



Success Story

## **Clariants Erfolgsmodell für B2B-Commerce: Business-Impact in Rekordzeit**

Wie Clariant und SYBIT in wenigen Monaten eine effektive digitale Vertriebsplattform schufen

**CLARIANT** 

# Ausgangslage: Spezialchemie braucht digitale Effizienz

Clariant ist ein weltweit führender Anbieter von Spezialchemikalien. Das international tätige Unternehmen bedient ein breites Spektrum an Kunden - von globalen Konzernen bis zu spezialisierten Distributoren in der Kosmetik-, Agrar- oder Industriebranche. Gerade im Kundenservicebereich stand Clariant vor brachentypischen Herausforderungen im digitalen Vertrieb: der manuelle Aufwand war hoch, die Prozesse fragmentiert, die digitale Abdeckung begrenzt.

Ziel in der Zusammenarbeit mit SYBIT war es, eine skalierbare, digitale Vertriebsplattform zu schaffen, die nicht nur Prozesse automatisiert, sondern auch schnell messbaren Mehrwert liefert - für Kunden und interne Teams. Der Fokus lag klar auf Time-to-Value.



## Clariant International Ltd



**Business Units:** Care Chemicals, Adsorbents & Additives, Catalysts



**Hauptsitz:** Muttenz, Switzerland  
**Produktionsstätten:** 71 (2024)



**Mitarbeitende:** 10 465 (2024)



**Umsatz:** 4 152 CHF m (2024)

## Herausforderung

# Komplexität im B2B-Commerce der Chemiebranche

Die Anforderungen im Spezialchemiegeschäft sind hoch: Kunden benötigen nicht nur Produkte, sondern auch umfangreiche Dokumentation (z. B. Sicherheitsdatenblätter, Zertifikate), flexible Verpackungsoptionen und die Möglichkeit, Muster zu bestellen und zu testen. Hinzu kommen regulatorische Anforderungen, große Mengenvarianten – vom Kilogramm bis zur Schiffsladung – und unterschiedliche Rollen im Einkaufsprozess.

### Ein Beispiel: Formulierer vs. Einkäufer

Formulierer – also Laborverantwortliche, die neue Rezepturen entwickeln – benötigen schnellen Zugriff auf Produktinformationen und Muster, aber keine Preise oder Bestellfunktionen. Einkäufer hingegen benötigen Preis- und Lieferinformationen sowie Bestellfunktionen. Diese Differenzierung wurde im neuen Shop durch ein rollenbasiertes Zugriffskonzept abgebildet – nicht nur ein klarer UX-Vorteil, sondern Effizienztreiber.

Clariant hatte bereits vor Projektbeginn ein Kundenportal und einen rudimentären Webshop im Einsatz – letzterer war jedoch auf Europa beschränkt, nicht skalierbar und bot keine echte Automatisierung. Ziel war es, eine moderne, globale eCommerce-Plattform zu schaffen, die sowohl Distributoren als auch Endkunden adressiert – mit klarer Time-to-Value und messbarem Business Impact.

*„Wir konnten innerhalb weniger Monate echte Mehrwerte liefern – das hat selbst skeptische Stakeholder überzeugt.“*

**Matthias Häußler, Strategic Innovation Project Manager bei Clariant**

## Lösung

# Schneller Mehrwert durch klare Strategie und agile Umsetzung

Gemeinsam mit SYBIT setzte Clariant auf einen konsequent business-getriebenen Projektansatz. Eine Erfolgsformel: Statt mit einem vollständigen Produktkatalog zu starten, wurde ein MVP mit Fokus auf Wiederbestellungen umgesetzt – ein Bereich mit hohem Volumen und klarer Wertschöpfung.

### Was das Projekt besonders macht:

- Business-Ziele vor Technologie: Die Strategie und Customer Journey wurden vor der Tool-Auswahl definiert.
- Agilität mit Substanz: Durch die schnelle Verfügbarkeit des Shops im operativen Business konnte Kundenfeedback schnell und direkt in die weitere Entwicklung einfließen.
- Stakeholder überzeugt, nicht überredet: Kritische Stimmen wurden durch frühe Erfolge zu aktiven Unterstützern.
- UX von Anfang an integriert: Nutzerzentrierung war kein Add-on, sondern Teil der Methodik.

### Highlights in der Umsetzung:

- Reorder-Funktion als MVP: Kunden konnten bereits nach vier Monaten Bestellungen tätigen – mit direktem Umsatzbeitrag.
- KI-Unterstützung bei Bestellungen: Kunden können Bestellungen aus ihrem ERP als PDF exportieren und im Shop hochladen – das System erkennt KI-gestützt Produkte und Mengen automatisch.
- Live-Verfügbarkeiten: Nutzer sehen jetzt realistische und korrekte Verfügbarkeiten und Lieferzeiten – das ist nicht nur für Kunden ein enormer Mehrwert, sondern führt auch intern zu deutlich mehr Effizienz im Vertrieb, weil der Shop als Single-Point-of-Truth angesteuert wird.
- Self-Services für Dokumente: Sicherheitsdatenblätter, Zertifikate und Rechnungen sind direkt im Shop abrufbar – ohne Rückfragen an den Vertrieb.

