



CASE STUDY EURAIL

Drastisch gesenkte Wartungskosten und einfache Entwicklung neuer APIs



Durch ganz Europa reisen mit nur einem Ticket - das geht mit dem Eurail- und dem Interrail-Pass. Reisende aller Altersgruppen können damit ein ausgedehntes Netz aus Zug- und Fährverbindungen nutzen.

Eurail, das gleichnamige Unternehmen hinter dem Eurail-Pass mit Sitz im niederländischen Utrecht, ist im Besitz von über 35 europäischen Eisenbahn- und Fährgesellschaften. Seit 2020 gibt es die erste mobile Version der Eurail- und Interrail-Pässe auf dem Markt, einen papierlosen, digitalen All-in-One-Pass für noch mehr Freiheit und Flexibilität, um neue Landschaften, Städte und Kulturen zu entdecken.

UMSATZ

26 Millionen USD

ABSATZMÄRKTE

Weltweit

STANDORT

Utrecht, Niederlande

BRANCHE

Travel

BUSINESSMODELL

B2C, B2B

KOOPERATION MIT PARTNERN

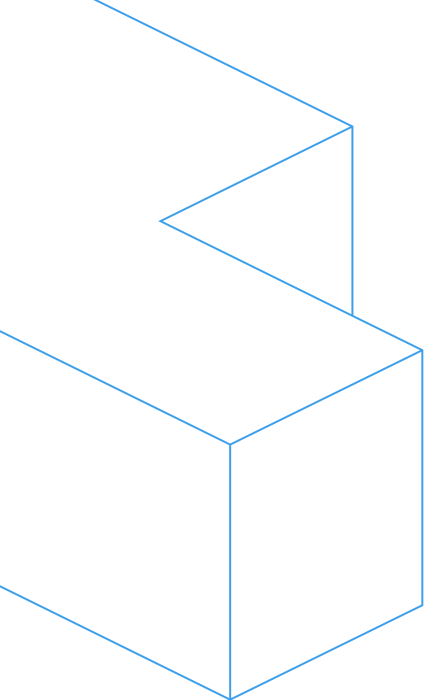
Valtech, Dept, Tricode, Adobe EM

Die Herausforderung

Dass Eurail als Pureplayer, der mit den Kunden ausschließlich über Webshop(s), E-Mail und Social Media kommuniziert, eine leistungsfähige E-Commerce-Plattform braucht, steht außer Frage.

Dies stellte aber auch die Migration auf ein modernes, zukunftsfähigeres E-Commerce-System vor besondere Herausforderungen: Die Webseite muss für die Kunden einfach navigierbar und benutzerfreundlich, gleichzeitig aber auch für die Entwickler des Unternehmens leicht bedienbar sein. Zudem haben die B2B-Schnittstellen hohe Priorität, da mehr als 35 Bahn- und Fährunternehmen Eurail-Partner sind. Die größte Herausforderung war jedoch, das neue CMS bei laufendem Betrieb und ohne Ausfallzeiten zu implementieren.





Die Lösung

Um all den Anforderungen und Bedürfnissen der diversen Stakeholder gerecht zu werden, entschied sich Eurail für einen hybriden Ansatz, der Content und Commerce vereint. Als technologische Lösung bot sich dafür die commercetools Plattform im Backend und der Adobe Experience Manager (AEM) für das Content Management im Frontend an. Durch die API-First-Architektur lassen sich mit commercetools sämtliche E-Commerce-Funktionen anbinden, die Eurail benötigt. Gleichzeitig unterstützt sie die digitale Geschäftsstrategie.



