



Case Study Telekommunikation und Medien

Mehr möglich machen

Gründung:	1960
Industrie:	Telekommunikation
Angestellte:	> 26.000 (Firmen-Hauptsitz)

Das Unternehmen

In den 60er-Jahren als Radiosender gegründet, ist das Telekommunikations- und Medienunternehmen mit etwa 10 Millionen Abonnenten heute in seiner Region der führende Anbieter von Wireless- und Kabelfernseh-Diensten sowie ein wichtiger Akteur in den Bereichen Rundfunk, Verlagswesen und Sports-Entertainment.

Die Herausforderung

Für seinen Online-Vertrieb hatte das Unternehmen ursprünglich ATG (Oracle) implementiert. Als sich die Abschlüsse von Telefon- und Mobilfunktarifen vom Einzelhandel immer stärker Richtung Telefon- und Online-Vertrieb verlagerten und die Zahl der Handynutzer in die Höhe schnellte, stieß die Plattform von ATG an ihre Grenzen. Das führte zu regelmäßigen Systemabstürzen zu Spitzenzeiten wie Back-to-School-Sale, Black Friday oder Cyber Monday.

Die Lösung

2018 freute sich die Konkurrenz branchenweit über einen 19-prozentigen Zuwachs an Online-Verkäufen, während das System unseres Kunden nicht Omnichannel-fähig war und sich Werbeaktionen, Preisänderungen oder Services nicht über alle Kanäle hinweg ausspielen ließen. So entschied sich das Unternehmen für die Migration des monolithischen Systems in die API- und Microservices-basierte Plattform von commercetools. Gemeinsam mit dem beratenden Solutionpartner und commercetools entwickelte der