

Frank Stegemann, Manager Sales | shopware AG

# Finde das passende Shopsystem

## Das Wichtigste im Überblick:

- ✓ Das Angebot von Shopsoftware-Herstellern am Markt ist groß. Alle Hersteller haben ihre Daseinsberechtigung und bieten sehr gute Lösungen für ein erfolgreiches Online-Business. Ob das jeweilige System für dich geeignet ist hängt von mehreren Faktoren ab.
- ✓ Die Auswahl eines für dich passenden Shopsystems als Grundlage für dein Online-Business ist essentiell. Nimm dir viel Zeit für diese Entscheidung.
- ✓ Betrachte die IST-Situation deines Business und definiere vor Projektstart Anforderungen, die dir für deinen Onlineshop wichtig sind. Welche dringenden Funktionen sollte dein neuer Shop mitbringen? Welche längerfristigen Entwicklungsziele strebst du mit deinem Shop an?
- ✓ Um eine Vergleichbarkeit zwischen den Shopsoftware-Anbietern zu ermöglichen, solltest du neutrale Kriterien berücksichtigen. Ziehe hierbei deine unternehmensindividuellen Anforderungen hinzu: Kann das System deine Wunsch-Funktionalitäten umsetzen?
- ✓ Viele Software-Hersteller bieten Demo-Shops an. Teste das System hinsichtlich Benutzerfreundlichkeit (Usability) und den angebotenen Funktionen (Features).
- ✓ Kontaktiere den Hersteller und vereinbare ein Beratungsgespräch oder nutze (Online-) Events, wie Meetups, um deine Fragen an Experten aus der Branche zu richten.

## 1. Erste Gedanken vor dem Start eines eigenen Onlineshops

Befasse dich mit deiner aktuellen Business-Situation und definiere deinen IST-Zustand. Du kannst dir dabei beispielsweise folgende Fragen zur Hilfe nehmen:

- Wo stehst du? Möchtest du als Start-Up durchstarten oder suchst du als gesetztes, mittelständisches Unternehmen nach einer flexiblen und skalierbaren Lösung?
- Über welche finanziellen und personellen Mittel verfügst du?
- Richtet sich dein Onlineshop an Endkunden (B2C) oder Business-Kunden (B2B)?
- Wie groß ist dein Produktsortiment?
- Hast du vor deine Produkte ins Ausland zu verkaufen?
- Gibt es vorhandene IT-Strukturen, die bei einer Shop-Umsetzung berücksichtigt bzw. angebunden werden sollen?
- Wie schnell soll dein Shop „live“ gehen?
- Möchtest du das Shop-Projekt alleine/mit internen Mitteln umsetzen, oder holst du dir professionelle Hilfe durch eine E-Commerce-Agentur?

Mach dir Gedanken dazu, welche **Shopsystem-Art** sich für dich eignet:

**Shop-Baukasten:** hierbei handelt es sich um die Möglichkeit, das eigene Content Management System (z.B. Unternehmenswebsite) via Plugins (Ergänzung) um Shop-Funktionen zu erweitern. Bekannte Beispiele für Shop-Baukasten-Systeme sind woocommerce, Jimdo oder auch Wix. Ein Vorteil ist es, dass Nutzer kaum Programmierkenntnisse für die Erstellung ihres Shops benötigen. Gleichzeitig ist der Funktionsumfang häufig sehr begrenzt, es fehlt an Flexibilität, was vor allem bei größeren Businessvorhaben zu Problemen führen kann.

**Shopsystem:** bei der Wahl eines professionellen Shopsystems fällt die Entscheidung auf ein kauf- oder mietbares Software-Produkt, wie beispielsweise Shopware, Magento oder Spryker. Vor allem professionelle und kundenindividuelle E-Commerce-Vorhaben sind mit dieser Lösung sehr gut realisierbar. Für die Umsetzung benötigt es jedoch zumeist Fachpersonal oder Unterstützung durch Agenturen.

## 2. Neutrale Kriterien zur Auswahl eines Shopsystems

Wir empfehlen dir einen ausführlichen Vergleich zwischen den verschiedenen Shopsystem-Herstellern am Markt durchzuführen. Berücksichtige hierfür die nachfolgenden Kriterien und orientiere dich gerne an unserem Vortrag, in dem wir dir bereits einige Antworten zu den aufgelisteten Fragen liefern:

### 1. Shopsoftware-Hersteller

- Wie ist die aktuelle Unternehmenssituation des Herstellers?
- Wie ist dessen Marktpräsenz (lokal/international)? Gibt es einen Branchenfokus?
- Wie sehen das Geschäftsmodell und die Vision des Herstellers aus?
- Gibt es ein flächendeckendes Partner-Netzwerk aus Experten/Agenturen, die dich unterstützen können?
- Welche Service-Angebote stehen zur Verfügung? Gibt es mehrsprachigen Support?

