



Success Story

# Mit Composable Commerce zum Marktführer

Wie sich die fischerwerke dank hoher Anpassungsfähigkeit im eCommerce kontinuierlich Wettbewerbsvorteile erarbeiten.

# Inhalt

---

<b>1. Über die fischer Group</b>	<b>3</b>
<b>2. Projektüberblick</b>	<b>4</b>
<b>3. Herausforderungen</b>	<b>6</b>
<b>4. Projektverlauf</b>	<b>7</b>
4.1 Projektziele	
4.2 Architektur und Implementierung	
4.3 Überblick Technologien und Ansätze	
4.4 eCommerce Strategie: Customer Centricity	
<b>5. Ergebnisse</b>	<b>14</b>
<b>6. Learnings und Erfolgsfaktoren</b>	<b>15</b>

---

# 1. Über die fischer Group

Die fischerwerke GmbH & Co. KG sind ein im Schwarzwald gegründetes und weltweit erfolgreiches deutsches Familienunternehmen. Besonders bekannt ist das Unternehmen für sein global einzigartiges Komplettsortiment im Bereich Befestigungstechnik, welches das größte Segment der Unternehmensgruppe ausmacht. Weitere Unternehmensbereiche sind fischertechnik, fischer Consulting und fischer Electronic Solutions.

Genauso wie der fischer Dübel weltweit als Synonym für Verlässlichkeit steht, sind Vertrauen, Qualität und Sicherheit wesentliche Aspekte für anspruchsvolle E-Business-Applikationen. Das gilt auch für das Onlineangebot der fischerwerke. Smart Commerce und die fischerwerke verbindet eine lange und erfolgreiche Zusammenarbeit. Als Full-Service-Dienstleister unterstützt Smart Commerce fischer in diversen Bereichen der Digitalisierung – vom eCommerce über das Digital Marketing bis hin zur mobilen App Entwicklung und Managed Cloud Services.

Über jeden der individuellen Bereiche können Sie sich in einer dazu veröffentlichten Success Story informieren.



**fischer** 

---

## Branche

Befestigungstechnik

---

## Geschäftsfeld

B2B

---

## Umsatz

1.15 Mrd. € (2023)

---

## Mitarbeiter weltweit

5.900 (2023)

---

## Landesgesellschaften

52 in 39 Ländern

---

## Export

Vertrieb in 120+ Ländern

# 2.

## Projektüberblick

### eCommerce bei den fischerwerken

Das umfangreichste eCommerce Projekt, an dem Smart Commerce bis heute (Stand 2025) arbeitet, begann ganz klein. Doch was 2018 mit einer Evaluierung zur Optimierung der Suchfunktion innerhalb des großen Produktportfolios der fischerwerke begann, hat sich über die Jahre zu einem komplexen Digitalisierungsprojekt mit über 55 Websites, mehreren mobilen Apps sowie einer Vielzahl an digitalen Anwendungen u. a. im Bereich IoT entwickelt.

Dabei folgt Smart Commerce stets dem Full-Service-Ansatz, der das Unternehmen als Dienstleister auszeichnet. Aufgrund der komplexen Projektanforderungen, unterstützt Smart Commerce fischer mit notwendigen komplementären Zusatzleistungen zusätzlich zur Entwicklung des eCommerce Geschäfts wie bspw. :

- Consulting in den Bereichen digitales Marketing und User Experience,
- Entwicklung mit Fokus auf mobilen Web- und App-Anwendungen,
- Quality Assurance,
- DevOps/Betrieb in der Smart Commerce Cloud sowie
- Designleistungen u. v. m.

Heute besteht eine partnerschaftliche Zusammenarbeit weit über die reine Implementierung hinaus. Die Smart Commerce und fischer Projektteams verstehen sich als gemeinsam verantwortlich für die komplette digitale Entwicklung; angefangen von der Planung über die Umsetzung und die Optimierung bis hin zur Betreuung.

