

Case Study

Riegler & Co. KG

Die zentrale
B2B-E-Commerce-Plattform
für Drucklufttechnik

Insights. Fakten. Details.





● **Über Riegler** — Seite 3

● **Status Quo & Anforderung** — Seite 4

● **Setup & Technik** — Seite 5

● **Umsetzungsdetails** — Seite 6

● **7thSENSE als B2B-Commerce Partner** — Seite 7

● **Wins** — Seite 8

● **Kundenstimme** — Seite 9

● **Zusammenfassung & Ausblick** — Seite 10

— Über Riegler



— Über die Marke

RIEGLER steht in der Pneumatik- und Drucklufttechnik für technische Kompetenz und Verlässlichkeit made in Germany und richtet sich mit Druckluftkomponenten sowie individuellen Systemlösungen besonders an Industriekunden, Handwerksbetriebe und den technischen Fachhandel. Diesen Anspruch hat RIEGLER früh auf den digitalen Vertrieb übertragen. Bereits 2005 ging der erste Online-Shop live und wurde dabei seither kontinuierlich ausgebaut, zuletzt gemeinsam mit 7thSENSE.

— Unternehmensprofil

Die RIEGLER & Co. KG mit Sitz in Bad Urach wurde 1936 zunächst als kleiner Warenhandel gegründet und spezialisierte sich 1966 auf Druckluft- und Pneumatiktechnik. Das aktuelle Produktangebot umfasst dabei weitgehend Druckluftkomponenten sowie auch spezifische, kundenindividuelle Systemlösungen für industrielle Anwendungen, mit denen sich das Unternehmen fokussiert an Industriekunden, Handwerksbetriebe, den technischen Fachhandel sowie auch an eigene Vertriebs- und Distributionspartner richtet.

Im digitalen Vertrieb ging RIEGLER bereits 2005 mit einem ersten Online-Shop live und baut seit 2023 gemeinsam mit 7thSENSE eine neue, zentrale B2B-E-Commerce-Plattform auf Adobe Commerce auf.

— 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 Infrastrukturen 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, durch hohe Kontinuität, Professionalität und Leidenschaft.

— Status Quo & Anforderungen

— Intro

Vor der Zusammenarbeit mit 7thSENSE betrieb RIEGLER einen über die Jahre gewachsenen Online-Shop, der die zunehmende Komplexität des B2B-Geschäfts (individuelle Firmenkonten, kundenspezifische Preise, ein sehr granularer Produktkatalog) technisch nicht mehr abbilden konnte. Gleichzeitig wuchsen die Erwartungen der eigenen Kunden an Bedienkomfort, Geschwindigkeit und Self-Service-Funktionen im digitalen Einkauf spürbar.

— Der Weg ins Projekt

Ausgangspunkt war die Entscheidung, das bestehende Shop-System durch eine zukunftsfähige B2B-Plattform auf Basis von Adobe Commerce abzulösen: nicht als isoliertes Shop-Update, sondern als Neuaufstellung des gesamten digitalen Vertriebskanals. RIEGLER entschied sich für 7thSENSE als Umsetzungspartner.

Das Projekt startete im Januar 2023 mit einer gemeinsamen Anforderungs- und Konzeptionsphase, aus der die ersten funktionalen Bausteine der neuen Plattform hervorgingen.

— Anforderungen

- **Ablösung des Alt-Systems** durch eine zukunftsfähige Plattform auf Basis von Adobe Commerce
- **Optimale Präsentation** eines sehr umfangreichen, technisch komplexen Produktkatalogs
- **Ein Self-Service-Portal** für alle B2B-Kunden mit individuellen Konditionen
- **Nahtlose Anbindung** an ERP- und PIM-Systeme
- **Eine OCI-PunchOut-Lösung** für die Einbindung in die Beschaffungssysteme des RIEGLER Shops

— Multi-Partner-Strategie

RIEGLER vertreibt seine Produkte auch über ein Netzwerk eigenständiger Vertriebspartner, die RIEGLER-Sortimente unter eigenem Namen und mit eigenen Rabattlogiken und Domains verkaufen. Statt einer Insellösung je Partner entstand dafür eine Multi-Shop-Architektur mit designtechnisch eigenständigen, aber technisch synergetisch verbundenen Partnershops, die sich individuell weiterentwickeln lassen und dennoch von einer gemeinsamen Produktdaten-, Preis- und Suchlogik profitieren.