### 2. Shopsoftware-Features

- Usability: Lässt sich die Software einfach bedienen?
- Sind sämtliche Standard E-Commerce-Funktionen abgedeckt?
- Gibt es Ausrichtungsschwerpunkte? Ist das System für B2C und B2B-Kunden geeignet?
- Ist das System Mobile Commerce-fähig? Kann ich den Shop von allen Endgeräten aus abrufen und bedienen (full responsive)?
- Besteht eine Multi-Channel-Möglichkeit? Kann ich meinen Onlineshop an verschiedene Online-Marktplätze, wie Amazon, andocken?
- Gibt es ein multilinguales Backend (Administration des Shops)? Gibt es die Option Preise in unterschiedlichen Währungen auszuspielen? Unterstützt das System deinen Wunsch nach Internationalisierung?

### 3. Shopsoftware-Technologien

- Was ist „unter der Haube“? Wie sieht die Technologiebasis aus?
- Ist das System „quelloffen“ und damit nach deinen Bedürfnissen erweiterbar?
- Wie steht es um die Performance und Skalierbarkeit? Kann der Shop zusammen mit deinem Erfolg mitwachsen? Hält das Shopsystem auch eine große Anzahl an Zugriffen aus (ist es performant und technisch stabil)?
- Ist das System erweiterbar (z.B. via Plugins oder Apps) und kannst du Drittsysteme anbinden?

### 4. Kosten

- Wie hoch sind die Lizenzkosten (Miete oder Kauf) und Projektkosten?
- Welche Kosten entstehen für dich durch Hosting & Betrieb des Shops?
- Time-to-market: Wie lange dauert es, bis dein Shop „live“ gehen kann und du damit Geld verdienst?
- Ramp-up-Phase: Wie lange dauert es, bis deine Mitarbeiter das Know-How aufgebaut haben, um das System bestmöglich nutzen zu können?

### 3. Welches Software-Nutzungsmodell eignet sich für mich?

Mach dir Gedanken dazu, welches Software-Nutzungsmodell sich für dein Vorhaben eignet. Du hast die Wahl zwischen:

**Self-Hosted:** Der Shopsystem-Hersteller stellt dir „nur“ die Software zur Verfügung und du kümmerst dich eigenständig um geeignete Server. Die Software wird bei dieser Nutzungsform in der eigenen Unternehmens-IT-Umgebung installiert und dabei z.B. eigene Rechenzentren oder eigene bzw. gemietete Server genutzt.

#### Vorteile

- + Hohe Individualisierungsmöglichkeiten  
Bedürfnisse angepasst werden
- + Datenhoheit liegt beim Unternehmen
- + Shop liegt auf lokalen Servern; Zugriff ist jederzeit, auch ohne Internet, möglich

#### Nachteile

- Höhere Implementierungskosten
- Längere Time-to-Market
- Kosten für Hosting, Updates, Wartung

**SaaS:** Bei diesem Nutzungsmodell stellt der Software-Hersteller für dich sowohl die Software, als auch die Infrastruktur quasi „schlüsselfertig“ zur Verfügung. Der Zugriff auf deinen Shop erfolgt über den Webbrowser und du musst dir keine Gedanken über Server, Datenbank, etc. machen.

#### Vorteile

- + Weniger Komplexität; Bedienung auch für Anfänger geeignet
- + Flexible Laufzeiten (Miete)
- + Ständige Weiterentwicklung durch den Hersteller (Updates inkl.)

#### Nachteile

- Eingeschränkter Funktionsumfang
- Kein Zugriff ohne Internetverbindung
- Wenig Individualisierung möglich

Mehr Informationen zu Shopware und Frank Stegemann findest du auf der „Experten“-Seite von Quickstart Online unter <https://quickstart-online.de/unsere-fachexperten/>

Für den Inhalt dieses Dokuments ist allein der jeweilige Experte verantwortlich.  
Bei Fragen und Anregungen wenden Sie sich bitte direkt an diesen.