## Das fischer-Team von Smart Commerce ist aktuell zwei Projekten zugeordnet:

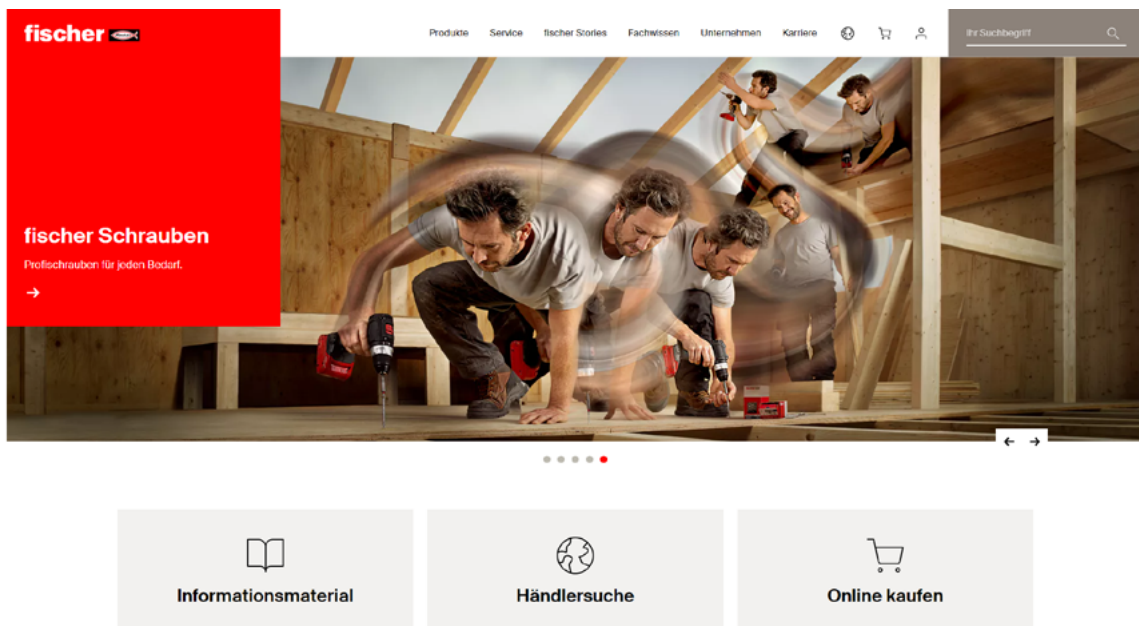
### myfischer

Innerhalb dieses Projekts geht es vorrangig um den Aufbau, den Betrieb und die Weiterentwicklung der fischer Onlineplattformen inklusive des myfischer Self-Service-Portals.

### Connected Products

Dieser Bereich umfasst die IoT-Lösungen sowie digitale, revisions sichere Dokumentationen innerhalb der B2B-Anwendungen. Um neue Lösungen möglichst schnell am Markt zu platzieren und zu erproben, verfolgt das Team einen MVP-Ansatz. Darüber hinaus werden bereits in der Planungsphase frühe Prototypen erstellt, um frühzeitig Entscheidungen zur Markttauglichkeit zu treffen.

Die Grenzen zwischen beiden Projekten sind fließend. Das macht eine interdisziplinäre Zusammenarbeit sowie ein hohes Verständnis von technischen Anforderungen und Funktionalitäten erforderlich.



fischer Startseite

# 3. Herausforderungen







Wie in jedem Digitalisierungsprojekt standen auch die Connected Products und myfischer Teams zu Projektanfang vor diversen Herausforderungen, die es zu überwinden galt.

Aufgrund der Vielzahl an Marken, Produkte und Dienstleistungen der fischer Unternehmensgruppe war von Beginn an klar, dass eine hohe Konfigurierbarkeit und Skalierbarkeit sowie Stabilität und Internationalisierung bei der Plattformauswahl und Entwicklung unerlässlich sind. Beispielsweise hat fischertechnik eine leicht andere Markenidentität als fischer, was bedeutet, dass die technischen Komponenten im Frontend nicht nur auf fischer, sondern auch auf die anderen Marken angepasst werden können müssen.

Dazu kamen die technischen Herausforderungen im Bereich Connected Products. Dort steht vor allem die energieeffiziente Übertragung von großen Mengen an Zeitreihendaten im Batteriebetrieb, deren Überwachung und Auswertung im Connected Products Dashboard im Vordergrund.

