

KWS Saat: Eine gemeinsame Reise

Die besten Beziehungen sind dauerhaft

Die besten Beziehungen sind von Dauer – so wie jene zwischen der KWS SAAT SE & Co KGaA und comspace. Über sieben Jahre gemeinsame Arbeit entfalten ihre Wirkung und haben mit der Einführung neuer IT-Lösungen die Kundenbeziehungen von KWS über die digitalen Kanäle ausgebaut und fortlaufend optimiert.

✓ Rollouts in 56 Ländern ✓ Integration mit Shop und CRM ✓ Entwicklung und Integration zahlreicher Tools ✓ Entwicklung Middleware für Produkt-, Umwelt- und Wetterdaten

“

Wir schätzen comspace und die Mitarbeiter*innen als ehrliche Partner auf Augenhöhe. Die Kollegen agieren selbständig und mit Weitsicht in einem multidimensionalen und hochkomplexen Projektumfeld. Terminvorgaben werden gehalten und die Kommunikation ist klar und verlässlich. Das vermittelt nicht nur Ruhe, sondern gibt den notwendigen Halt und die Sicherheit bei der Umsetzung und auch im Betrieb moderner, hoch verfügbarer IT-Lösungen mit Kundenbezug.

Nils Busse,
Head of Expert Hub IT Applications Customer Services bei KWS Group

Kundenbindung neu gedacht: Digitale Transformation bei KWS

Die KWS Saat SE & Co. KGaA kam 2016 auf comspace zu, um gemeinsam an neuen IT-Projekten zu arbeiten und die Digitalisierung der Kundenbeziehungen voranzutreiben.

- Kundenbindung stärken
- Internationaler Rollout

Das Einbecker Unternehmen, weltweit viertgrößter Saatguthersteller, wollte seine einzigartige Marktsituation durch die Implementierung einer neuen, umfassenden Beratungsplattform für Landwirte optimieren und den KWS Kunden qualitativ hochwertige digitale Services kostenfrei und rund um die Uhr zur Verfügung stellen.



Nicht nur Auswahlwerkzeuge, um die richtigen Saatgutsorten zu wählen, sondern auch verschiedenste Tools und Services sollten von der digitalen Plattform myKWS zur Verfügung gestellt werden, um den Landwirt während des gesamten landwirtschaftlichen Zyklus' von der Aussaat bis hin zur Ernte zu begleiten, zu beraten und zu unterstützen.

Damit verfolgt KWS das Ziel, die Kundenbindung weiter auszubauen und nachhaltig zu stärken. Die Vision für das sogenannte „Farmers Cockpit“ war geboren: Ein individuelles Dashboard für den Landwirt im KWS-Universum, bestehend aus mittlerweile 32 nützlichen und innovativen Tools. Einige dieser Services existierten bereits vor 2016, aber es fehlte an einer einheitlichen Plattform und einem übergreifenden Login-System.

Zudem sollte die Corporate Website sukzessive in 56 Ländern in neuem Gewand relaunched werden.

Projektverlauf: 7 Jahre Fortschritt

Die Grundlage für eine kontinuierliche Entwicklung wurde 2017 mit der neuen Corporate Website auf Basis von FirstSpirit gelegt. myKWS wurde als zentrales Instrument entwickelt, über das jegliche Logins der Webseiten-Nutzer realisiert werden. Die bestehenden Tools für die Endkunden wurden in die neue Website integriert, das „Farmers Cockpit“ nahm Gestalt an und wurde seitdem kontinuierlich weiterentwickelt.

Innovativ und personalisiert: das zentrale Dashboard für den perfekten Überblick

Das neue myKWS Dashboard trägt dazu bei, die Benutzerfreundlichkeit des „Farmers Cockpit“ zu verbessern und die Bereitstellung personalisierter Informationen für die User zu erleichtern. Das Dashboard verwendet ein Grid System, in dem via FirstSpirit interaktive Elemente eingefügt werden können. Diese Elemente zeigen Daten aus verschiedenen Quellen an, wie satellitengestützte Feld- und Wetterinformationen, Events und News. Dies ermöglicht eine effiziente Verwaltung und Anzeige wichtiger Informationen an einer zentralen Stelle.

Der neue länderübergreifende, webbasierte Sortenberater für unterschiedliche Fruchtarten beispielsweise versetzt den Landwirt in die Lage, diejenige Sorte der gewünschten Fruchtart auszuwählen, die seinem Anbaugebiet und seinen betriebsindividuellen Bedürfnissen optimal entspricht. Seit Oktober 2023 kann der Landwirt neben den Daten und Fakten der empfohlenen Sorte zusätzlich Kundenrezensionen auf der Webseite einsehen, die ihm Empfehlungen und weitere Anbauhinweise von Landwirt zu Landwirt liefern.

