



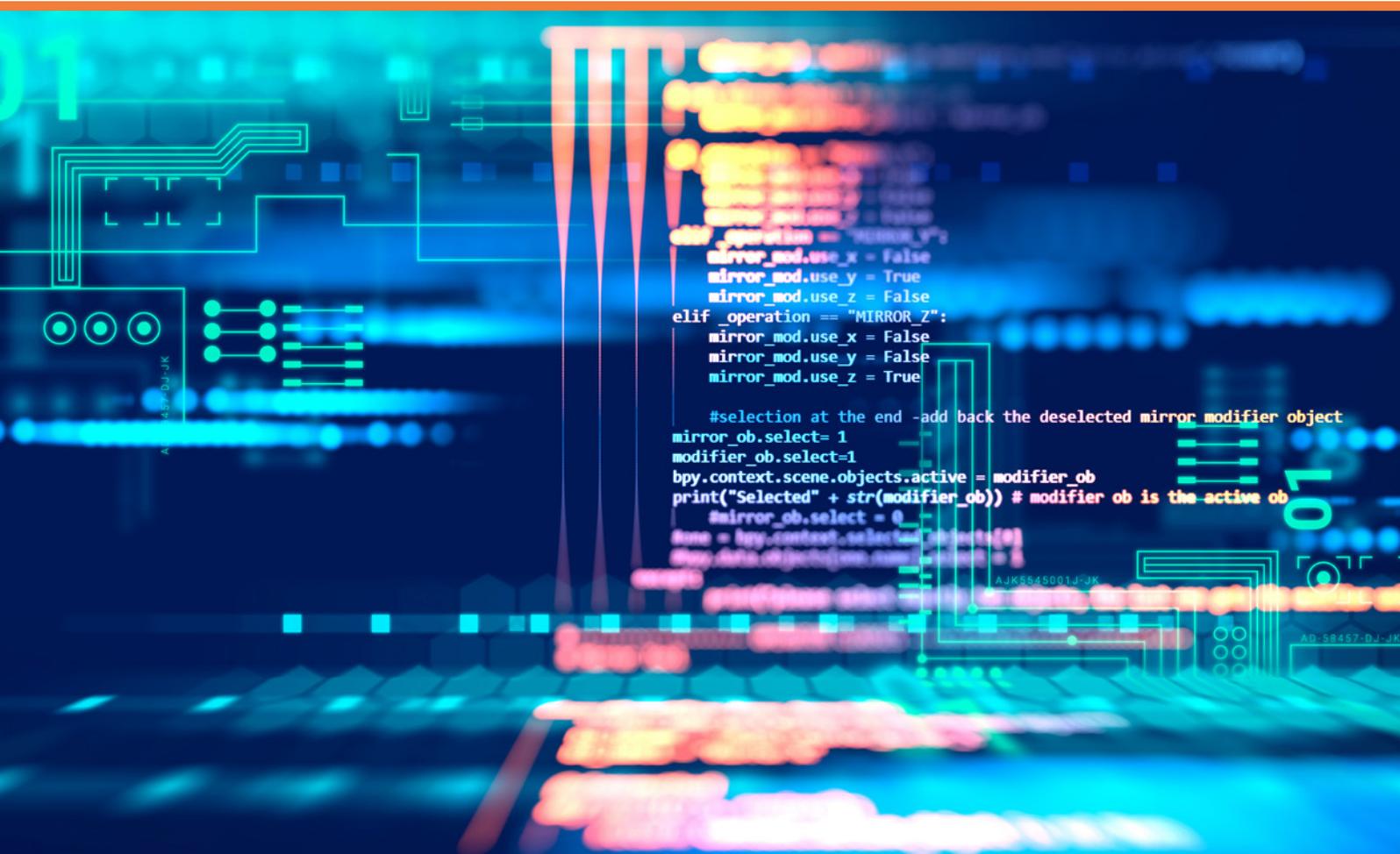
# LOCATIONINSIDER

Digitalisierung des Handels

## Composable Commerce

Wie Chronext, flaconi, Flaschenpost (CH) und Wolford ihr Commerce-Setup neu komponieren

Whitepaper



commercetools

Next generation commerce

# Inhalt

Seite 5

**Composable Commerce  
statt „All-in-One“**

Seite 9

**Composable Commerce vs.  
Monolithen – ein Vergleich**

Seite 11

**„MACH hat richtig Fahrt  
aufgenommen“**

Interview mit Rainer Knapp von der Wolford AG

Seite 13

**Shoptech bei flaconi**

Durchdachter Neustart mit Headless-Struktur

Seite 16

**Umfrage**

Die wichtigsten Technologietrends  
im Digital Commerce

Seite 21

**Wie Flaschenpost (CH) seinen Online-  
Weinhandel mit commercetools modernisiert**

Seite 24

**Mix & Match**

Wie CHRONEXT sein Commerce-Setup komponiert

Seite 27

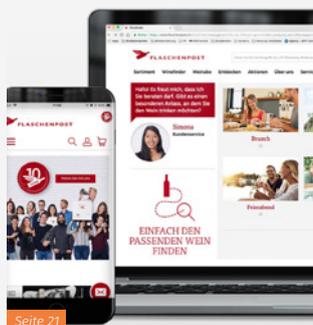
**Wie der Wechsel zu  
Composable Commerce gelingt**

