



Case Study

Schlossberg Switzerland

Marken-Onlineshop

Zeit für mich.
Insights. Fakten. Details.





Über Schlossberg Switzerland — Seite 3

Status Quo & Anforderung — Seite 4

Setup & Technik — Seite 5

Design & UX-Layout — Seite 6

KPIs — Seite 7

Kundenstimme — Seite 8

Zusammenfassung & Ausblick — Seite 9

— Über die Marke

SCHLOSSBERG

S W I T Z E R L A N D



Schlossberg Switzerland steht für exklusive Premium Bettwäsche, Frottier-Textilien und Wohlfühlprodukte für Zuhause seit 1833. Höchste Qualität in Material, Verarbeitung und Design wurde über Generationen verfeinert und ist für das traditionelle Unternehmen eine Selbstverständlichkeit.

Neben einer nachhaltigen Konfektionierung und erlesenen Stoffqualitäten sind es die in liebevoller Handarbeit gezeichneten Bettwäsche-Designs aus dem eigenen Atelier, welche die Marke Schlossberg zu einem erfrischenden sowie langanhaltenden Erlebnis machen. Sie nehmen sich Zeit, ihre Produkte bewusst, mit Sorgfalt und Leidenschaft herzustellen, damit ihre Kunden intensiv genießen können. Schlossberg bietet ein Erlebnis, das Massenware nicht bieten kann.

— Über das Unternehmen hinter Schlossberg

Schlossberg Switzerland ist mit seinen Kollektionen online und offline in über 32 Ländern präsent, über eigene Kanäle wie Website und Boutiquen, ebenso wie über renommierte Fachhandels-Partner, darunter das Harrods in London, Bloomingdale's in den USA oder das KaDeWe in Berlin.

In der Schweiz und in Deutschland betreibt die Marke zudem sechs eigene Boutiquen: in Zürich, Luzern, Basel, St. Gallen und Bern sowie in Stuttgart. Ergänzt wird das stationäre Netz durch den Fabrikladen am Stammsitz in Turbenthal sowie zwei weitere Outlets in Landquart und Schönenwerd.

— Über uns, 7thSENSE, die Agentur

Wir sind ein auf E-Commerce (Websites, Onlineshops, Plattformen) spezialisierter Dienstleister. Unser Fokus liegt dabei in der Beratung, Architektur und Konzeption von Commerce Instrukturen und -Setups, auf der Entwicklung von hervorragenden User Journey-Konzepten und auf der Modellierung und Implementierung von passgenauen E-Commerce-Lösungen für unsere Kunden.

Wir legen einen großen Wert auf langfristig angelegte Partnerschaften mit Marken, Herstellern und Händlern im professionellen Umfeld: Fair und auf Augenhöhe. Mit gemeinsamen Zielen und Ambitionen, mit hoher Kontinuität, Professionalität und Leidenschaft.

— Status Quo & Anforderung

— Intro

Schlossberg Switzerland betrieb seinen damaligen B2C-Onlineshop auf einer zunehmend limitierten Shopware-5-Basis. Parallel stand der Wechsel des internen ERP-Systems auf Microsoft Dynamics NAV bevor. Für die traditionsreiche Schweizer Premiummarke für Bettwäsche und Heimtextilien bedeutete das zwei Systemwechsel, die zeitlich zusammenfallen mussten, ohne den laufenden Handelsbetrieb zu gefährden. Gesucht wurde eine Plattform, die technologisch zukunftsfähig ist und gleichzeitig das hochwertige Markenbild von Schlossberg digital angemessen abbildet.

— Der Weg ins Projekt

7thSENSE betreute Schlossberg bereits im bestehenden Shopware-5-Setup und war entsprechend erste Wahl, als der Umstieg auf Shopware 6 anstand. Daher entwickelte sich das Projekt organisch aus der bestehenden Zusammenarbeit heraus: Prozesse, Ansprechpartner und Marke waren bereits bekannt, bevor die technische Neuaufstellung begann.