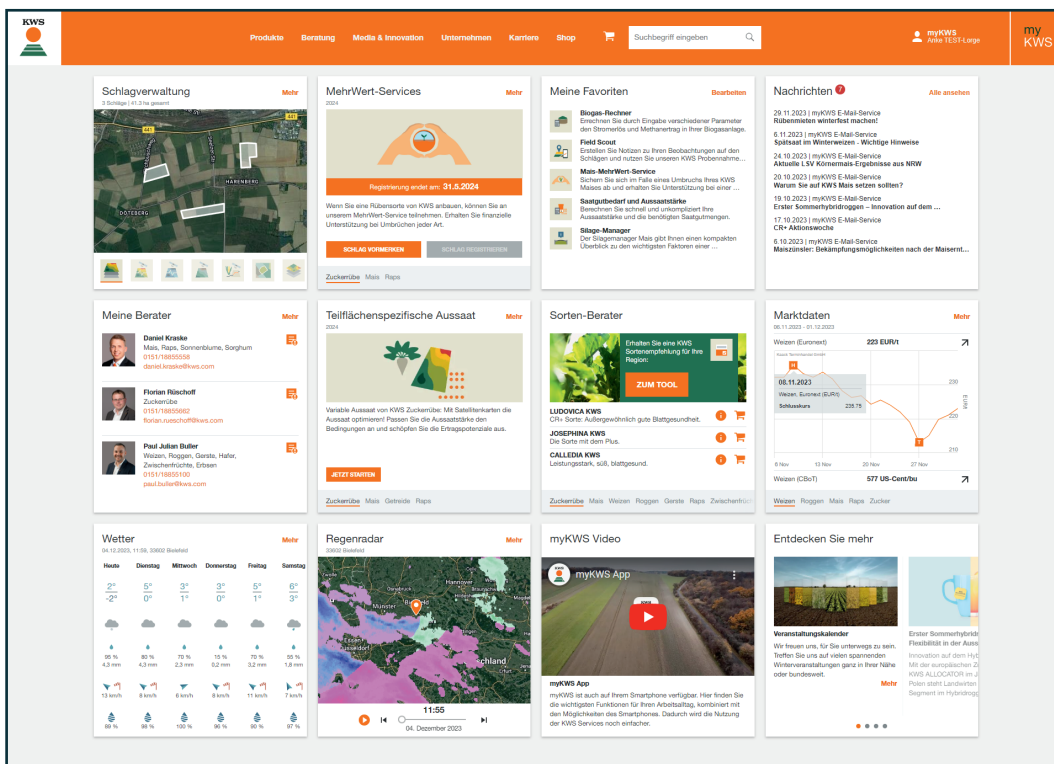
- 32 digitale Tools mit hoher Usability

Damit die Research & Development (R&D) Abteilung ihre Experimente auf den Versuchsfeldern besser planen kann, benötigt auch sie Zugriff auf die erforderlichen Wetterdaten. Um diesen schnell und effizient sicherzustellen, werden die Sensordaten von verschiedenen Wetterstationen zentral gesammelt und von comspace in die Services integriert, die von den R&D Mitarbeitenden genutzt werden.



Der länderübergreifende, webbasierte Sortenberater für unterschiedliche Fruchtarten beispielsweise versetzt den Landwirt in die Lage, diejenige Sorte der gewünschten Fruchtart auszuwählen, die seinem Anbaubereich und seinen betriebsindividuellen Bedürfnissen optimal entspricht. Seit Ende 2023 kann der Landwirt neben den Daten und Fakten der empfohlenen Sorte zusätzlich Kundenrezensionen auf der Webseite einsehen, die ihm Empfehlungen und weitere Anbauhinweise von Landwirt zu Landwirt liefern.

- 32 digitale Tools mit hoher Usability



Beispielhafte Auswahl digitaler Tools

Damit die Research & Development (R&D) Abteilung ihre Experimente auf den Versuchsfeldern besser planen kann, benötigt auch sie Zugriff auf die erforderlichen Wetterdaten. Um diesen schnell und effizient sicherzustellen, werden die Sensordaten von verschiedenen Wetterstationen zentral gesammelt und von comspace in die Services integriert sowie den R&D Mitarbeitern per technischer Schnittstelle zur Verfügung gestellt.

Weltweiter Rollout

Über die folgende Zeit wurde sukzessive der Rollout der neuen Website in 56 Ländern erfolgreich umgesetzt. Insgesamt arbeiten weltweit deutlich über 100 Redakteure am Content im FirstSpirit. Abhängig vom Zielmarkt wurde auch das „Farmers Cockpit“ in den Ländern ausgerollt, so dass die Landwirte dort von den unterstützenden Tools profitieren können.

