



## EINFACH GLÜCKLICHERE KUNDEN



# POP Marketing: userwerk stellt das „Süßwarenregal an der Kasse“ online

## userwerk GmbH

Die 2017 gegründete userwerk GmbH aus Ulm revolutioniert mit ihren Ideen den Point-of-Purchase (POP) in Online-Shops. Das auf POP Marketing spezialisierte Unternehmen bietet Adressgenerierung, Neukundengewinnung, Data-mining oder Bewertungstools, die sich als smarte Module mit Mehrfachnutzen einfach in Webseiten einfügen lassen. Herzstück im Produktportfolio ist der „Smart Revenue Booster“ – ein Mehrwert-Tool für Kunden und Shopbetreiber.

userwerk adaptiert und integriert erfolgreiche Offline-Prozesse für E-Commerce. Die Online-Pioniere entwickeln ständig neue Module für Online-Shops, Vergleichsportale oder Entertainment-Websites. Daher fiel die Entscheidung bei der Auswahl der passenden Technologie-Plattform auf das Spryker Commerce OS. Der modulare Aufbau macht die Lösungen sicher und maximal flexibel, zudem integriert userwerk wissenschaftliche Untersuchungsergebnisse sowie UI- (User Interface) und UX-Trends (User Experience).

## Ab in die Zukunft: Revolutionäres Online Marketing

„Junge Unternehmen funktionieren eben schneller“, lacht Dr. Kalb, Geschäftsführer bei userwerk, und spricht von einem revolutionären Online-Marketing, Containertechnologien und einem schnellen Start auf der grünen Wiese.

2017 gegründet, bringt userwerk bereits im März 2018 eine neuartige POP-Marketing-Lösung auf den deutschen Markt. Die Idee: Ein Shop im Shop, den der Kunde gar nicht bemerkt – mit einem Mehrwert für User und Shopbetreiber. Die Voraussetzung: Volle Integration, maximale Sicherheit, Automation und Agilität sowie Individualität, dicht am Kunden. „Wir digitalisieren sozusagen das Süßwarenregal an der Kasse“, so Kalb.

Klingt einfach, ist aber tatsächlich eine hochkomplexe technische Angelegenheit. Jeder Online-Shop, der in das POP-Shopsystem von userwerk eingebunden werden soll, bleibt für den Kunden im Look and Feel seines Shops. Dabei wird er quasi umgeleitet in einen weiteren Shop, der ihm Mehrwerte bietet, ihn aber nicht verliert – weder inhaltlich noch technisch.

Um Kunden in sein POP Marketing zu integrieren, benötigte userwerk eine Digitalagentur, die den Shop entwickelte, und einen Hostingpartner, der die passende Plattform mit einer hohen Integrationsfähigkeit liefert. Dabei war von Anfang an klar: Klassische Out-of-the-Box-Lösungen funktionieren bei einem so hoch automatisierten Projekt nicht. Also waren DevOps das Gebot der Stunde und die Nutzung modernster Technologien.



### Verwendete Services:

- Public-Cloud-Plattform
- Managed Spryker Hosting

## POP Marketing: userwerk stellt das „Süßwarenregal an der Kasse“ online

### Revolution muss man sich trauen

userwerk entschied sich für eine Zusammenarbeit mit der Digitalagentur Turbine Kreuzberg, einem erfolgreichen Partner von Spryker Systems, das die gewählte Technologie-Lösung liefert. Nun fehlte noch der IT-Infrastruktur-Partner für den Aufbau der anspruchsvollen Plattform.

„Wir brauchten gar nicht lange suchen, um den perfekten Partner für uns und unsere Agentur zu finden“, erläutert Kalb, „Claranet war und ist der einzige erfahrene Managed-Hosting-Partner, der Spryker auf Basis von Containertechnologie anbietet.“

“ Für die von uns gewünschte Kombination eines Sprykershops auf Basis von Kubernetes und der Google Cloud Platform kam nur Claranet in Frage. Während wir am Frontend Online-Shopping mit unserem POP Marketing auf eine neue Ebene hoben, entwickelte Claranet mit seinem kreativen Upfront Engineering die Containertechnologie weiter.”