Alles, was Sie über Dübel wissen müssen

## Unsere Ratgeber zum Dübel

 <p><b>Alles zur Dübel Belastbarkeit</b></p> <p>Welche Traglast und Belastbarkeit haben verschiedene Dübel Arten und...</p> <p>Dübel Belastbarkeit</p>	 <p><b>Dübel richtig anbringen &amp; entfernen</b></p> <p>In diesem Dübel Ratgeber erfahren Sie, wie Sie Dübel richtig anbringen,...</p> <p>Richtig dübeln</p>	 <p><b>Welcher Dübel für welches Material?</b></p> <p>Jedes Wandmaterial birgt andere Anforderungen an Befestigungen. So...</p> <p>Dübel je Wandmaterial</p>
 <p>Kunststoffdübel</p>	 <p>Metalldübel Ratgeber</p>	 <p>Hohlraumdübel</p>

# 4. Projektverlauf

## 4.1 Projektziele

Das gemeinsame Ziel war die Entwicklung maßgeschneiderter B2B- und B2C-Digitalisierungslösungen für die diversen Kundensegmente der fischerwerke.

Im Zentrum der Planung standen die Onlineplattform und der dort integrierte Onlineshop von fischer - spezialisiert auf Befestigungstechnik und eine breite Palette an innovativen Produkten für Handwerker und Heimwerker. Neben dem Shop sollten fischer Kunden auch auf diverse Beratungs- und Serviceangebote zugreifen können, wie beispielsweise die fischer Akademie. Ein weiteres besonderes Feature sollte der verlängerte Check-Out sein. Dieser würde (so der Plan) fischer Kunden direkt und ohne Unterbrechung im Design oder der Customer Experience zu lokalen und internationalen Händlern weiterleiten. Mit myfischer wollte man insbesondere B2B Kunden ein hochgradig personalisierbaren Kundenbereich (Self-Service-Portal) zur Verfügung stellen.

## 4.2 Architektur und Implementierung

Dank einer guten Planungsphase und einer engen Zusammenarbeit in der Implementierungsphase gelang es Smart Commerce und fischer, diese komplexen Ziele zusammen umzusetzen. Die Grundlage des Erfolgs bildet die gemeinsam entwickelte technische Lösung. Die Systemarchitektur, auf der die fischer Plattform heute basiert, folgt dem Konzept des „Composable Commerce“ (mehr dazu auf Seite 10) und nutzt moderne Technologien wie Microservices, REST APIs und GraphQL. Diese Art der Architektur ermöglicht eine hohe Flexibilität und Skalierbarkeit, um die vielen unterschiedlichen Anforderungen bei fischer verlässlich zu unterstützen. Im Frontend werden modulare Lösungen basierend auf dem Enterprise Content Management System Sitecore eingesetzt.

Besonders hervorzuheben, ist der Zugriff auf und die Verwendung von gemeinsamen Ressourcen durch Smart Commerce und fischer sowohl auf rein technischer Ebene als auch im Bereich von UI-Komponenten. Bei letzteren steht den Entwicklern ein umfangreiches und flexibles Designsystem zur Verfügung, dessen Standard-Komponenten basierend auf den Designrichtlinien der fischer Group abgeleitet und den Entwicklern bereitgestellt werden. Dieses Vorgehen fördert die Effektivität der Zusammenarbeit und hat den Vorteil einer verbesserten Kommunikation, schnellerer Entwicklungszyklen und einer kontinuierlichen Implementierung von neuen Funktionen und Designs.



#### **Erster Meilenstein:**

- Optimierung der Suchfunktionalität und Einbindung von FactFinder als Product Discovery Lösung.