- Rollout in 56 Länder
- CRM-Synchronisierung mit Login-System





Mit der Einführung von Salesforce als CRM bei KWS wurde das Login-System myKWS erweitert, um die Daten mit Salesforce zu synchronisieren. Die Besuche der User werden mit dem CRM synchronisiert und ermöglichen gezielte Marketing-Aktionen sowie den Fachberatern die personalisierte Ansprache der Kunden.

Nahtlose Integration von Website und Shop

Seit 2020 verkauft KWS in ausgewählten Ländern über einen eigenen Webshop direkt an die Endkunden. Der Shop basiert auf der Technologie der Salesforce Commerce Cloud und ist eng mit FirstSpirit verknüpft, so dass die Content- und Shop-Inhalte eine homogene Einheit bilden. Commerce Cloud übergibt dabei den Content an FirstSpirit, das als publizierende Einheit agiert. Die nahtlose Integration von Webseite und Shop erfährt eine fortlaufende Weiterentwicklung.

- Content-Commerce-Verzahnung
- Loyalty-Funktion

Im Rahmen des Webshops wurde initial für Dänemark eine „Loyalty“ Funktion für die Kunden entwickelt. Diese haben nun die Möglichkeit, in Abhängigkeit vom Einkaufswert „Seed Points“ zu sammeln und diese gegen Saatgut oder andere Leistungen einzutauschen. Der Rollout dieser Funktion in weiteren Ländern ist geplant.

Headless-Verteilung von Content

Um den in FirstSpirit verfügbaren Content kanal-unabhängig nutzen zu können, wird in ersten Teilprojekten „Content as a Service“ (CaaS) von Crownpeak verwendet. Die Headless-Funktion sorgt dafür, dass News-Content format-neutral gespeichert und via API an nutzende Systeme wie Website und App ausgespielt wird.

- API-gesteuerte Content-Ausspielung

RFID und QR für klare Herkunftsinformationen

Um für den Kunden und KWS einen zusätzlichen Mehrwert zu schaffen, wurde durch den Einsatz von RFID-Technologie eine Rückverfolgbarkeit in der Produktion und Logistik realisiert. Gleichzeitig wurde die Produktverifizierung durch QR-Code-Sicherheitsetiketten integriert und in die Webseite eingebunden. Dadurch wird zum einen die Authentizität des Saatguts gewährleistet und zum anderen die Bereitstellung von detaillierten Informationen für die weitere Verarbeitung ermöglicht.

- Authentizität und Vertrauen

comspace als Partner

Seit 2016 ist die Zusammenarbeit mit KWS von gegenseitigem Vertrauen geprägt: Vertrauen in Fähigkeiten, Zuverlässigkeit und gute Ideen. KWS wird bei comspace seit Anfang an von einem Team betreut, das aus vier Projektleiter*innen und etwa 20 Spezialist*innen für IT und Entwicklung besteht.

Die gemeinsame Reise geht weiter: Für das Jahr 2024 ist u. a. ein umfangreiches Redesign für die Corporate Website und die Länder-Websites geplant.



Über KWS Saat

KWS ist eines der führenden Pflanzenzüchtungsunternehmen weltweit. Seit mehr als 160 Jahren wird KWS als familiengeprägtes Unternehmen eigenständig und unabhängig geführt. Schwerpunkte sind die Pflanzenzüchtung und die Produktion sowie der Verkauf von Mais-, Zuckerrüben-, Getreide-, Raps- und Sonnenblumensaatgut. KWS setzt modernste Methoden der Pflanzenzüchtung ein, um Erträge sowie Resistenzen gegen Krankheiten, Schädlinge und abiotischen Stress weiter zu verbessern. Um dieses Ziel zu realisieren, investiert das Unternehmen rund 19 Prozent des Umsatzes in Forschung und Entwicklung. Weitere Informationen: www.kws.de.

Über comspace

Als Digitalagentur mit Tech-Fokus entwickelt comspace komplexe Weblösungen für Mittelständler und Großunternehmen und steht für zuverlässige Beratung und hohe technische Kompetenz. Projektmanagement, Webentwicklung, Services: Mit rund 100 erfahrenen Expert*innen deckt comspace die gesamte Bandbreite ab. Dabei setzt die Agentur auf führende High-End-Technologien und starke Partner für Content Management und Digital Asset Management. Zu den langjährigen Kunden zählen u. a. die Dornbracht AG & Co. KG, Krones AG, Otto Bock Health-Care GmbH und Xella International GmbH.

Ihre Ansprechpartnerin



Sylvia Pauleikhoff
Account Management Neukunden
T +49 521 98647 304
M sylvia.pauleikhoff@comspace.de