— Anforderungen

- Relaunch des B2C-Shops mit Shopware 6
- Erlebnis „Schlossberg Switzerland“ spürbar machen
- Optimale Darstellung der Marke und des hochwertigen Sortiments
- Umfangreicher Set-Konfigurator
- Individualisierte CMS-Elemente
- Individuelle und flexible Content-Gestaltung
- Multilager-Management

— Branding

Im Marken-Kontext von Schlossberg spielten neben der eleganten Sortimentspräsentation vor allem die Kommunikation von Tradition, Handwerk und Qualität eine zentrale Rolle. In Kombination mit einem hohen Fokus auf UX und einer conversion-optimierten Storefront wurden diese Anforderungen von Beginn an mitgedacht.

Im Rahmen des Layout-Projekts wurde gemeinsam mit Schlossberg ein eigenes Design-System erarbeitet: von der finalen Typografie-Kombination über eine kuratierte Icon-Bibliothek bis zu einem präzisen Rastersystem für alle Content-Elemente. Durch diesen systematischen, eng abgestimmten Ansatz konnte ein Ergebnis erzielt werden, das die traditionsreiche Markenidentität von Schlossberg digital erlebbar macht, ohne auf moderne UX-Standards zu verzichten.

Basierend auf Figma wurde von unserem Design-Team in einem iterativen Prozess ein voll-responsives Shop-Design konzipiert, das sich sehen lässt.



— Setup & Technik

— D2C E-Commerce mit Shopware

vom Legacy-System zum zukünftigen Standard

Shopware zeichnet sich durch eine robuste Technologie-Basis, einen ausgeprägten Funktionsumfang sowie ein umfassendes Ökosystem und eine hochgradige Anpassbarkeit aus. Für Schlossberg bot der Umstieg von Shopware 5 auf 6 die Möglichkeit, von einer auslaufenden Plattform auf ein modernes, API-first-Shopsystem zu wechseln.

Für ein traditionsreiches Schweizer Unternehmen mit internationalen Ambitionen (Schweiz, Liechtenstein, Deutschland und weitere EU-Märkte) ist Shopware mit seinem Mix aus Standard und Flexibilität ein Shopsystem, das sich passgenau in die vorhandene Infrastruktur integrieren lässt und weiteres Wachstum ermöglicht.

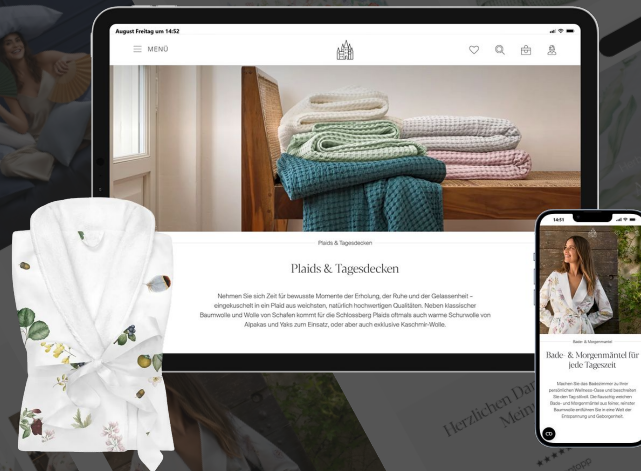
— Schnittstellen-Basis zur ERP- Integration

Auf Basis der Shopware Admin-API wurden alle Daten-Prozesse zum ERP-System Microsoft Dynamics NAV konzeptioniert und umgesetzt. Synchronisiert werden unter anderem Bestände, Preise, Aufträge und Retouren. Im November 2026 folgt der Umzug auf Microsoft Dynamics 365 Business Central.

Basierend auf einer Multi-Warehouse-Lösung wurde zudem ein länderspezifisches Bestandsmanagement realisiert: zunächst mit getrennten Lagern für Schweiz und EU, später konsolidiert auf ein zentrales Schweizer Lager mit länderspezifischer Versandlogik.

— Synergien durch eine konsequente Multi-Domain-Strategie

Einen wichtigen Part nimmt bei Schlossberg die konsequente Bespielung zweier Länder-Domains aus einer gemeinsamen Shop-Instanz ein: schlossberg.ch für die Schweiz und Liechtenstein, schlossberg-switzerland.com für Deutschland und weitere EU-Märkte. Beide Domains laufen auf derselben Shopware-6-Basis, werden aber über eigene Sales Channels mit marktspezifischer Logik betrieben - von der Lagerzuordnung über Versandkonditionen bis zur Sprachauspielung. So entsteht ein synergiereicher Ansatz: zentrale Wartung und Weiterentwicklung an einer Codebasis, bei gleichzeitig sauberer Trennung der Märkte in Bestand, Preisen und Content.