#### **Zweiter Meilenstein:**

- Übernahme und Weiterentwicklung des CMS auf Basis von Sitecore
- Aufbau einer Single Sign On Lösung zur zentralen Verwaltung von Kundenprofilen
- Integration von Commerce-Services auf Basis von SAP Commerce Cloud



#### **Dritter Meilenstein:**

- Entwicklung benutzerfreundlicher Web- und mobile Anwendungen
- Implementierung von Tools zur Personalisierung



#### **Vierter Meilenstein:**

- Implementierung von Self-Service-Portalen für Kunden
- Implementierung von IoT und Dokumentationslösungen



#### **Fünfter Meilenstein:**

- Nutzung von Analysetools zur kontinuierlichen Überwachung der Kundeninteraktionen und -zufriedenheit
- Anforderungsmanagement zusammen mit Kunden, Fachbereichen und Landesgesellschaften
- Customer Assistant (für fischer Innendienst)

Die Systemarchitektur hat das Smart Commerce Team derartig aufgebaut, dass sie dem, was man heute als Composable Commerce bezeichnet, sehr nahe kommt. Die Architektur ist darauf ausgelegt, dass viele Webseiten existieren können, die jeweils unterschiedliche Konfigurationen und Features benötigen. Besonders in einem dynamischen und umkämpften Marktumfeld ist es von Vorteil, eine Plattform zu verwenden, die eine effiziente, flexible und innovative Entwicklung unterstützt.

Ein Beispiel für die hohe Anpassungsfähigkeit des Systems ist die Website der fischer Group. Die Seite ist als reine Content-Seite gestartet. Jedoch wollte fischer auf der Website nach einiger Zeit zusätzlich Stellenanzeigen ausspielen. Also schuf Smart Commerce einen Service, mit dem fischer Mitarbeiter Stellenausschreibungen pflegen und Bewerbungen entgegennehmen können. Dank der hohen Anpassungsfähigkeit der Systemarchitektur konnte der Service problemlos angebunden werden.

Beim Einsatz der SAP Commerce Cloud setzen fischer und Smart Commerce auf den Headless-Ansatz. Das User Interface haben die Teams über Sitecore umgesetzt. Seit 2024 wird das gesamte Commerce Backend in der SAP Cloud betrieben. Als Zwischenschicht hat das Team GraphQL eingeführt, das die unterschiedlichen Services integriert, die für Geschäftsprozesse oder Oberflächenprozesse notwendig sind. So muss man nicht die Backendsysteme direkt anfragen, sondern kann dies über GraphQL erledigen, was die verschiedenen Anfragen koordiniert.

Derartig wurde die gesamte fischer-Plattformarchitektur initial aufgebaut. Mit Composable Commerce war das Team 2018 relativ früh dran und hat damals sozusagen State of the Art-Technologien genutzt. Das Smart Commerce Team hat bei fischer einen guten Ruf, nicht zuletzt, weil es Komponenten stetig weiterentwickelt und nicht einfach verwirft.

”

„Smart Commerce SE ist für uns strategischer Partner im Bereich eCommerce. Das Team von Smart Commerce hat uns stets kompetent und verlässlich unterstützt und wir haben über die Jahre gemeinsam viele Digitalisierungsprojekte erfolgreich umgesetzt.“

Jens Böhm, Head of eCommerce, fischer Group

A portrait of Jens Böhm, a man with a beard and mustache, wearing a dark suit jacket over a white shirt and a patterned tie. He is smiling and looking towards the camera. The background is a light gray with abstract blue and orange shapes.

Jens Böhm

## 4.3 Überblick Technologien und Ansätze

### Composable Commerce :

Ein Ansatz im eCommerce, bei dem verschiedene Software-Komponenten zu einem Gesamtsystem kombiniert werden. Diese modulare Architektur ermöglicht es Unternehmen, flexibel und agil auf Marktveränderungen zu reagieren und Technologien entsprechend ihrer spezifischen, sich ändernden Geschäftsanforderungen hinzuzufügen. Die Hauptvorteile sind Flexibilität, Skalierbarkeit und die Möglichkeit, schnell auf neue Trends zu reagieren.

CC

SAP

### SAP Commerce Cloud:

Die SAP Commerce Cloud wickelt die Warenkorb-Transaktionen des Onlineshops ab. SAP Commerce kann als On-Premise-System oder alternativ in der Cloud betrieben werden. Für die fischerwerke hat Smart Commerce die SAP Commerce On-Premise-Installation in die SAP Commerce Cloud migriert. Die SAP Commerce Cloud bietet fischer eine sichere und standardisierte Betriebsumgebung und ermöglicht es, Spitzenlasten automatisch zu bewältigen.

