



CASE STUDY EXPRESS

# Von zwei bis drei Releases pro Monat zu mehreren Releases pro Woche

# EXPRESS

Express ist eine der weltweit renommiertesten Modemarken für junge Erwachsene mit einer großen Auswahl an Fashion und Accessoires.

Mit über 35 Jahren Erfahrungen in der Branche hat sich das gleichnamige US-amerikanische Unternehmen zudem zu einem Vorreiter in den Bereichen Mode und Technologie entwickelt.

## UMSATZ

1 Milliarde USD

## ABSATZMÄRKTE

7

## STANDORT

Columbus, Ohio, USA

## BRANCHE

Retail

## BUSINESSMODELL

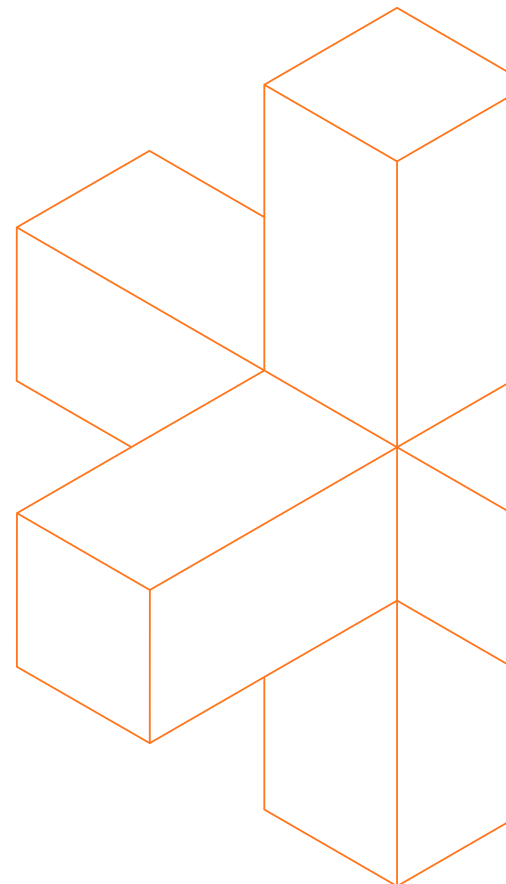
B2C

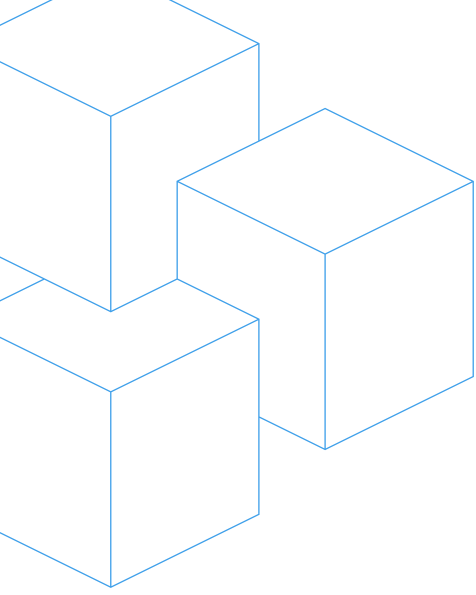
## KOOPERATION MIT PARTNERN

Contentstack, AEM, Klarna

## Die Herausforderung

Die bestehende monolithische Plattform konnte mit dem Wachstum und dem Potenzial von Express nicht mehr mithalten. Was man brauchte, war eine Commerce-Plattform, mit der sich innovative Lösungen entwickeln, testen und genauso schnell wie einfach realisieren lassen können. Die neue Lösung sollte sich zudem bedingungslos an das Verhalten, die Wünsche und Bedürfnisse der Kunden anpassen lassen.





## Die Lösung

Nachdem feststand, dass die Oracle ATG-Plattform ersetzt werden musste, führte eine umfassende Recherche auf dem Markt der Digital-Commerce-Plattformen auf direktem Weg zu einer Headless-Architektur. Da man die bestmögliche Lösung wollte, um auch für alle potenziellen künftigen Szenarien gerüstet zu sein, fiel die Wahl auf den Pionier in Sachen Headless-Commerce: commercetools.



**Die Microservices, die APIs und der Headless-Ansatz von commercetools machen uns um vieles schneller. So können wir mehrere Updates pro Woche veröffentlichen, nicht wie vorher alle 2 bis 3 Monate. Das hilft uns enorm, die betrieblichen Herausforderungen zu meistern und mit den Anforderungen des Marktes Schritt zu halten.**

