

Jollydays® & media.tel

Eine Partnerschaft mit zahlreichen Jolly-Moments seit 2003.

jollydays

Den Traum vom Fliegen verwirklichen, ein Dinner über den Dächern Wiens, Heliskiing in der Schweiz

Seit über 15 Jahren bereichert Jollydays (mit Sitz in Wien und München) das Leben von Menschen mit unvergesslichen Erlebnissen. Rund 3 Mio. Stunden Glücksgefühl - oder „Jolly-Hours“, wie Jollydays es nennt - konnte das Unternehmen seinen Kunden bisher bereits bescheren.

2003 ging die erste Version des Erlebnisportals live und begeistert seitdem Millionen von Besuchern im deutschsprachigen Raum. Von Beginn an mit an Bord: das Entwicklerteam der media.tel.

Modernster TechStack und Marketing bilden die DNA

Leidenschaft, Taten- und Innovationsdrang zeichnen das Unternehmen Jollydays aus und das soll im Weberlebnis spür- und erfahrbar sein. Daran arbeitet Jollydays stetig und mit vollem Einsatz. Groß und seiner Zeit voraus zu denken, sind zentrale Anliegen des CEOs Georg Schmiedl. Selbst in Bezug auf Projekt- und General Management überrascht Jollydays seine Partner immer wieder mit neuen Impulsen und Techniken. Eine besondere Kompetenz des Unternehmens ist es außerdem Menschen zu vernetzen und nicht die Anliegen der eigenen Organisation, sondern das gemeinsame Ergebnis im Fokus zu halten.

TechStack

Aufgrund vorausschauender, mutiger Entscheidungen konnte die Basistechnologie von 2003 bis heute beibehalten werden. Der modulare Aufbau ermöglicht ein laufendes Redesign in „Häppchen“ ohne Gefährdung des Gesamtsystems. Die heutige Technik des Portals setzt in Bezug auf das hoch-skalierende REST-Backend auf eine **Microservices**-Architektur und in Teilen auf das **JavaSpring** Framework. **PHP, Elasticsearch** und **Amazon Web Services** runden das ganze ab. Demgegenüber setzt man für das sehr moderne Frontend auf React JS.

Neben dem Webportal setzt Jollydays als Digitalisierungs-Vorreiter auf zahlreiche Systeme, die mit einander interagieren.

Partner-World

Jollydays erweitert sein Partner-Netzwerk täglich, egal ob kleine Erlebnisanbieter oder große Händler wie Hofer, Öticket, BIPA, Merkur, Mediamarkt, Post, Libro, etc. Für jeden Partner werden individuell gewünschte Produkt-Pakete geschnürt (Bsp. die „Heldenbox“ für Hofer). Systemtechnisch können Erlebnisanbieter über eine maßgeschneiderte API angebunden werden.

Auch große Unternehmen (wie etwa die A1) gehören dem wachsenden B2B-Kundenkreis an. Diese belohnen ihre Kunden und/oder Mitarbeiter mit Jolly-Moments.

Wachstum ohne Ende

Mit **über 10.000 Erlebnissen**, die Abenteuer- und Genuss-Suchende heute buchen können, ist das Portfolio so breit und vielfältig wie noch nie. Das hingelegte Wachstum zeugt von einer Unternehmens-DNA, die im Kern auf Marketing ausgerichtet ist und nicht nur eine Abteilung so benennt. Neben Social Media, Email-Marketing und Suchmaschinen-Optimierung/-Marketing, kommt seit ein paar Jahren ein Marketing Automation Tool zum Einsatz. Interagierend mit dem Webportal wird so der bestehende Kundenkreis gepflegt und weiter ausgebaut.

Was wurde/wird umgesetzt?

- Aufbau und laufende Weiterentwicklung des Microservice- & REST-Backends mittels
 - PHP
 - Java
 - ElasticSearch
 - Google Analytics
 - Amazon WebServices (AWS)
 - SpringFramework
 - Apache Camel
- Schnittstelle zur BMD-Buchhaltung
- Schnittstelle zu TYPO3 CMS
- Mitgestaltung der Software-Architektur
- Teil-Projektleitung (auf Basis agiler Methoden)



Georg Schmiel (GF)
Jollydays GmbH
jollydays.at
jollydays.de
jollydays.ch

Was hat der Kunde davon?

- Einen Partner mit umfassendem Know-How der bestehenden Webarchitektur sowie Jollydays-interner Prozesse.
- Einen Partner, dem das gemeinsame Ergebnis mehr am Herzen liegt als die monatliche Abrechnung.
- Einen Partner, auf den seit Jahrzehnten stabil Verlass ist.
- Einen Partner, der ständig seine Skills mit Blick auf den Bedarf seiner Kunden erweitert.