### REST API:

Eine Schnittstelle, die es ermöglicht, verschiedene Softwarekomponenten in einem standardisierten Format über das HTTP-Protokoll miteinander zu verbinden. Die Vorteile von REST APIs sind ihre Einfachheit, Skalierbarkeit und die breite Unterstützung durch zahlreiche Programmiersprachen und Frameworks.

APIs

GQL

### GraphQL:

Eine Abfragesprache für APIs, die es ermöglicht, spezifische Daten aus unterschiedlichen Quellen mit einer einzigen Anfrage zu erhalten. Dies führt zu effizienterem Datenabruf und geringeren Ladezeiten der Anwendung, da weniger Daten übertragen und verarbeitet werden müssen.

### Microservices Architektur:

Die voneinander unabhängigen Dienste kommunizieren über APIs und können unabhängig voneinander entwickelt, bereitgestellt und skaliert werden. Die Vorteile sind eine erhöhte Flexibilität, verbesserte Skalierbarkeit und einfachere Wartung, da Änderungen an einem Microservice keine Auswirkungen auf andere Teile des Systems haben.

MA

### **Omnichannel-Plattform:**

Verfolgt einen ganzheitlichen Ansatz, bei dem alle Vertriebskanäle und Kundenkontaktpunkte nahtlos miteinander vernetzt sind, um ein einheitliches und konsistentes Kundenerlebnis zu schaffen. Kundeninformationen und -interaktionen werden über alle Kanäle hinweg synchronisiert, sodass Kunden ihre Customer Journey jederzeit und auf jedem Kanal fortsetzen können, ohne Informationen erneut eingeben zu müssen.

OC

Die Vorteile dieses Ansatzes liegen in der verbesserten Kundenbindung, da Kunden ein personalisiertes und reibungsloses Erlebnis erhalten, unabhängig davon, ob sie online, mobil oder im Geschäft einkaufen. Zudem ermöglicht die zentrale Datenverwaltung Unternehmen, Kundenverhalten besser zu verstehen und darauf basierend gezieltere Marketing- und Vertriebsstrategien zu entwickeln, was zu höheren Umsätzen und einer gesteigerten Kundenzufriedenheit führt

BI

### **Analytics und Business Intelligence:**

Tools zur Analyse des Kundenverhaltens und zur Messung von KPIs. Sie ermöglichen eine datenbasierte Überwachung, Bewertung und Optimierung von Marketing- und Vertriebsmaßnahmen.

### **Integration Middleware:**

Diese Technologie ermöglicht die nahtlose Integration verschiedener Systeme und Datenquellen. Sie sorgt dafür, dass alle Systeme miteinander kommunizieren und Daten in Echtzeit ausgetauscht werden können.

IM

MA

### **Nutzung eines Design Systems:**

Eine Sammlung von wiederverwendbaren Komponenten und Richtlinien, die zur Erstellung konsistenter Benutzeroberflächen verwendet werden. Die Vorteile eines Design Systems sind eine einheitliche Benutzererfahrung, schnellere Entwicklungszeiten und eine einfachere Wartung, da Änderungen zentral vorgenommen und automatisch auf alle Komponenten angewendet werden können.

## 4.4 eCommerce Strategie: Customer Centricity (mit myfischer)

Die Digitalstrategie bei fischer ist langfristig darauf ausgerichtet, umfänglich aus der Kundenperspektive zu denken und den Kunden kontinuierlich in den Mittelpunkt aller Entscheidungen zu stellen.

Ein wesentlicher Bestandteil von fischers eCommerce Strategie ist das Monitoring der Kundenpräferenzen. Erhobene Daten nutzt fischer, um Strategien für die verschiedenen Zielgruppen zu entwickeln und kontinuierlich anzupassen. Zentraler Anlaufpunkt für alle Akteure in diesem Prozess ist das „myfischer“-portal, das mehr als nur ein Vertriebskanal ist. Das Portal bietet fischer Kunden Mehrwerte, die über den reinen Verkaufsprozess hinausgehen.



### **fischer Academy:**

Expertenwissen zu allem rund um die Befestigungstechnik. Individuelle Seminarauswahl mit bewährten Praxisseminaren erweitert um ein umfassendes digitales Schulungsangebot.