**BRENDAN GUALDONI**

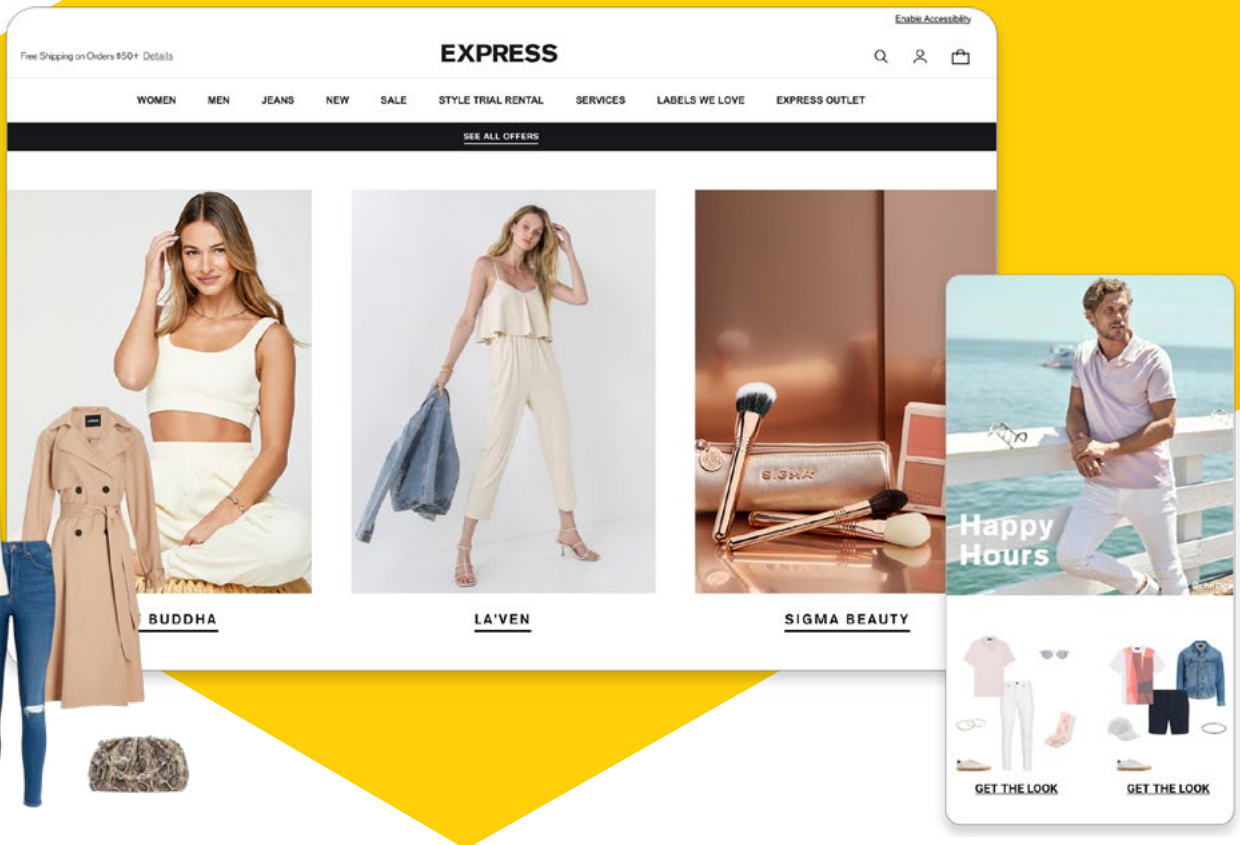
VP OF ENTERPRISE ARCHITECTURE, COMMERCE AND INTEGRATION, EXPRESS

**EXPRESS**

## Die Erfolgsgeschichte

Was sich zunächst wie ein Worst Case anhört, ist eine echte Erfolgsgeschichte: 2020 ging eine Werbeaktion unerwartet live und führte zu einem dreimal so hohen Traffic wie dem bisher stärksten Black-Friday-Sale. Das gleichermaßen Kuriose wie Positive daran: Express wurde aufgrund der Spitzenauslastung nicht etwa über eine technische Störung oder einen Zusammenbruch der Plattform informiert, sondern lediglich darüber, dass die neuen Systeme automatisch skaliert wurden – die Webseite zeigte dabei keinerlei Leistungseinbußen. Ein voller Erfolg der neuen Plattform.

Neben der verbesserten Performance konnte Express dank dem MACH-Ansatz auch das Innovationstempo enorm erhöhen. Nur drei Monate vor dem Black Friday nahm Express fünf wichtige Änderungen an seinem digitalen Angebot vor: Klarna wurde als Zahlungsmethode integriert, eine neue Version des BOPUS-Features eingeführt, die Produktdetailseiten erheblich verbessert, das Kundenbindungsprogramm neu gestaltet sowie die Stylistics Outfitting-Option in die Website eingebaut.



## commercetools Features für Express



### Erweiterung des stationären Sortiments: Endless Aisle

Ein endloses, virtuelles Ladenregal, über das Kunden in stationären Läden Produkte online kaufen können, die dort nicht vorrätig sind



### PIM (Produktinformationsmanagement)

Aktualisierung von Beständen, Preisen und Werbeaktionen in Echtzeit über alle Vertriebskanäle hinweg



### Promotions

Schnelle, einfache Implementierung von Festpreisangeboten

## 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.