



**BERLIN
BRANDS
GROUP®**

CASE STUDY BERLIN BRANDS GROUP

Ein einzigartiges Look-and-Feel für jeden einzelnen Online-Markenshop



Die Berlin Brands Group ist ein internationales E-Commerce-Unternehmen im Direct-to-Consumer-Bereich, das insgesamt 14 Eigenmarken aus den Bereichen Home & Living, Consumer Electronics, Sound & Light und Sports unter einem Dach vereint.

2005 von Peter Chaljawski in Berlin gegründet, deckt es die gesamte Herstellungskette von Produktentwicklung, Konzeption und Design über Produktion und Vermarktung bis hin zum Kundenservice ab. Von seinem Hauptsitz in Berlin aus steuert das Unternehmen die Markenentwicklung und den Multi-Channel-Vertrieb von mehr als 3.000 Produkten in 28 Ländern weltweit.

UMSATZ

314 Millionen USD

ABSATZMÄRKTE

28

STANDORT

Berlin, Deutschland

BRANCHE

Retail

BUSINESSMODELL

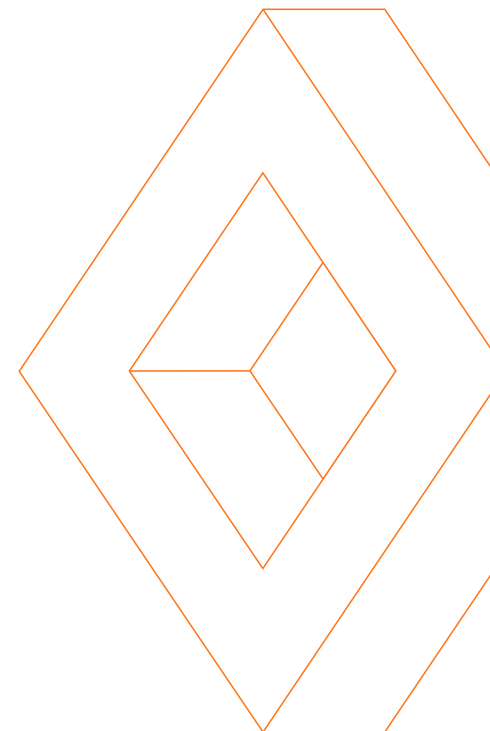
B2C

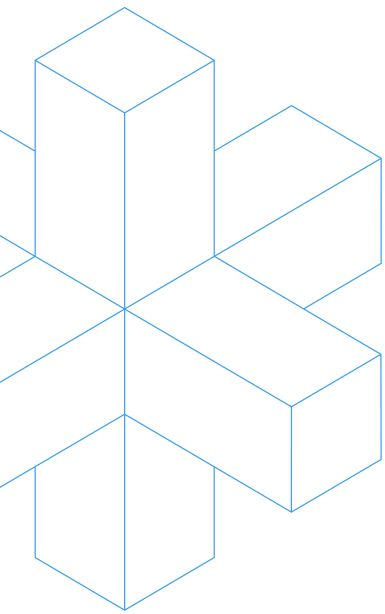
KOOPERATION MIT PARTNERN

Frontastic, Mediaopt, Mobify

Die Herausforderung

Die Berlin Brands Group ist ein Mix aus verschiedenen Marken, die jeweils ein einzigartiges Look-and-Feel für ihre Webshops benötigten. Die Dachmarke brauchte eine Plattform, die im Kern Cloud-native, robust und unbegrenzt skalierbar ist – schließlich kommen im Laufe der Zeit immer wieder neue Webshops hinzu, die in verschiedenen Regionen ausgerollt werden müssen.





Die Lösung

Eine Partnerschaft mit commercetools war die optimale Lösung für BBG. In enger Zusammenarbeit mit einem Systemadministrator wurde ein internes IT-Team aufgebaut. Im nächsten Schritt konnten die bestehenden Marken in die commercetools-Plattform migriert werden. BBG kann seitdem jederzeit unkompliziert kundenspezifische Webseiten hinzufügen und diese auf einzelne Märkte zuschneiden.



Die Berlin Brands Group hat mehrere Marken unter ihrem Dach, sowie die zusätzliche Komplexität, dass sie einen großen Katalog von Produkten in mehreren europäischen Ländern verkauft. Die Wahl einer Best-of-Breed-Architektur war in diesem Fall die einzig richtige Antwort. Mit commercetools als Handelsplattform lässt sich jede einzelne Webpräsenz ihrer Marken individuell gestalten, und es können nahtlos mehrere Währungen und Sprachen zu einem Online-Shop hinzugefügt werden.