### **Digitale Beratung:**

Konstruktions- und Bemessungssoftware FiXperience für anspruchsvolle Befestigungen. Die BIM- und CAD Datenbank bietet Kunden effiziente und verlässliche Planungssicherheit.



### **News:**

Expertenwissen, weltweite Referenzberichte, Neuigkeiten aus der Befestigung und aktuelles von fischer gebündelt an einem Ort.



### **Neues zu den fischer Produkten:**

Exklusive Vorabinformationen und digitale Verkaufsunterlagen über fischers komplettes Produktspektrum - von chemischen Systemen über Stahlanker bis zu Kunststoffdübeln.



### **Self Service:**

Kunden können bequem ihre Bestellungen und ihre Mitarbeiter bei myfischer verwalten und sparen so wertvolle Zeit.



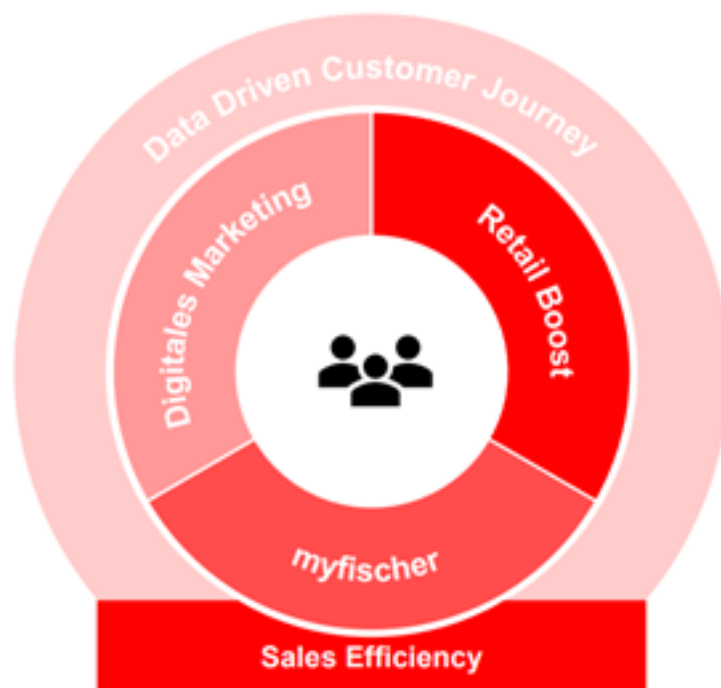
### **Beratung und Service:**

Qualifizierte anwendungstechnische Beratung für wirtschaftliche und richtlinienkonforme Befestigungslösungen. Bei Bedarf auch vor Ort auf der Baustelle.

Das Ziel von fischer ist, langfristig nicht nur kundenorientiert sondern kundenzentriert agieren zu können. Kundenzentrierung bedeutet, dass die Perspektive des Kunden als das wichtigste Kriterium in jede Unternehmensentscheidung einfließt. Diese Ausrichtung ist eine strategische Entscheidung, die das Handeln des gesamten Unternehmens prägt.

Um Kundenzentrierung erfolgreich umzusetzen, ist es notwendig, die eigenen Kunden genau zu kennen und ihr Vertrauen zu gewinnen. Dazu gehört die Pflege intensiver und langfristiger Kundenbeziehungen sowie das Speichern von Kundenhistorien und Interaktionen. Dies wird durch die Implementierung und intensive Nutzung eines CRM-Systems unterstützt.

Das CRM-System ist tief in den gesamten Vertriebsprozess integriert. Es ermöglicht, Vertriebsprozesse digital abzubilden und aus den Erkenntnissen Handlungen abzuleiten. Anstelle von Meinungen soll sich das Team im Idealfall gänzlich auf datenbasierte Entscheidungen berufen. Dafür ist es unerlässlich, nicht nur Kundendaten zu sammeln und aus ihnen zu lernen, sondern Kunden auch aktiv in den Entwicklungsprozess einzubinden. Kunden sind neben dem fischer Team und Smart Commerce der dritte Entwicklungspartner: Sie werden in Produktbefragungen und -tests eingebunden, und interne Product Owner sowie Analysten hospitieren bei den Kunden, um deren Bedürfnisse besser zu verstehen. Diese agile Entwicklungsweise ermöglicht fischer und Smart Commerce, schneller zu testen, schneller zu messen und schneller weiterzuentwickeln. Durch die hohen Anforderungen an die eigene Entwicklung kann fischer kontinuierlich optimieren, erarbeitet sich Wettbewerbsvorteile und hat in der eigenen Branche eine Marktführerposition erreicht.



