

KoRos Weg zum Top-Anbieter für Lebensmittel:

So gelang die Expansion in
die Schweiz und nach UK



KoRo





Foto, von links nach rechts:
Piran Asci CPO | Florian Schwenkert, CEO | Constantinos Calios, CCO

Über KoRo



„Den Handel neu denken, mit innovativen Produkten, günstigen Preisen und einem großen Sortiment.“ – Mission Statement KoRo

KoRo wurde 2014 mit der Idee gegründet, durch das Überspringen von Handelsstufen, effiziente Prozessabläufe und Großpackungen in schlichtem Design, hochwertige Lebensmittel zu fairen Preisen für alle zugänglich zu machen. Dieser Grundidee ist das Unternehmen bis heute treu geblieben und hebt sich vor allem durch den Fokus auf gesündere und nachhaltigere Produkte sowie ein breites Healthy-Snacking-

Sortiment von Wettbewerbern ab. Die vier Geschäftsführer des Berliner Unternehmens Florian Schwenkert, Piran Asci, Constantinos Calios und Dr. Daniel Kundt beschäftigen derzeit mehr als 300 Mitarbeitende.

Die Produkte werden sowohl im eigenen Online-shop unter www.koro.com als auch im stationären Handel verkauft.



KoRo Großverpackungen – Was steckt dahinter?

Innovative Snacks, Superfoods, Nüsse, Trockenfrüchte: Mit dem Verkauf von veganen und vegetarischen Lebensmitteln erreicht KoRo derzeit insgesamt rund 1,5 Mio. Kund:innen in 17 Ländern.

Beim Stöbern durch den Onlineshop fällt auf: Das Angebot ist vielfältig und anders, als man es aus dem Supermarkt um die Ecke kennt. Da stehen 1 kg getrocknete Bio Fairtrade Mangostreifen neben veganen Proteinriegeln und Trockenmischungen für vegane Fleischersatzprodukte. Hinter dem Konzept der Großverpackungen steckt viel mehr als bloße Völlerei: Der Verkauf von Großverpackungen folgt in erster Linie dem Gedanken, weniger Verpackungsmüll pro Produkt zu erzeugen und damit den effizienten Einsatz von Transportmitteln, ergo das Einsparen von Emissionen, zu erreichen. Im Durchschnitt spart KoRo dank Großverpackungen

rund 40 % Plastikverpackung pro 1 kg Lebensmittel im Vergleich zu durchschnittlichen Einzelhandelsverpackungen. *

So fällt die Entscheidung zwischen gefriergetrockneten Erdbeeren in Ein-Kilo-Tüten, der Dattel-Haselnuss-Creme im 500-Gramm-Glas oder dem Kilo-Sack Kokoskugeln in Schokolade erst recht schwer.

* Stand 2022, Berechnung anhand einer Stichprobe aus Produkten unterschiedlicher Kategorien – Snacks, Nüsse, Trockenfrüchte, Kochzutaten – im Vergleich zu einzelhandelsüblichen Konkurrenten, hochgerechnet auf KoRo's 519 im Shop erhältlichen Großverpackungen.



Der Erfolg gibt KoRo recht – starkes Umsatzwachstum in den letzten Jahren

Dass das Unternehmen mit diesem Konzept den richtigen Nerv trifft, zeigen die Verkaufszahlen: Das Geschäft von KoRo wächst stark. Von 2019 bis 2021 haben sich die Umsätze jährlich mindestens verdreifacht. Das Geschäftsjahr 2023 schließt KoRo mit einem Umsatz deutlich über 100 Millionen Euro ab.

1,5 Mio.

Kund:innen die Koro Produkte lieben

17

Länder, die KoRo derzeit beliefert

> 3-faches

jährliches Umsatzwachstum von 2019–2021

> 100 Mio.

Euro Umsatz im Geschäftsjahr 2023





Wachstum bedeutet immer auch neue Herausforderungen

Dass ein solches Wachstum immer auch mit Herausforderungen einhergeht, zeigte sich bei Online-Bestellungen, die Kunden aus der Schweiz und aus Großbritannien tätigten.

KoRo arbeitete in der Vergangenheit mit einem Partner zusammen, der zwar die Logistik übernahm, aber nur standardisierte Arbeitsabläufe bot und zudem viele manuelle Arbeitsschritte notwendig machte. So musste KoRo Zollabfertigungs- und Produktdaten täglich manuell übermitteln, was den gesamten Prozess verzögerte und zudem fehleranfällig war.

Die bisherige Lösung verlangsamte das operative Tagesgeschäft immens und stellte damit keine geeignete Grundlage für KoRos Wachstumspläne und Ansprüche an die eigene Kundenzufriedenheit dar.

Bei der Suche nach einem Partner für die Optimierung der Prozesse wurde KoRo auf exporto aufmerksam. Zwar wurden auch andere Anbieter evaluiert – überzeugt hat exporto letztlich vor allem durch die Flexibilität und die einfache Kommunikation, die den Onboarding-Prozess und die erste Testphase erleichterten.

Debora Donadello, Head of Business Development bei KoRo gibt einen detaillierteren Einblick.

