

# Mix & Match

Die Zeit der monolithischen Infrastrukturen ist endgültig vorbei. Composable Commerce wird spätestens 2023 zu einem der absoluten E-Commerce-Trends. Für Unternehmen ermöglicht dieses Modell das schnelle und individuelle Aufsetzen komplexer Onlineshops. Technisch greift man dabei auf MACH-Architekturen zurück.

von Christian Otto Grötsch

## Der Gartner-Report von August 2022

brachte es bereits auf den Punkt: Monolithen sind nicht mehr zeitgemäß. Die führende Tech-Publikation empfiehlt Onlinehändlern auf Plattformen zu setzen, die nach den Maximen des Composable Commerce funktionieren. Dieser Trend meint, dass die verschiedenen Funktionen eines Onlineshops in Form von einzelnen Services unterschiedlicher Hersteller aneinander angebunden werden. Das Endprodukt ist eine individuelle Komposition mit fortschrittlichen Features – vergleichbar einem klassischen Musikstück, das erst durch das harmonische Zusammenspiel unterschiedlicher Instrumente im Orchester seinen vollen Klang entfaltet.

## Alles auf MACH

Technisch benötigt es hierfür eine MACH-Infrastruktur. Die vier Buchstaben stehen für Microservices, API-first, Cloud-native und Headless. Das bedeutet, dass Microservices (M) mit Hilfe von Application-Programming-Interfaces (A), beziehungsweise Schnittstellen, in einer Cloud-basierten Umgebung (C) ohne prädefiniertes Frontend, also Headless (H), miteinander

verbunden sind. Einerseits bietet dies den Vorteil, diejenigen Software-Komponenten auswählen zu können, die für die individuellen Anforderungen des Shops am besten performen (Best-of-Breed-Ansatz). Andererseits können die Services leichter ausgetauscht oder erweitert werden, um schneller auf Marktbewegungen zu reagieren – erhöhte Flexibilität und Skalierbarkeit sind die Folge.

Dies macht Composable Commerce gerade jetzt zum absoluten Tech-Trend. In den vergangenen Jahren hatten Händler und Anbieter im B2C wie im B2B mit einem starken Auf und Ab in Angebot und Nachfrage zu kämpfen: Unterbrochene Lieferketten, steigende Produktionskosten und schwankendes Konsumklima machen Prognosen schwierig und schnelle, agile Anpassungen im Shop notwendig. Die Flexibilität und Skalierbarkeit der unterschiedlichen Komponenten einer Composable-Commerce-Landschaft bieten in solchen herausfordernden Situationen die Möglichkeit, Konsumspitzen aufzufangen oder Systeme an die komplexer werdenden Anforderungen der Zielgruppe anzupassen. Aus diesem Grund profitieren gerade B2B-Unternehmen mit einem vielschichti-

gen Produktportfolio und breitem Kundenstamm von Composable-Commerce-Lösungen.

## Composable-Commerce-Vorreiter in der Baubranche

Der B2B-E-Commerce hat in den zurückliegenden drei bis fünf Jahren stark zugelegt. Die größten Herausforderungen sehen B2B-Händler bzw. -Hersteller noch immer darin, komplexe, teils hoch individualisierbare Produkte und Prozesse in einem globalen Onlineshop abzubilden. Composable-Commerce-Landschaften eröffnen hier beispielsweise die Möglichkeit, Produktkonfigurationen skalierbar im Shop-Backend zu hinterlegen und den Usern gleichzeitig ein nutzungsfreundliches Frontend zu bieten.

Ein international-agierender Händler und Hersteller aus der Baubranche beispielsweise erkannte dieses Potential schon früh und setzt bei seinem B2B-Shop seit mehr als fünf Jahren auf Composable Commerce. Mit der E-Commerce-Software von commercetools verfügt das Unternehmen über ein flexibles Webshop-System auf Microservice-Basis. Dieses ist mit Hilfe eines API-Layers mit verschiedenen

Composable-Commerce-Landschaften eröffnen beispielsweise die Möglichkeit, **Produktkonfigurationen** skalierbar im Shop-Backend zu hinterlegen und den Usern gleichzeitig ein nutzungsfreundliches Frontend zu bieten.

Komponenten wie ERP, CRM und CMS vernetzt. Die gesamte Digitallandschaft wird in der AWS-Cloud gehostet und kann damit neben flexibler Skalierbarkeit auch von verschiedenen Amazon Web Services profitieren. So wurde zum Beispiel die Suchfunktion mit einer bereits bestehenden Schnittstelle an den Onlineshop angebunden, was wertvolle Zeit in der Entwicklung einspart. Dank Serverless-APIs konnte auch der Produktkonfigurator auf Basis einer monolithischen Architektur an Shop- und ERP-System angegliedert werden, sodass B2B-Kunden individuelle Produkte plattform- und darstellungsunabhängig direkt online bestellen können. Erst in diesem Jahr ermöglichte die Composable-Commerce-Landschaft ohne große Aufwände eine zusätzliche Erweiterung um einen Konfigurator, der es Kunden des B2B-Shops ermöglicht, ihren gesamten Projektplan innerhalb der Web-Umgebung aufzustellen.

### Harmonie trotz Verschiedenheit

Neben ihrer Flexibilität und Krisensicherheit bieten Online-Plattformen auf MACH-Basis Antworten auf eine weitere große Herausforderung unserer Zeit: Das Thema Nachhaltigkeit. So können das Hosting und der Betrieb von Systemen in der Cloud bis zu 45 Prozent Energie einsparen. Darüber hinaus lassen sich Prozesse effizienter gestalten,

da durch den API- und Headless-Ansatz an den einzelnen Komponenten des E-Commerce-Systems parallel gearbeitet werden kann. Die Systeme können so in kürzerer Zeit aufgesetzt und Bugs schneller gefixed werden. Nicht zuletzt ist Composable Commerce auch per se ein nachhaltiges Infrastruktur-Konzept, da es durch die flexible Austauschbarkeit und Erweiterbarkeit seiner Komponenten nicht veraltet und damit eine längere Halbwertszeit hat als monolithische Systeme, die regelmäßig große zeit-, kosten- und ressourcenaufwändige Updates benötigen. Neben all diesen Vorteilen bringt der Einsatz von Composable Commerce jedoch auch eine zentrale Herausforderung mit sich: Agilität und Kleinteiligkeit setzen ein gewisses technisches Know-how im Unternehmen voraus. Dabei ist es leichter, wenn ein Großteil der Geschäftsprozesse bereits digital gedacht wird. Doch mit Hilfe von Strategieberatung und Betreuung durch einen erfahrenen Implementierungspartner können die Einstiegshürden relativ gering bleiben. Dabei gilt es unbedingt auf einen agnostischen Ansatz zu achten, um auch wirklich von allen Vorteilen einer nachhaltigen Composable-Commerce-Strategie zu profitieren. //

#### DER AUTOR ...

Christian Otto Grötsch ist Gründer und Geschäftsführer von dotSource.



# RAJA LIEFERT ALLES AUS EINER HAND

**EINFACH!**  
ALLES AUF LAGER

**SCHNELL!**  
LIEFERUNG IN  
24/48 STD.

**ÖKONOMISCH!**  
PROFITIEREN SIE VON UNSEREN  
ATTRAKTIVEN PREISEN