## Technologieeinsatz

# Standardisiert, integriert, zukunftsfähig

Die technische Umsetzung erfolgte auf Basis von SAP Commerce Cloud – welches im Rahmen des Projekts als zentrales PIM etabliert wurde und durchgängig in das bestehende SAP ERP integriert wurde. Die wichtigsten technologischen Highlights:

- Integration von Kundenportal und Shop: Dokumente und Musterprozesse wurden harmonisiert
- Rollenbasiertes Zugriffskonzept für unterschiedliche Nutzergruppen (z. B. Formulierer, Einkäufer)
- Self-Services für Dokumente, Preise, Lieferzeiten
- KI-gestützte Prozesse: Der PDF-Upload ist ein erster Schritt in Richtung KI-gestützter Bestellprozesse

*„Der neue Shop ist nicht nur für unsere Kunden ein Gewinn – auch intern nutzen wir ihn als Informationsquelle. Das spart Zeit und reduziert Komplexität.“*

**Matthias Häußler, Strategic Innovation Project Manager bei Clariant**

## Ergebnis

# Business Impact in Rekordzeit

Das Projekt wurde mit dem SAP Quality Award Schweiz 2025 (Grand Winner) ausgezeichnet – in der Kategorie „Rapid Time to Value | Commerce“. Die Gründe dafür sind klar:

- Go-Live nach nur 4 Monaten mit ersten Bestellungen
- 100 % Automatisierungsrate bei Standardbestellungen
- Rollout in EMEA und Nordamerika, weitere Regionen folgen
- Hohe Akzeptanz bei Kunden und internen Teams
- Nachhaltige Basis für KI-gestützte Services geschaffen

*„Die Zusammenarbeit mit SYBIT war durchweg lösungsorientiert, pragmatisch und auf Mehrwert fokussiert. Das hat schnell Vertrauen geschaffen – und das Projekt zum Erfolg geführt.“*

**Matthias Häußler, Strategic Innovation Project Manager bei Clariant**

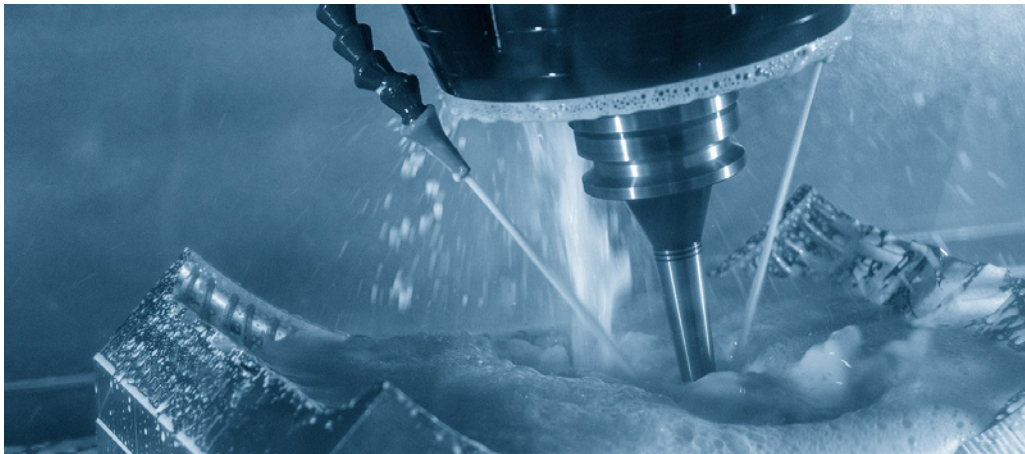


Ausblick

## Skalierbar, intelligent, global

**Das Projekt bei Clariant war von Beginn an auf Skalierbarkeit und Weiterentwicklung ausgelegt. Nach dem erfolgreichen Rollout in EMEA und Nordamerika stehen nun weitere Regionen wie Lateinamerika und APAC im Fokus. Ziel ist eine globale Harmonisierung der digitalen Vertriebsprozesse – auf einer einheitlichen Plattform.**

Auch technologisch ist die Lösung zukunftsfähig: Perspektivisch sollen intelligente Assistenten Kunden bei der Produktauswahl, Dokumentensuche oder Bestelloptimierung unterstützen. Intern wird der Shop zunehmend als führendes System etabliert – mit dem Ziel, das bestehende Kundenportal funktional zu integrieren. Damit entsteht eine zentrale Plattform für alle digitalen Kundeninteraktionen – von der Musterbestellung bis zur Großbestellung.



## Fazit: Digitale Transformation mit Wirkung

Clariant hat gezeigt, dass auch in einem komplexen B2B-Umfeld wie der Spezialchemie schnelle, messbare Ergebnisse möglich sind – wenn Strategie, Methodik und Technologie konsequent auf Business Impact ausgerichtet sind. SYBIT war dabei nicht nur Implementierungspartner, sondern Enabler für ein zukunftsfähiges Commerce-Modell.

*„Wir haben mit SYBIT nicht nur eine starke digitale Basis aufgebaut – wir haben eine Gesamtstrategie etabliert und einen zentralen Ausgangspunkt für die nächste Stufe unserer digitalen Transformation geschaffen.“*

Matthias Häubler, Strategic Innovation Project Manager bei Clariant

# 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)