



CASE STUDY SALLING GROUP

**Reduktion der Time-to-Market
auf zwei Monate und Senkung
der Betriebskosten um 75%**



Die Salling Group, ein dänisches Handelsunternehmen mit 100-jähriger Geschichte, vereint über 1.600 Einzelhandelsfilialen unter ihrem Dach, darunter Ladengeschäfte von Marken wie føtex, Bilka, Netto, Salling und Wupti, Starbucks und Carl's Jr.. Zudem betreibt der Konzern mehr als 1.400 weitere Läden und Webshops in Dänemark, Polen und Deutschland.

UMSATZ

9 Milliarden USD

ABSATZMÄRKTE

3

STANDORT

Brabrand, Dänemark

BRANCHE

Handel

BUSINESSMODELL

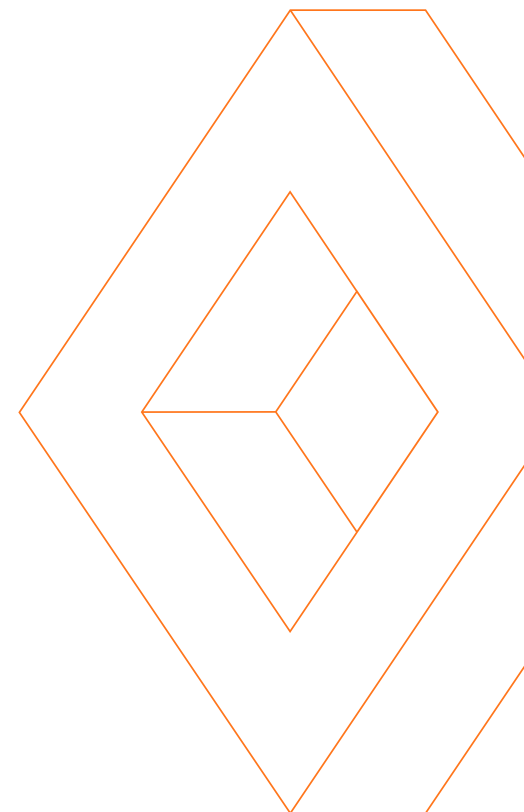
B2C

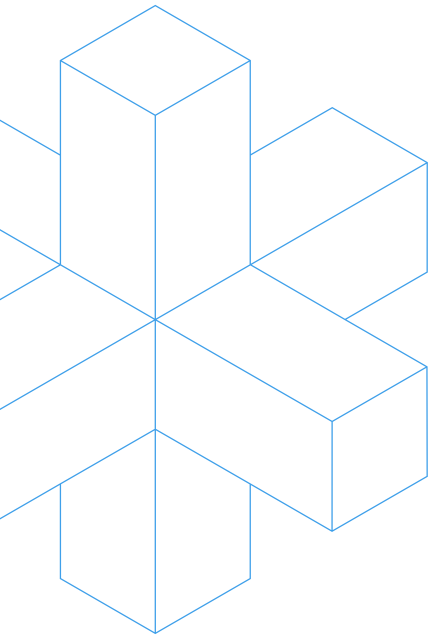
KOOPERATION MIT PARTNERN

Magnolia, Jamstack, Vue.js, Viking, Solr

Die Herausforderung

Zwei Gründe waren für die Salling Group ausschlaggebend, um ihr E-Commerce-System umzustellen: Die Customer Journey sollte durch den Einsatz neuer Technologien zu einer echten Omnichannel-Erfahrung werden. Zudem stieß das bestehende SAP-Hybris-Setup in Bezug auf Kosteneffizienz und Skalierbarkeit sowie aus Recruiting-Gründen an seine Grenzen.





Die Lösung

Mit commercetools als Headless-Plattform im Backend und dem Content Management System Magnolia im Frontend schuf das Team ein modernes API-first-System mit einer Microservices-Architektur, die dem Mobile-First-Prinzip folgt. Der schwerfällige Hybris-Monolith wurde somit Stück für Stück ersetzt. Heute profitiert der Konzern von einer schnelleren Time-to-Market und bestmöglicher Kosteneffizienz.



Wir haben unsere Betriebskosten gesenkt, unsere Time-to-Market verkürzt, unsere User-Experience enorm verbessert und sind nun auch für neue Mitarbeiter deutlich attraktiver. Wir fangen gerade erst an und wurden schon als beste Connected-Retail-Lösung ausgezeichnet.