# 5. Ergebnisse

Das fischer eCommerce Projekt hat bewiesen, dass technologische Exzellenz und Anpassungsfähigkeit zentrale Schlüssel zum Erfolg im Online-Handel sind. Die hohe Konfigurierbarkeit und Skalierbarkeit der Plattform waren und sind entscheidend für die erfolgreiche Unterstützung der unterschiedlichen fischer Brands, Die einfache Erweiterung des Systems verschafft fischer außerdem kontinuierlich Wettbewerbsvorteile dank einer enormen Anpassungsfähigkeit an aktuelle Anforderungen und Entwicklungen.

Smart Commerce hat mit der Implementierung moderner Technologien wie Microservices, REST APIs und GraphQL eine zukunftssichere Lösung geschaffen, die den zu Projektbeginn gemeinsam definierten Anforderungen der fischerwerke gerecht wurde. Auch die Verwendung der implementierten Analysetools bietet erhebliche Vorteile für die fischer Unternehmensgruppe. Dank dem kontinuierlichen Sammeln und Analysieren von Daten kann fischer heute Kundenverhalten und -präferenzen besser verstehen und darauf basierend fundierte Entscheidungen treffen – genauso wie es die Digitalstrategie der Customer Centricity bei den fischerwerken vorgibt. Eine derartig stark personalisierte Kundenansprache, erhöht die Kundenzufriedenheit und -bindung und verschafft fischer eine Marktführerposition.

Die enge Verzahnung zwischen Marketing, Entwicklung und Analyse ist ein weiterer entscheidender Faktor für den Projekterfolg und gleichzeitig eine zentrale Stärke von Smart Commerce. Smart Commerce hat nicht nur technische Kompetenzen in das Projekt eingebracht, sondern auch strategische Expertise. Dies verschaffte fischer viele Vorteile und sorgt für ein hohes Vertrauen zwischen Dienstleister und Auftragsgeber, welches wiederum zu stetig wachsenden gemeinsamen Projekterfolgen führt. Erfolge, die sich in Zahlen widerspiegeln.



Matthias Kallfass

# 6. Learnings und Erfolgsfaktoren

## 5.1 Learnings

Um Learnings aus dem Projektverlauf zusammenzufassen, haben wir Smart Commerce Head of fischer Projects, Matthias Kallfass, interviewt.



### **Was ist ein Learning, das du für andere aus dem Projekt festhalten kannst?**

Ein Thema bei fischer ist die Pflege und Administration der Websites. Es gibt nach wie vor 40-50 Websites, die von Kontrolleuren verwaltet werden müssen. Wir planen stetig weiter und denken über viele Features nach. Das bedeutet jedoch auch viel Arbeit für die Shop-Manager. Hier darf man nicht nur technisch beraten, sondern muss auch realistische Erwartungen setzen, was den Wartungsaufwand betrifft.

### **Und was sind Erfolgsfaktoren, welche die Zusammenarbeit zwischen fischer und Smart Commerce zu einer Erfolgsgeschichte machen?**

Ein wichtiger Punkt, den unser Team in der Anfangsphase gelernt hat und den auch andere für ihre Projekte mitnehmen können, betrifft die Rolle, die man als Entwicklungspartner innehat. Vor einigen Jahren haben wir für fischer im Ausland einen B2C-Shop ausgerollt, der nicht so erfolgreich lief, wie sich alle erhofft hatten. Ein daraufhin extern durchgeführter Audit zeigte uns, dass die Vermarktung des Shops optimierbar war. Wir haben damals für uns festgehalten, dass es nicht reicht, wenn wir gute Technologien entwickeln, man muss auch sicherstellen, dass die Leute davon erfahren. Als Digitalisierungspartner kann man nicht nur die eigenen technischen Projektziele im Blick haben, sondern muss auch alle anderen Bereiche, die für den Projekterfolg notwendig sind, berücksichtigen. Als langfristiger Dienstleister sollte man auch mal auf Ressourcen verzichten, wenn das dazu führt, dass die entwickelte Lösung am Ende erfolgreicher ist. Das muss Hand in Hand gehen und das haben wir, denke ich, dann auch immer gut geschafft und das hat für eine Menge Vertrauen seitens fischer uns gegenüber gesorgt. Inzwischen haben wir die Rolle des langfristigen Digitalisierungspartner auch offiziell vollumfänglich angenommen und beraten und arbeitet mit fischer in diversen anderen Projektbereichen eng zusammen, wie dem Digitalen Marketing und der mobilen App Entwicklung.