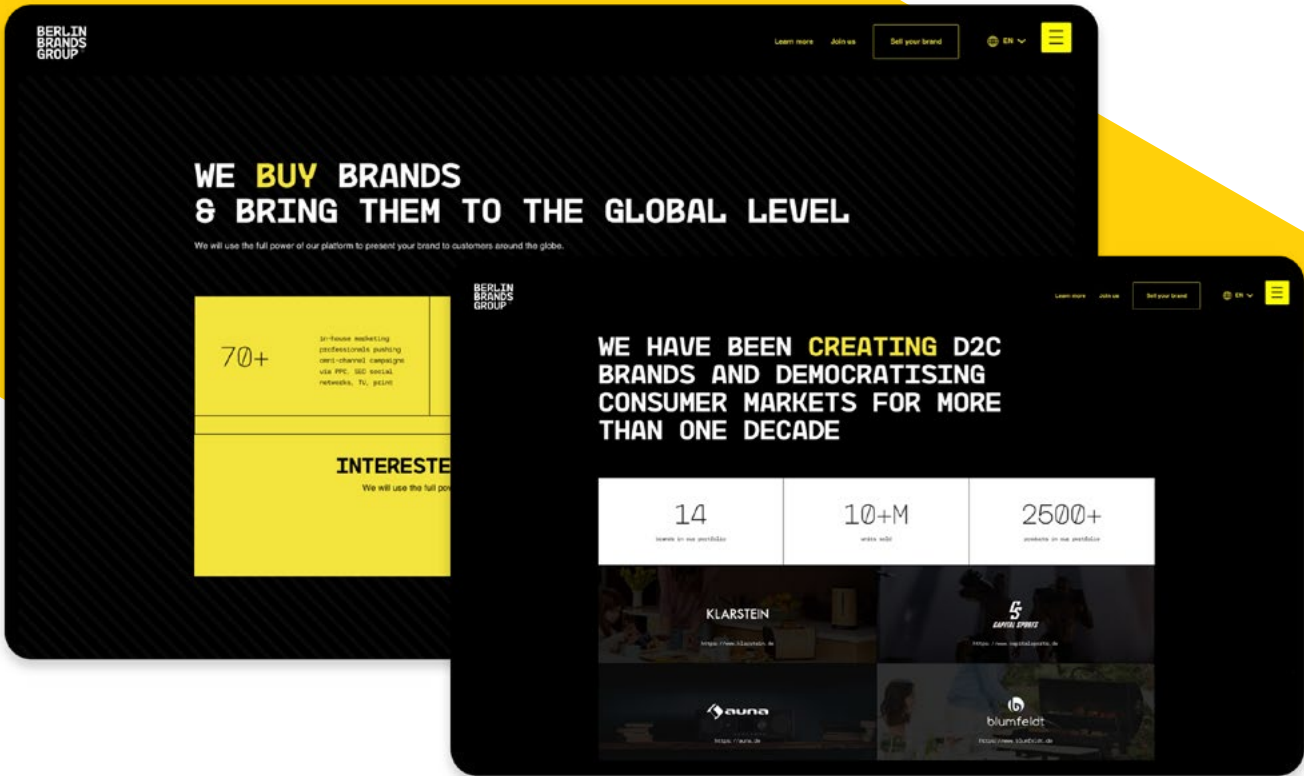
HAUKE RAHM

VP CUSTOMER SUCCESS, COMMERCETOOLS

**BERLIN
BRANDS
GROUP®**

Die Erfolgsgeschichte

Der Go-live ihres MVP mit einem kleinen Webshop war ein Erfolg und zudem der Startschuss, weitere Marken auf die commercetools Plattform zu migrieren. Neben der leistungsstarken Technologie ist die schnelle und unkomplizierte Umsetzung auch der kompetenten Zusammenarbeit mit dem Implementierungspartner und dem commercetools Professional Services Team zu verdanken.



commercetools Features für die Berlin Brands Group



PIM (Produktinformationsmanagement)

Volle Flexibilität beim Experimentieren mit komplexen Produkttypen, Produktbundles und Werbeaktionen



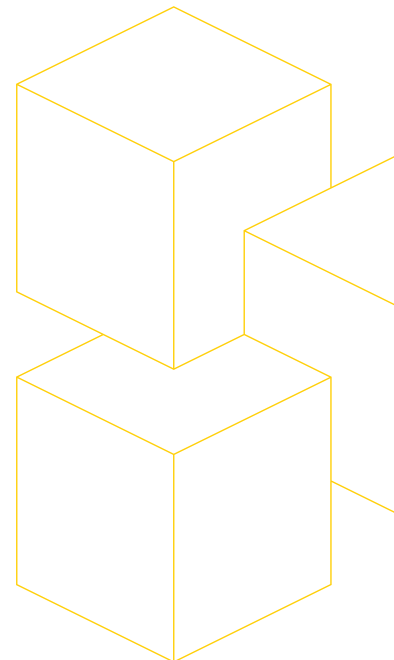
100% Headless

Kombination eines einzigen Backends mit individuellen Storefronts für einzelne Marken



Cloudbasierter E-Commerce

Schrittweise Einführung mehrerer Marken dank cloudbasierter Skalierung einer einzigen Plattform



Über commercetools



commercetools

commercetools ist ein weltweit führendes Software-Unternehmen und steht für die gleichnamige E-Commerce-Plattform für den B2C- und B2B-Handel der nächsten Generation. Die cloudbasierten Multi-Tenant-SaaS-Lösung ermöglicht es Marken und Händlern inspirierende Einkaufserlebnisse auf allen Kanälen zu schaffen, von mobilen Apps bis hin zu Sprachassistenten. An den Standorten München (HQ), Berlin, Jena (DE), Amsterdam (NL), London (UK), Zürich (CH), Durham (US), Singapur und Melbourne (AU) betreuen über 300 Mitarbeiter internationale Marken und Fortune-500-Unternehmen wie AT&T, Audi, Burberry, Flaconi, Vistaprint (ein Unternehmen der Cimpres-Gruppe), Volkswagen und Wölford.