— Setup & Technik

— Plattform & Suche

Technisch basiert die Plattform auf Adobe Commerce (B2B) als Kernsystem. Für die Suche, Filterung und Fuzzy-Search kommt ElasticSearch/ElasticSuite zum Einsatz: die Grundlage für eine Produktsuche, die auch bei einem sehr granularen, technischen Sortiment schnelle und relevante Ergebnisse liefert.

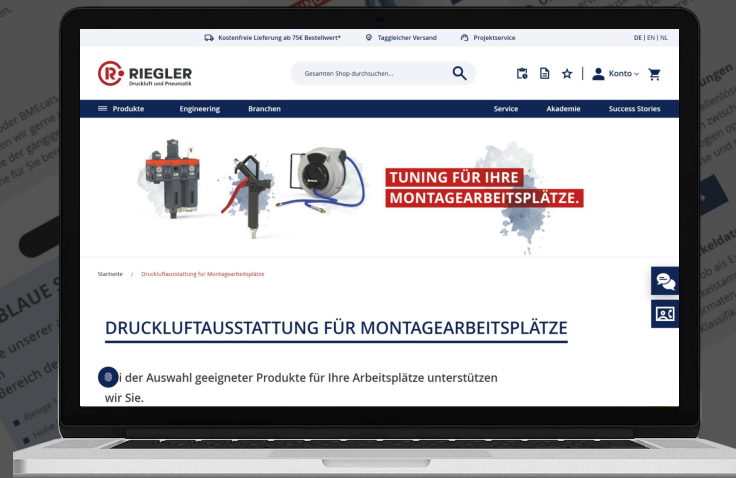
— Systemintegration

Den Datenfluss zwischen den Systemen übernimmt eine eigens entwickelte PIM-API in Kombination mit dem proprietären Integrationsmodul 7thSENSE Vortex, das Shop, PIM und ERP verbindet. Das ERP liefert Preise, Bestände und Auftragsdaten in Echtzeit, während OCI-PunchOut und OCI-SSO die Anbindung an die Beschaffungssysteme ermöglichen.

Allein für RIEGLER verwaltet das PIM mittlerweile über 300 Attributsets, mehr als 1.000 Attribute und über 300 filterbare Attribute: die Architektur ist so ausgelegt, dass die Plattform trotz dieser Datenmenge performant bleibt, mit schnellen Ladezeiten und Suchantworten in Echtzeit.

— Ergänzende Module

Ergänzt wird das Setup um spezialisierte Module für einzelne Anforderungen: Owebia bildet dabei die komplexen, individuellen Versandkostenlogiken ab, Usercentrics sorgt für rechtssicheres Cookie- und Consent-Management über alle Shop-Domains hinweg, und ein responsives Page-Builder-CMS macht Design und Inhalte redaktionell pflegbar.



— Umsetzungsdetails

— Erste Etappe: Die zentrale B2B-Plattform (2023-2024)

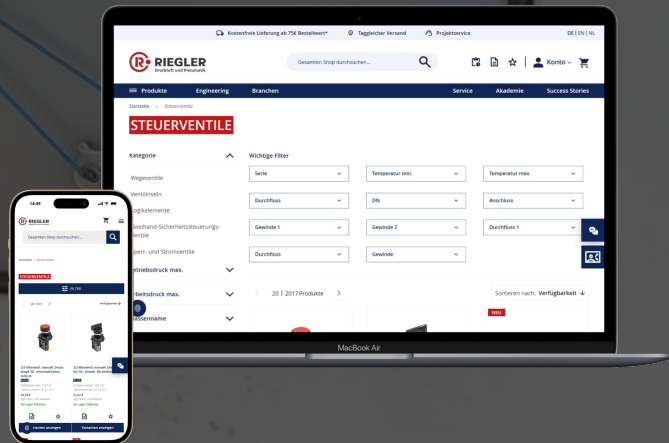
Im Zentrum der ersten Etappe stand der Aufbau der Kernplattform, gedacht vom Einkaufsprozess der B2B-Kunden her. Kernstücke waren ein Self-Service-Portal, inklusive individueller Firmenkonten sowie eine leistungsfähige ElasticSuite-Suche mit Schnellbestellungs-Option und Wettbewerber-Artikelnnummer-Abgleich. Hinzu kamen individuelle, in Echtzeit aus dem ERP abgefragte Preise und Verfügbarkeiten. Nach rund 13 Monaten gemeinsamer Projektarbeit ging die Plattform im Februar 2024 live.