# Smart Commerce

Bei der Smart Commerce SE kombinieren wir jahrelange Erfahrung unserer eCommerce & Digital Consulting Expert:innen mit technischer Expertise in den Kernbereichen: eCommerce Plattformen, eCommerce Cloud, CMS, CRM und Digital Marketing. So können wir nach umfassenden Analysen problemspezifische Lösungen in Kombination mit einer individuellen und ganzheitlichen Strategie für unsere Kund:innen anbieten.

Unser kompetentes TEC-Team bestehend aus Senior Project Consultants, erfahrenen Software-Architekt:innen, Software-Entwickler:innen, Web-Entwickler:innen sowie Betriebs-Expert:innen mit tiefgehender eCommerce-Erfahrung bietet ein umfassendes Dienstleistungspaket für High-End eCommerce Plattformen und die digitale Unternehmenstransformation.

Dabei hat für uns oberste Priorität, unsere Kund:innen von Anfang an mitzunehmen und Projekte gemeinsam aufzubauen, damit sie zu jeder Zeit den kompletten Weg und das Ziel transparent im Blick haben. Denn wir haben uns dem langfristigen Online-Erfolg unserer Geschäftspartner:innen verschrieben. Das heißt für uns, nachhaltige, nutzerorientierte und datenzentrierte Lösungen bereitzustellen.

Seit mehr als 10 Jahren folgen wir dem Smart Way, der unsere Unternehmenskultur von Beginn an prägt: Wir sind ein Mitarbeiter:innenzentriertes Unternehmen. Unsere 100+ Mitarbeiter:innen sind Mitunternehmer:innen und Mitgestalter:innen. Sie halten die Aktien und gestalten die Unternehmung von arbeitsplatzspezifischen Entscheidungen bis hin zu unternehmerischen Werten, Zielen und Führungsgrundsätzen aktiv mit.

## Unsere Technologiepartner

intershop®



## Referenzkunden



# Impressum

**Smart Commerce SE**

Steinweg 10  
07743 Jena  
Germany

**Kontakt:**

Telefon: +49 3641 3 16 10 20  
Telefax: +49 3641 3 16 10 22  
hello@smartcommerce.de  
www.smartcommerce.de

**Vertretungsberechtigte Vorstände:**

Frank Schneider, Ingo Körber

**Registergericht:**

Amtsgericht Jena

**Registernummer:**

HRB 507999

**USt-ID:**

DE284448889

**Inhaltlich Verantwortlicher****gemäß § 55 Abs. 2 RStV:**

Frank Schneider

**Autor:**

David Bredenbeck

© Smart Commerce SE 2024



**Smart Insights:** Erhalten Sie wertvolle Einblicke in die tägliche Projektarbeit unserer Expert:innen. Besuchen Sie [unsere Websites](#) und bleiben Sie immer auf dem aktuellen Stand rund um das Thema eCommerce.

---

## Interessiert an Ihrer eigenen Erfolgsgeschichte?

Einfach per E-Mail: [hello@smartcommerce.de](mailto:hello@smartcommerce.de)



### **Standort Jena**

Steinweg 10, 07743 Jena, Germany

Telefon: +49 3641 3 16 10 20

### **Standort Böblingen**

Otto-Lilienthal-Straße 36, 71034 Böblingen, Germany

Telefon: +49 711 18 42 01 00

### **Standort Leipzig**

Naumburger Straße 25, 04229 Leipzig, Germany

Telefon: +49 341 99 15 36 00

**[www.smartcommerce.de](http://www.smartcommerce.de)**