**Dr. Markus Kalb**  
Geschäftsführer, **userwerk GmbH**

Empfohlen von Spryker wandte sich Turbine Kreuzberg, die bereits an dem Projekt arbeitete, für das Hosting an Claranet. Die Aufgabe: Eine IaaS- (Infrastructure as a Service) Public-Cloud-Lösung für das POP-Marketing-Tool von userwerk. Die Parameter: Ein Hosting der Spryker-Lösung auf Basis von Kubernetes und eine gängige Public-Cloud-Plattform. Das Timing: drei Wochen. Die Herausforderung: maximale Integration und Automatisierung.

„Das Projekt war innovativ, spannend und aufgrund der hohen Integrationsanforderung nur mit einer Containertechnologie zu realisieren“, erläutert Mickael Zewde, Head of Business Development bei Claranet. „Das Timing war eng, aber Turbine Kreuzberg hatte schon viel vorbereitet, und wir hatten bereits Erfahrung mit dieser noch sehr jungen Technologie.“

Für mindestens 300 bis 500 Endkunden sollte eine vollautomatisierte Integration des POP-Tools in die jeweilige Domain vorbereitet werden. Das Ziel dabei war ein perfektes UI, das sich trotz Transfer nicht von dem eigenen Online-Shop des Anbieters unterscheidet und eine ideale UX bietet.

Zu diesem Zeitpunkt warteten schon Kunden von userwerk auf den Livegang des Tools. Das Zeitfenster war nicht verhandelbar. Also machten sich die Techniker von Claranet, Turbine Kreuzberg und userwerk umgehend an die Arbeit. Bereits entwickelte Komponenten sollten für den Aufbau der gewünschten Plattform genutzt werden. Doch nach einer Woche stellte sich heraus, dass die Nutzung der vorhandenen Komponenten aufgrund der Anforderungen an Sicherheit, Stabilität, Skalierbarkeit und Verfügbarkeit nicht so einfach möglich war. Und es blieben nur noch zwei Wochen! Jetzt waren Kreativität, Erfahrung und Teamwork gefragt.

### IT-Entwicklung für userwerk und die Welt

Fabian Dörk, Teamleiter Innovation, Automation & Tooling bei Claranet, programmierte gemeinsam mit seinem Team Codes, die die Problematik der hohen Individualisierung und Automatisierung lösten. „Es war eine große Herausforderung und ein tolles Projekt. Upfront Engineering für eine echte IT-Innovation! Nur aufgrund unserer fast zweijährigen Erfahrung mit Kubernetes und Spryker konnten wir gemeinsam und mit Hilfe der Open Source Community beispielsweise die Codes zur Automatisierung und maximalen Integration entwickeln. Wir haben an sogenannten Helm-Charts gearbeitet und einige Neuentwicklungen realisieren können.“

„Die Entwicklung von Codes zur Automatisierung und maximalen Integration der Plattform war nicht nur für uns ein Mehrwert, sondern für die gesamte Open Source Community“, bestätigt Dr. Kalb.

Nach nur zwei Wochen war es schließlich geschafft. „Dieses Projekt konnte nur mit äußerst kompetenten und erfahrenen Partnern realisiert werden“, freut sich Kalb und fügt hinzu: „Hätte Claranet nicht so viel Erfahrung und bereits aus eigener Entwicklung stammende Module und Bausteine anwenden können, hätte das sicher nicht in dieser kurzen Zeit funktioniert. Claranet wagt sich an Neues heran und ist von innovativer Technik genauso begeistert wie wir!“

Anfang März 2018 wurde das Setup an den Kunden übergeben und seit Ende März läuft produktiver Traffic über die Plattform. Neben dem Betrieb verantwortet Claranet das Monitoring, die Backups und das Logging des vollständig durchautomatisierten Setups.