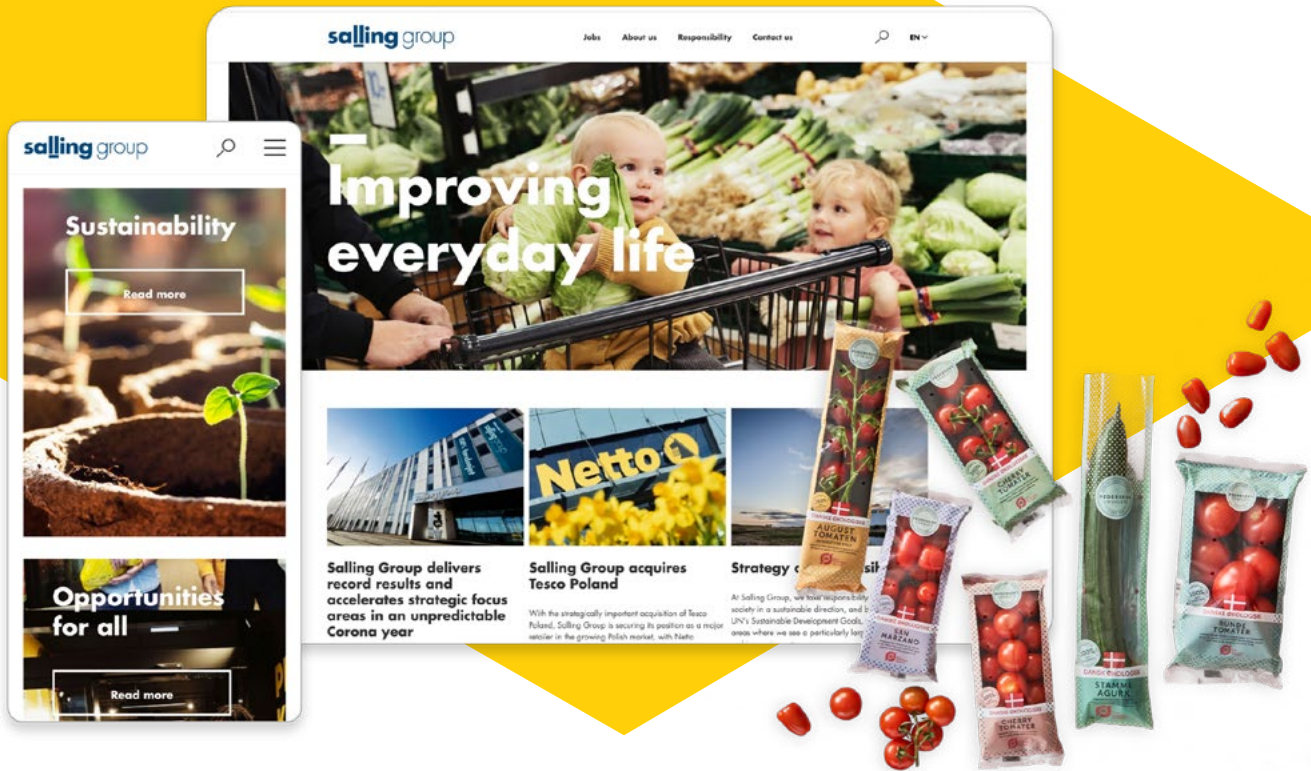
TINA LYKKE KRISTENSEN

SENIOR MANAGER, NON-FOOD ECOMMERCE, SALLING GROUP

salling group

Die Erfolgsgeschichte

Die Lösung auf commercetools-Basis verkürzt die Time-to-Market für neue Webshops auf zwei Monate und senkt die E-Commerce-Kosten um 75%. Alle Marken arbeiten mit der gleichen Technologie, bleiben aber flexibel: Jede Marke kann ihren eigenen Onlineauftritt kreieren und individuelle Inhalte umsetzen. Die Anzahl von Releases stieg von alle zwei Wochen auf mehrmals täglich.



commercetools Features für die Salling Group



Cloudbasierter E-Commerce

Features- und Plattform-Updates täglich statt zweimal jährlich



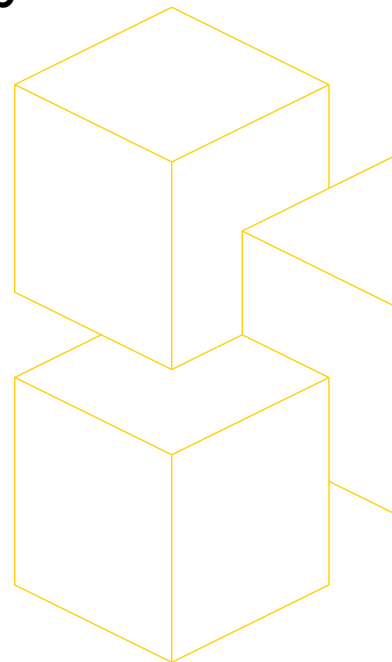
PIM (Produktinformationsmanagement)

Daten von zwei Marken auf einer einzigen Plattform schnell und einfach konsolidiert



100% Headless

Volle Flexibilität im Frontend durch API-Integration mit dem Headless-CMS von Magnolia



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 Wolford.