— Zweite Etappe: Das Partnershop-Netzwerk (ab 2024, laufend)

Parallel dazu legte 7thSENSE die technische Grundlage für die whitelabel-fähigen „Partnershops“ aus der Multi-Partner-Strategie. Seit 2024 sind so mehrere Partnershops entstanden. Jeder erhält eigene Domain, eigenes Branding und individuelle Rabattlogik. Damit ist aus der Shop-Migration eine skalierbare Vertriebsplattform für das ganze RIEGLER-Partnernetzwerk geworden.

— Design-Prozess

Das UI/UX-Konzept wurde in dedizierten Design-Workshops mit RIEGLER erarbeitet und eng am bestehenden Corporate Design ausgerichtet. Auf Basis eines responsiven Page-Builder-CMS entwickelte 7thSENSE individuelle Content-Widgets für die RIEGLER-Redaktion, sodass Marketing- und Kampagneninhalte eigenständig gepflegt werden können. Die mobile Nutzung, etwa im Lager oder unterwegs beim Kunden vor Ort, war dabei von Beginn an ein eigener Optimierungsschwerpunkt und wurde auch für die Partnershops separat verfeinert.



— 7thSENSE B2B-Commerce Partner

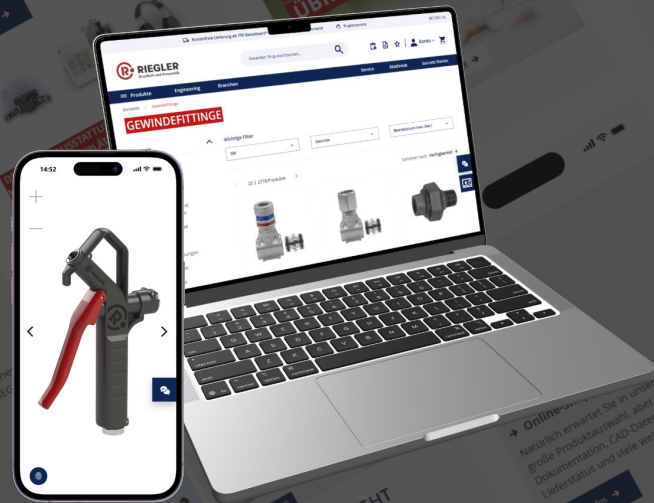
— 7thSENSE B2B Leistungsspektrum

Mit über 20 Jahren Erfahrung begleitet 7thSENSE Industrieunternehmen, technische Komponentenanbieter und B2B-Distributoren von der Konzeption bis zum laufenden Betrieb, deutlich über die reine technische Umsetzung hinaus:

- **Strategieberatung und Konzeption:** Anforderungsanalyse und Frameworkauswahl, dabei u. a. Adobe Commerce/Magento, Shopware 6, Shopify Plus
- **Individualentwicklung:** Für Self-Service-Portale, individuelle Preislogiken und Sortimentsmanagement
- **Schnittstellenentwicklung:** Anbindung von ERP-, PIM-, CRM- und MES-Systemen
- **Order-Automatisierung** sowie ebenfalls Omnichannel- und Multi-Shop-Ansätze für mehrere Marken, Partner und Vertriebskanäle
- **Laufender Support:** kontinuierliche, flexible Weiterentwicklung, Wartung und First-Line-Service nach Go-live

— Anspruch: B2C-Erlebnis für B2B-Prozesse

Dabei verfolgt 7thSENSE einen bewussten Anspruch: B2B-Shops sollen sich in Nutzererlebnis und Bedienbarkeit nicht hinter B2C-Shops verstecken müssen, auch wenn im Hintergrund deutlich komplexere Prozesse wie individuelle Firmenkonten, mehrstufige Freigaben, Partner-Netzwerke oder ERP-Anbindungen laufen. Alles aus einer Hand, ohne Bruch zwischen Beratung, Umsetzung und Betrieb.



