



Case Study Highsnobiety

Highsnobiety

Gründung: 2005

Sitz: Berlin, Deutschland

Branche: Medien
Fashion / Lifestyle

Mitarbeiter: 180

Partner: in-house

„Bei der Wahl unserer Plattform haben wir uns genau angesehen, wie wir E-Commerce und Inhalt verbinden können. Mit dem starken Backend von commercetools haben wir die Möglichkeit, unser Geschäft jederzeit problemlos zu skalieren.“

- Laura Mehler, VP Strategy & Operations,
Commerce bei Highsnobiety

Das Unternehmen

Was 2005 mit einem privaten Lifestyle-Blog begann, ist heute eine der weltweit führenden Medienmarken für Streetwear, Kunst, Kultur und Lifestyle. 500 Millionen Social-Media-Impressionen und 9 Millionen Unique Visitors pro Monat machen Highsnobiety zu einer der wichtigsten Anlaufstellen für Mode-Avantgardisten und Trendsetter. 2019 startete Highsnobiety mit einem exklusiven Ansatz ins globale E-Commerce-Business.

Die Herausforderung

Für Highsnobiety als Medium, das die Geschichten hinter Produkten erzählt, lag die Verbindung von inspirierenden Inhalten und besonderem Shopping-Erlebnis auf der Hand. Der Einstieg in den digitalen Handel brachte allerdings operative Herausforderungen mit sich: Neben einer exklusiven User Experience auf globaler Ebene sollte die neue Plattform auch die Kaufabwicklung und Produktauslieferung gewährleisten.

Die Lösung

Shop till you drop! API-first, Flexibilität im Frontend und Stärke im Backend – Mit der agilen Technologie von commercetools schafft Highsnobiety nahtlose Online-Shopping-Erlebnisse und behält dabei seine bewährte Content-Kultur bei. Neben den kontinuierlichen Flash Sales und Drops von exklusiven, limitierten Produkten halten die Highsnobiety-Macher jetzt auch mit dem wachsenden Publikum Schritt. Der Coup: Zum Launch des innovativen Sale-Konzepts im Mai 2019 konnte Highsnobiety die Luxusmarke Prada gewinnen.