

Case Study Swarovski Optik

Swarovski Optik

Gründung:	1949
Sitz:	Absam, Österreich
Branche:	optische Instrumente
Mitarbeiter:	980
Umsatz:	158 Millionen EUR
Partner:	GRUPPE AM PARK 

Das Unternehmen

Hochwertige, hochpräzise Fernoptikprodukte für Jäger, Vogelbeobachter und Outdoor-Fans – seit seiner Gründung hat sich Swarovski Optik zum weltweit führenden Hersteller für Ferngläser und Optiken entwickelt.

Die Herausforderung

Ein hochgradig individualisierter Online-Shop, eine kürzere Time-to-market, eine außergewöhnliche User Experience und die Option, Änderungen schnell und flexibel anzupassen – das waren die Anforderungen an die neue Website. Zudem war das bestehende monolithische System zu unflexibel und kostspielig geworden.

Die Lösung

In Kooperation mit der Agentur Bright IT kristallisierte sich ein Headless- und API-first-Ansatz mit commercetools und Contentful im Backend - sowie einem entkoppelten Frontend, welches auf Amazon Web Services (AWS) gehostet wird, als optimale Lösung heraus.

Das Ergebnis

Der Webshop von Swarovski Optik ist ein echtes Schmuckstück – visuell und in der Nutzererfahrung. Trotz des aufwändigen Erscheinungsbildes ist die Seite erstaunlich schnell, wobei Produktinformationen und Storytelling perfekt miteinander verschmelzen.