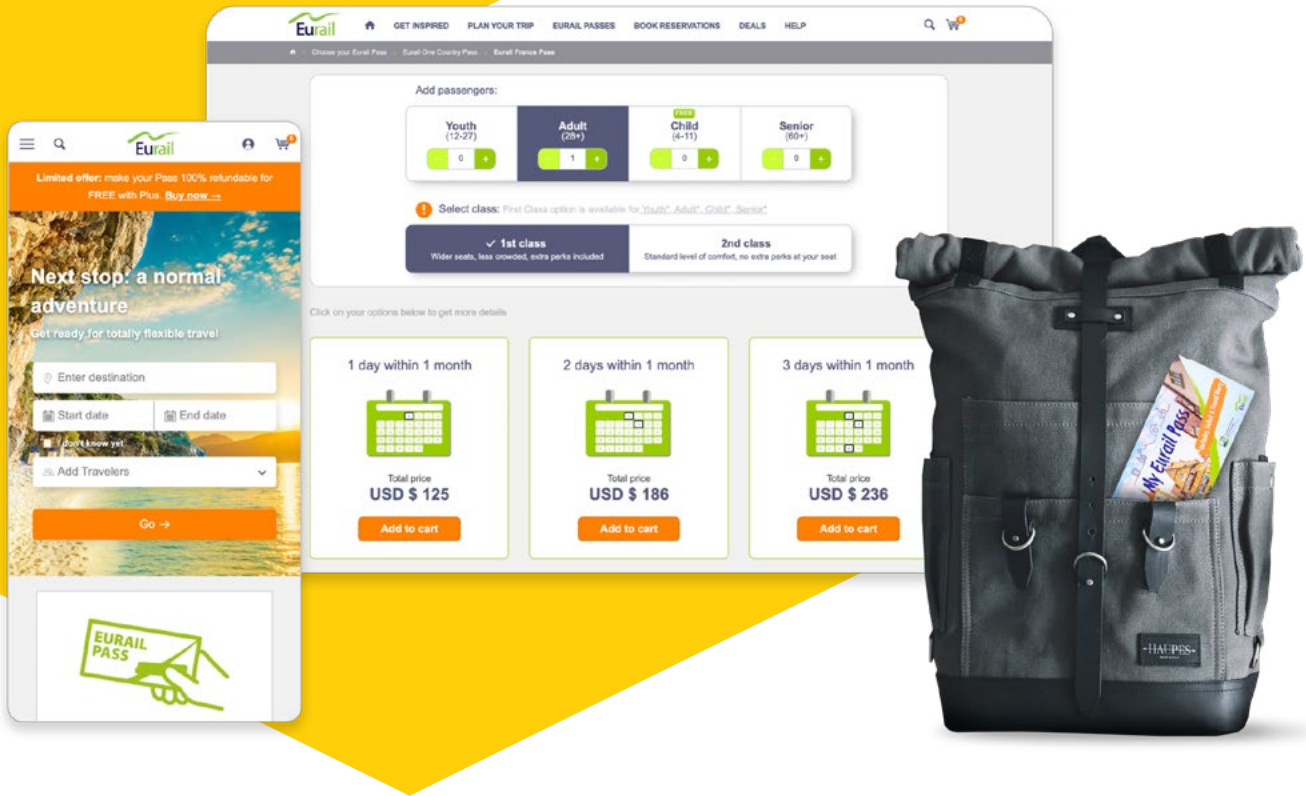
Die Wartungskosten sind seit der Einführung [von commercetools] drastisch gesunken, und wir können schnell und einfach neue APIs als Schnittstellen zu unseren Partnern entwickeln.

JESSE WIERENGA
SCRUM MASTER/AGILE COACH, EURAIL



Die Erfolgsgeschichte

Dank des flexiblen hybriden Ansatzes hat das Marketing-Team die Möglichkeit, jederzeit und ohne Unterstützung eines IT-Spezialisten neue Inhalte online zu stellen und über sämtliche Vertriebskanäle zu kommunizieren. So kann das Unternehmen schnell und effektiv auf Markttrends reagieren, beispielsweise durch Incentives und Aktionen.



commercetools Features für Eurail



Merchant Center

Volle Kontrolle über eigene digitale POS-Systeme und diejenigen von Drittanbietern – jederzeit und überall



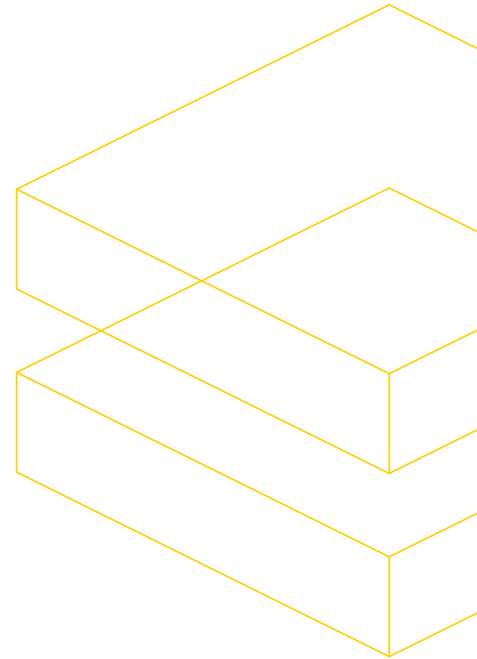
100% Headless

Einzigartige Einkaufserlebnisse dank der Integration des Headless-CMS Adobe Experience Manager



Cloudbasierter E-Commerce

Echtzeit-Updates einer einzigen, unternehmensweiten Cloud-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.