch eine stabile, vollautomatisierte Infrastruktur
- ➔ Datenqualität vorab klären: Preise, Produktdaten, Dokumentationen sauber aufbereiten

Der größte Aufwand im Rollout liegt nicht in der Technik, sondern in den Daten. Ein Rollout ist heute technisch ein Knopfdruck. Was ihn verzögert: Produktdaten aus veralteten Systemen, fehlende Preise, nicht digitalisierte Dokumentationen. Wer frühzeitig in Datenqualität investiert, rollt schneller aus.

04

International & Ausblick – Wachsen durch Kundenzentrierung

Global denken, lokal umsetzen – und dabei voneinander lernen.

- Rollouts schrittweise: Märkte testen, dann optimieren und erst danach skalieren
- 🌐 Lokale UX-Unterschiede berücksichtigen (Asien ≠ Europa in Erwartung & Gewohnheit)
- 🕒 Ideen aus einzelnen Märkten global prüfen und ausrollen
- 👥 Kunden aktiv einbinden: User Tests, Messgespräche, Interviews
- 📋 Kundenfeedback systematisch in Iterationen einfließen lassen
- 🏢 Plattform in Unternehmensstrategie verankern – Rückhalt der GF sichert Ressourcen

Lokale Learnings global nutzbar machen. Was in einem Markt funktioniert, kann als Blaupause für weitere Rollouts dienen. Ideen aus einzelnen Regionen wie z. B. Asien, können für alle 70+ Länder relevant sein. KSB hat gelernt, lokale Erkenntnisse systematisch zurück in die globale Plattform fließen zu lassen – so können auch andere Märkte direkt von diesen Erfahrungen profitieren.



KSB hat gemeinsam mit Bitgrip in über 9 Jahren einen E-Shop von einem Land auf 70+ Länder skaliert – vom fehleranfälligen Produktkatalog in Schweden bis zur Plattform, die heute per Knopfdruck in neue Märkte ausrollt. Was den Unterschied gemacht hat: konsequente Kundenzentrierung, ein Vertrieb der die Plattform als Verbündeten sieht, lokale Verantwortliche in jedem Land und eine Geschäftsführung, die das Thema zur Chefsache gemacht hat.

Michelle Helf
Head of E-Commerce KSB



Plattform-Skalierung mit Bitgrip

Bitgrip unterstützt Unternehmen dabei, die Reife ihrer Plattformen strukturiert zu bewerten, Make-or-Buy-Entscheidungen zu treffen, Stakeholder-Workshops durchzuführen und Plattformstrategie, Architektur sowie Business-Ziele zu vereinen — und entwickelt dabei auch maßgeschneiderte B2B-Plattformen.

Weitere Informationen unter:
<https://www.bitgrip.com/kontakt>