„In der Schweiz hatten wir eine recht lange Zustellungszeit, da die Pakete mehrere Tage im Auslieferungszentrum unseres Ex-Partners gelagert wurden, bevor sie an den lokalen Spediteur übergeben wurden. In Großbritannien standen wir vor der Herausforderung, keinen Partner für die Zollabfertigung zu haben. Wir mussten den Mindestbestellwert für Kund:innen auf 135 GBP begrenzen.“





exporto ist mehr als „nur“ Logistik

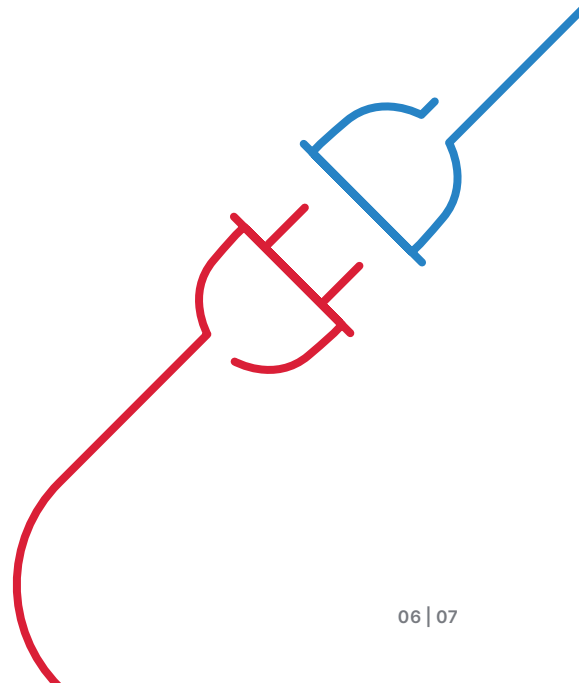
Dabei ist KoRo vor allem eines wichtig: exporto ist kein reiner Logistikanbieter, sondern berät das Unternehmen auch dahingehend, wie das Geschäft im Land selbst weiter ausgebaut werden kann.



„exporto stellt einen direkten Kontakt zu Partner:innen aus verschiedenen Bereichen her, wie zum Beispiel zu Marketingagenturen, Marktplätzen oder lokalen Zahlungsanbietern“

– so Debora

Den Zielmarkt zu verstehen und den Kund:innen genau das zu bieten, was sie sich wünschen, ist oft der Schlüssel zu einem loyalen Kundestamm. In jedem Land herrschen hier bestimmte Vorlieben. Wichtig ist es, diese zu kennen und in das tägliche Geschäft einzubinden.





Verkürzte Lieferzeiten und enorme Reduzierung des Ticketaufkommens

Beachtlich sind die Ergebnisse, die KoRo gemeinsam mit exporto erreichen konnte allemal. Alle relevanten Daten werden bei exporto vollautomatisiert übermittelt und verarbeitet.

Da so enorm viel Zeit gespart werden kann und KoRo zusätzlich von exportos optimalen Versandrouten profitiert, konnten die Lieferzeiten in die Schweiz bzw. nach Großbritannien um einen bzw. um zwei Tage verkürzt werden. Auch im Kundenservice zeigen sich die Auswirkungen der optimierten Prozesse deutlich – das Ticketaufkommen für Probleme mit Lieferungen in die beiden Länder wurde erheblich reduziert.

Florian Schwenkert, CEO von KoRo, ist mit den steigenden Umsatzzahlen sehr zufrieden: “Mit exporto haben wir einen zuverlässigen Partner an unserer Seite, dem wir unsere Expansion voll und ganz anvertrauen. Durch die Prozesse, die exporto für uns übernimmt, können unsere Kund:innen in Großbritannien Bestellungen über 135 GBP aufgeben, sodass sich nun Möglichkeiten ergeben, neue Marktsegmente zu erschließen. Das hat uns zum Beispiel die Zusammenarbeit mit neuen B2B-Kund:innen ermöglicht. Auch unsere Geschäfte in die Schweiz laufen unkompliziert und zuverlässig ab. Wir haben insgesamt aktuell rund 40.000 zufriedene Kund:innen in der Schweiz, die wir dank der reibungslosen Abläufe von exporto innerhalb von nur 2–3 Werktagen beliefern.

Die Zusammenarbeit ist auf höchstem Niveau professionell und macht Spaß – exporto ist genau der Partner, den wir uns für unsere Expansion gewünscht haben.”

Die effiziente Cross-Border-Lösung von exporto ermöglicht es KoRo, auch im EU-Ausland das Wachstum weiter voranzutreiben, neue Marktsegmente zu erschließen und weiterhin groß zu denken. Darauf stoßen wir mit einem Ingwershot an und sagen:

Weiter so KoRo, wir freuen uns auf all die Geschmacksexplosionen, die noch folgen werden!



LECKER!






Über exporto

Wir lassen Grenzen verschwinden und sorgen dafür, dass Unternehmen ihre Kunden im Ausland genauso einfach begeistern können wie im Heimatmarkt.

Vertrauen Sie auf eine sichere und vollautomatisierte Abwicklung Ihrer Geschäfte in die Schweiz und nach Großbritannien mit nur einem einzigen Partner an Ihrer Seite.

All-in-One mit exporto.

-  Automatisierte Abwicklung aller Zoll- und Steuerprozesse
-  API Anbindung an alle gängigen Shop-Systeme
-  Fiskalvertretung in Großbritannien und der Schweiz
-  Lückenlose Supply Chain
-  Zuverlässiges Retourenmanagement

Vereinbaren Sie jetzt ein
unverbindliches Beratungsgespräch:



Lilly Kossack

Business Development Representative

lilly.kossack@exporto.de

+49 (0) 151 21420905