— Design & UX-Layout

— Erste Etappe: Rebranding

zeitlos, hochwertig, Handwerkskunst - der Schlossberg-Stil

Der neue Markenshop weicht in Darstellung und Funktion stark vom Shopware 6 Standard ab. Ursprünglich war ein „simples“ Redesign geplant. Im Laufe des Projekts wurde der Fokus dann immer stärker auf das Screendesign in Bezug auf die Markenidentität gelegt. In einer langen und intensiven Designphase, in der unsere Screenesignerin und Schlossberg eng zusammengearbeitet haben, entstand ein Onlineshop, der nicht nur zum Einkaufen einlädt, sondern auch zum Verweilen: wie die Schlossberg-Boutiquen.

— Zweite Etappe Layout & UX

optimalen Design & UX-Layout

Das 7thSENSE Design-Team erstellte in einem iterativen Prozess über Figma die Layouts des neuen Schlossberg-Shopdesigns. Diese wurden direkt für alle Bildschirmgrößen responsiv optimiert konzipiert, um ein voll-responsives Design zu ermöglichen.

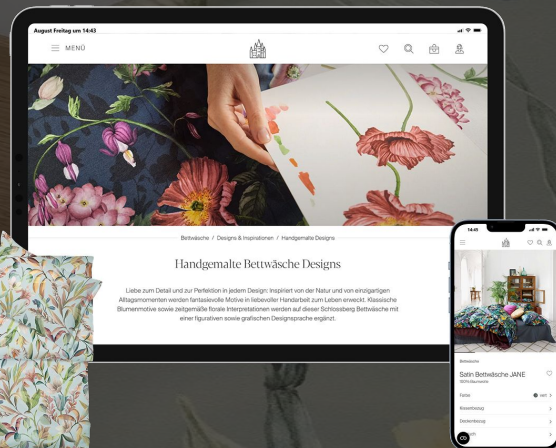
- Marke & Produkte optimal in Szene gesetzt
- Voll-responsives Design für Desktop, Mobile und Tablet
- Fokus auf nahtlose User Experience
- Enge Abstimmung mit dem Schlossberg-Team

— Design-Prozess

emotional & immersiv

Schlossberg Switzerland baut auf Erlebnissen und Emotionen auf, die direkt mit den hochwertigen Produkten verknüpft sind. Dieses Gefühl sollte auch im Schlossberg Onlineshop entstehen. Dafür wurden wunderschöne Bilder durch klare Strukturen, simple Buttons, wenig ablenkende Elemente und viel Weißraum deutlich in Szene gesetzt.

Von Startseite über Kategorien und Produktdetailseiten bis zu CMS-Seiten können Onlineshop-Besucher genießerisch durch die „Online-Boutique“ stöbern und Schlossberg auf sich wirken lassen. Außerdem erlaubt der neue Shopware 6 Shop dem Schlossberg-Team flexible Anpassungen im CMS-Bereich.



— Erster Sieg

Performance & Design – Doppelsieg!

Mit dem Wechsel von Shopware 5 auf 6 entstand für Schlossberg nicht nur ein neues, markenkonformes Design, sondern auch die Grundlage, spürbare Performance-Probleme zu lösen. Bei variantenreichen Produkten lagen Ladezeiten teils über einer Minute. Im Performance-Sprint optimierten wir Variantenberechnung, Bewertungs-Plugins und Set-Konfigurator: Die Ladezeit zentraler Produktseiten sank von ~6 auf ~1 Sekunde (cached), bei Set-Produkten von 10–12 auf 5–7 Sekunden. Design und Geschwindigkeit wurden so gemeinsam gewonnen – im Rahmen eines Relaunches, der Schlossberg nach eigener Aussage eine signifikante Umsatzsteigerung gebracht hat.