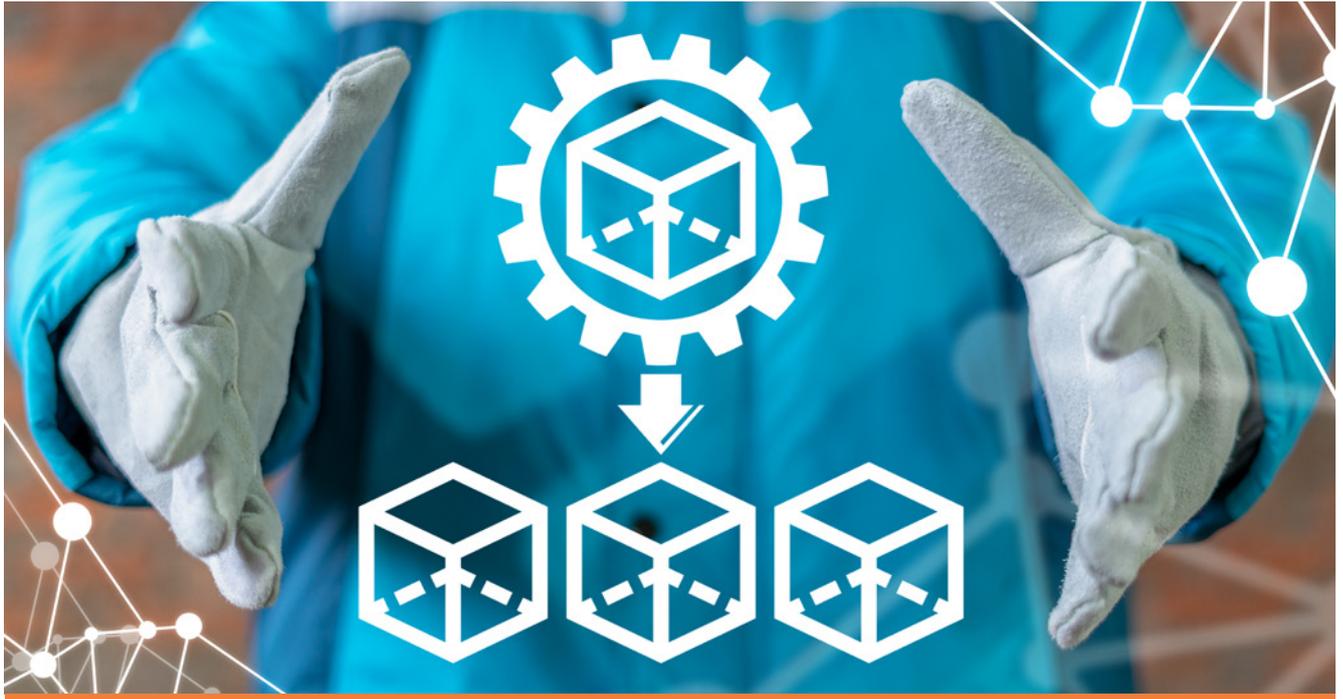
Seite 31

**Glossar**

Seite 33

**Interview mit Kelly Goetsch  
über die MACH Alliance**





© Shutterstock

## Composable Commerce statt „All-in-One“

Florian Treiß

In der Vergangenheit war der Markt für Shopsysteme geprägt von Komplettlösungen, die Backend und Frontend aus einer Hand boten. Doch diese Systeme lassen sich oftmals nur schwer an die individuellen Herausforderungen von Unternehmen anpassen. Erfolgreiche Unternehmen „komponieren“ daher heute lieber ihr E-Commerce-Setup aus verschiedenen Lösungen, die über Schnittstellen kommunizieren. Warum „Composable Commerce“ die Zukunft des E-Commerce ist und was das alles mit dem Akronym „MACH“ zu tun hat, lesen Sie hier.

Wieso ein Produkt von der Stange nehmen, wenn man seinen Kunden mehr bieten will als einen 08/15-Onlineshop? Das fragen sich immer mehr wegweisende Unternehmen wie Bang & Olufsen, Danone, flaconi, Lego, REWE, Tonies oder Zoo-Royal. Stattdessen entscheiden sie sich, ihren Erfolg im E-Commerce noch stärker selbst in die Hand zu nehmen, indem sie für jeden Geschäftszweck und für jeden Anwendungsbereich die bestmögliche Lösung suchen und integrieren.

Diese Strategie beim IT-Setup nennt man „Best-of-Breed“, und hier kommen auch das Akronym MACH und der Begriff „Composable

Commerce“ ins Spiel: „Composable Commerce“ beschreibt die Möglichkeit, Lösungen verschiedener Anbieter parallel im eigenen Commerce-Setup einzusetzen und jederzeit auszutauschen, eine Art Plug-and-Play also. MACH ist der Ansatz, der dies überhaupt erst ermöglicht. Und Software-Anbieter, die ein MACH-Setup ermöglichen, sind die besten ihrer Art – also Best-of-Breed“, sagt Kelly Goetsch, Präsident der MACH Alliance und CPO von commercetools (siehe auch [Interview auf S. 33](#)).