— Erster Sieg

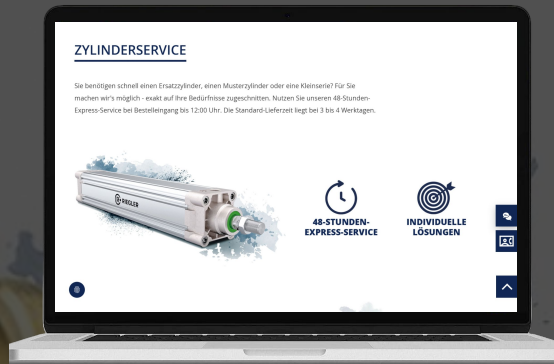
Eine leistungsfähige Kernplattform

- **Konsolidierung** von Unternehmenswebsite und Onlineshop auf einer zentralen Plattform
- **Hohe Performance trotz Komplexität**, auch bei einem stark wachsenden Produktdatenbestand (300+ Attributsets)
- **Reduzierter Beschaffungsaufwand** durch den implementierten Wettbewerber-Artikelnnummer-Abgleich und OCI-PunchOut
- **Durchgängige Prozessautomatisierung** zwischen PIM, ERP und Shop sowie stabiler Betrieb dank First-Line-Service

— Zweiter Sieg

Vom Einzelshop zum Partnernetzwerk

- **Skalierbare Multi-Shop-Architektur** mit den eigenständig gebrandeten Partnershops
- **Kontinuierliche, partnerschaftliche Weiterentwicklung** seit 2024 in regelmäßigen Release-Zyklen, inklusive Sicherheits- und Compliance-Themen



— Dritter Sieg

Ein Markenerlebnis, das mitwächst

- **Konsistentes, aber markenspezifisches Design** über Kernplattform und Partnershops hinweg
- **Redaktionell eigenständig pflegbar** dank individueller Content-Widgets im Page-Builder-CMS
- **Mobile Optimierung**, für jeden Partnershop separat verfeinert

— Kundenstimme

*„Für uns ist ein guter Dienstleister mehr als nur technische Unterstützung.
Wir schätzen vor allem die partnerschaftliche Zusammenarbeit, die schnelle
Lösungsfindung und das gemeinsame Verständnis für unsere Anforderungen.“*

— Franziska Thomas, eBusiness, RIEGLER & Co. KG



— Zusammenfassung & Ausblick

— Zusammenfassung

Das RIEGLER-Projekt zeigt, wie sich eine B2B-E-Commerce-Plattform von einer reinen Shop-Migration zu einem zentralen, strategischen Vertriebskanal entwickelt: zunächst durch den Aufbau einer leistungsfähigen Kernplattform, dann durch deren Ausbau zu einem Partnershop-Netzwerk. Für 7thSENSE ist RIEGLER ein Beleg dafür, dass komplexe B2B-Anforderungen (individuelle Preise, tiefgehende Systemintegration, mehrere Marken auf einer technischen Basis) und ein modernes, nutzerfreundliches Einkaufserlebnis kein Widerspruch sind.



— Ausblick

Auch nach dem Go-live bleibt die Plattform in Bewegung. Aktuell in Planung bzw. Umsetzung:

- **Intelligenterer Suche:** Die Erweiterung der durchsuchbaren Attribute ist bereits beauftragt; eine KI-gestützte Erweiterung der ElasticSuite-Suche wird mit RIEGLER aktuell abgestimmt
- **Weiterer Ausbau des Partnershop-Netzwerks** um zusätzliche Vertriebspartner
- **Weiterer Ausbau des Self-Service-Portals**, etwa bei Freigabeprozessen und der Abbildung komplexerer Firmenstrukturen
- **Vertiefte PIM-Integration:** Nach Einführung der neuen PIM-API steht die weitere Automatisierung und Qualitätssicherung der Produktdaten im Fokus
- **Kontinuierliche UX-Optimierung**, beispielsweise bei der Kategorienavigation, Kategorienseiten und Kampagnenflächen im Shop
- **Sicherheit und Compliance als Daueraufgabe:** regelmäßige Updates und Audits, um die Plattform auch langfristig auf dem aktuellen Stand zu halten