— Zweiter Sieg

Sichtbarkeit halten, wenn Google an der Uhr dreht

Google-Core-Updates und Co. sind für jeden Onlineshop ein Nervositätstest – für Schlossberg wurde er zur Bewährungsprobe der SEO-Basis: sauber getextete Kategorienseiten und konsequentes Keyword-Tracking über SEMrush.

- Kaum Positionsverluste trotz Google Core Updates
- Durchgehend steigende SEO-Sichtbarkeit, besonders in der Schweiz
- Ranking-Überschneidung zwischen den Domains aufgedeckt und behoben

— Design-Prozess

Vom Rohkonzept zum voll-responsiven Markenerlebnis

Als technische Basis diente das Shopware-Thema „Showroom“, individuell weiterentwickelt. Auf Basis eines ersten Figma-Konzepts entwickelten unsere Screendesignerin und das Schlossberg-Team gemeinsam jedes Detail: Typografie, eine kuratierte Icon-Bibliothek und ein präzises Rastersystem für alle CMS-Elemente. Jede Ansicht wurde im Live-Abgleich verschiedener Bildschirmgrößen geprüft. Entstanden ist ein vollständig responsives Design-System, das seither die Grundlage für alle weiteren Erweiterungen im Schlossberg Onlineshop bildet.



— Kundenstimme

„Wir bei Schlossberg sind der Überzeugung, dass Handwerk und Qualität gespürt und erlebt werden müssen. Mit 7thSENSE wissen wir einen langjährigen Partner zu schätzen, der die gleichen hohen Ansprüche vertritt und uns auch in ambitionösen Projekten eine großartige Zusammenarbeit anbietet. Mit der neuen digitalen Welt von Schlossberg sind wir unserem Anspruch sehr nahe gekommen und können damit unsere Kunden auf eine neue Art und Weise eintauchen lassen. Ein grosses Lob und Dankeschön an alle, die in diesem Projekt mitgewirkt haben!“

— Pascal Hengartner, Head of E-Commerce, Schlossberg Switzerland AG

— Zusammenfassung & Ausblick

— Zusammenfassung

Der Shopware-Relaunch mit umfassendem Redesign rückt die Marke Schlossberg Switzerland und ihre Produkte konsequent in den Mittelpunkt. Mit Fokus auf ein optimales Einkaufserlebnis im Boutique-Stil wurde ein Design geschaffen, das nicht nur optisch überzeugt, sondern die Customer Experience konsequent nach Best Practices gestaltet.

Dies bezieht sich auf eine klarere Produktdarstellung über sichtbarere Trust- und Qualitätsmerkmale bis hin zu einer Nutzerführung, die den stationären Boutique-Charakter von Schlossberg erstmals auch digital erlebbar macht.

Damit wurde die Grundlage geschaffen, die vorhandene Markenstärke und die zahlreichen echten Produktvorteile von Schlossberg online deutlich besser zu übersetzen, als es zuvor der Fall war.

Gemeinsam mit dem Schlossberg-Team haben wir dieses Projekt erfolgreich abgeschlossen und sind gespannt auf und freuen uns sehr auf die weitere Zusammenarbeit: insbesondere darauf, das neu geschaffene Fundament in den kommenden Monaten mit gezielter SEO-/Content-Arbeit und laufendem A/B-Testing weiter auszubauen.

— So geht es weiter

Nach Abschluss des Relaunchs verschiebt sich der Fokus von der technischen Fehlerbehebung hin zu zwei laufenden Optimierungsbausteinen. Im Bereich SEO/Content geht es darum, Schlossbergs Markenwelt – Qualität, Geschichte, das physische Boutique- und Unboxing-Erlebnis – konsequent in digitale Inhalte zu übersetzen: laufende, an den Content Guidelines ausgerichtete Text- und Themenoptimierung, ergänzt um GEO/KI-Sichtbarkeit und eine engere Verzahnung von Online-Content mit den Boutique-Landingpages.

Parallel dazu wird A/B-Testing (via varify.io) als fester Testzyklus etabliert, um CRO-Massnahmen wie Trust-Elemente, Buybox-Optimierung oder Farbdarstellung vor dem breiten Rollout sauber zu validieren. Beide Bausteine laufen als kontinuierlicher, priorisierter Prozess.

