



## Case Study Moonpig

### Moonpig

Gründung:	2000 (seit 2011 Teil der Photobox Group)
Sitz:	London, Vereinigtes Königreich
Branche:	Verlagswesen, personalisierte Grußkarten
Mitarbeiter:	> 1.000 (für 5 Marken)
Umsatz:	£ 88 Mio./ € 102 Mio. (FY18)
Partner:	in house

#### Das Unternehmen

*All about making people's days brilliant* – getreu diesem Motto kreieren Kunden mit Moonpig mehr als 17 Millionen personalisierte Geschenke, Grußkarten und Blumenarrangements pro Jahr. Seit dem Launch der Webseite im Juli 2000 läuft darüber der vollständige End-to-End-Prozess von der Gestaltung bis zur Produktion ab.

#### Die Herausforderung

18 Jahre voller persönlicher Geschenke und selbst gestalteter Grußkarten: Moonpig war von Anfang an ein schnell wachsendes Unternehmen mit bis zu 300 Bestellungen pro Minute in England, den USA und Australien – vor allem zu Spitzenzeiten wie Muttertag. Allerdings sah man der monolithischen Datenbank diese 18 Jahre, in denen immer neue Features hinzukamen, technisch auch an.

#### Das Ergebnis

Langfristiges Strategieziel ist die Neustrukturierung des gesamten Unternehmens auf eine Microservices-basierte Architektur. Neben der E-Commerce-Plattform von commercetools wird Contentful als CMS verwendet – beide Systeme basieren auf dem Headless- und dem API-first-Ansatz und lassen sich somit ausgezeichnet kombinieren. Der Schlüssel zum Erfolg ist die projektweise Umstellung auf Platform-as-a-Service wo immer es möglich ist.

*“Unsere Kunden sind Mittelpunkt unseres Handelns. Unser Fokus liegt daher auf einem ebenso einzigartigen wie einfachen Einkaufserlebnis. Sämtliche Hintergrund-Prozesse laufen auf Basis von commercetools, so müssen wir uns um keinerlei Updates und Wartung kümmern.”*

– Ronan Tighe, Chief Product Officer bei Moonpig

[Interview Podcast mit Ronan Tighe @ commercetomorrow](#)