



© Nong Mars / shutterstock.com

DAS HERZSTÜCK DES ONLINE-SHOPS

Wie finde ich das richtige Shopsystem?

Ohne Shopsystem kein Online-Shop – so einfach ist die Rechnung. Dabei stehen nicht nur angehende Online-Händler vor der Frage, welche es sein soll. Die Zahl der Anbieter ist groß. Unterschiedliche Systeme haben verschiedene Vor- und Nachteile, weswegen die Entscheidung nicht vorschnell getroffen werden sollte. Doch nach welchen Kriterien sucht man ein Shopsystem aus?

von Julia Ptock

WAS MUSS DAS SHOPSYSTEM DER ZUKUNFT LEISTEN?

Der Anbieter Gambio hat Ende letzten Jahres 284 Online-shop-Betreiber nach ihren Anforderungen für ihr Shopsystem der Zukunft befragt. Aktuell sind Händlern die Themen Datensicherheit (83,8 Prozent), Suchmaschinenoptimierung (82,8 Prozent) und Rechtssicherheit (83,1 Prozent) besonders wichtig. Auch Mobile-Fähigkeit und integrierte Designmöglichkeiten werden hoch eingestuft. Nur der Mehrsprachigkeit des Shops wird mit 16,2 Prozent bisher keine große Relevanz zugeordnet.

Shopsysteme, die als SaaS- oder Cloud-Modell angeboten werden, haben ein neues Zeitalter eingeleitet: Jeder vierte Online-Händler ist für die neue Technologie aufgeschlossen und glaubt an eine bessere Fernwartung des Shopsystems und ein Zeitersparnis. Sicherheitsbedenken hegen jedoch immer noch zwei Drittel der Befragten und sehen die Gefahr von Da-

Effiziente Prozesse, flexible Anbindung und schneller, zuverlässiger Support zählen zu den **wichtigsten Kriterien**, die Händler von Dienstleistern erwarten.

Thomas Lisson,
Geschäftsführer JTL



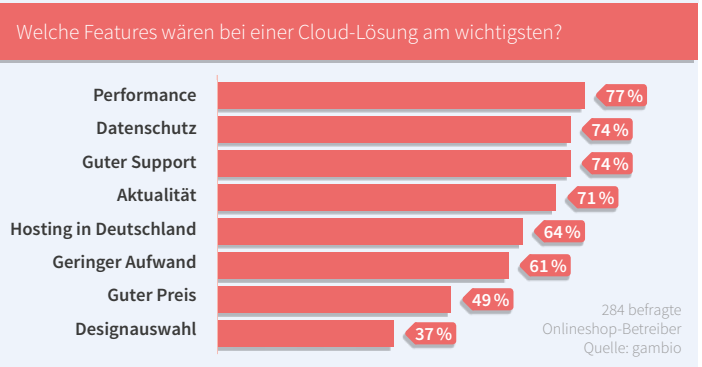
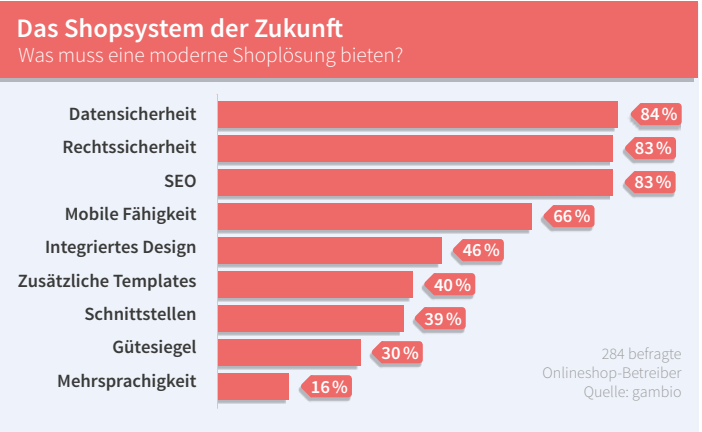
tenmissbrauch und Hackerangriffen. Während für 76,8 Prozent der Studienteilnehmer bei einer Cloud-Lösung die Verfügbarkeit und Performance wichtig ist, spielen der Preis (49,3 Prozent) und eine große Designauswahl (37,3 Prozent) eine untergeordnete Rolle. Die Zukunft guter Shopsysteme sieht ein Teil der Online-Händler in interaktiven Einkaufserlebnissen, personalisierten Produkten und schnelleren Lieferzeiten.

ZEHN FRAGEN HELFEN BEI DER ORIENTIERUNG:

1. Wie flexibel sind Design und Usability des Shops?
2. Wie werden verschiedene Produkte und -varianten angelegt?
3. Wie wird der Versand- bzw. Reklamationsprozess im Shop abgebildet?
4. Welche Support-Module helfen bei der Bearbeitung von Kundenanfragen?
5. Wie können Kundenbewertungen integriert werden?
6. Welche Schnittstellen für Dienstleister bzw. Lieferanten gibt es?
7. Wie ist der System-Support für Rückfragen erreichbar?
8. Ist das Shop-Design rechtssicher (z. B. Buttonlösung, Preisangaben)?
9. Wie häufig werden Software-Updates angeboten?
10. Gibt es Schnittstellen für Rechtstexte und Shopsiegel?

VOR- UND NACHTEILE DER SHOPSYSTEMTYPEN

Shopsysteme lassen sich in vier unterschiedliche Typen einteilen. Es gibt Miet-Shops bzw. **System-as-a-Service-Lösungen** (SaaS-Lösungen) zur monatlichen Nutzung. **Kauf-Lösungen** werden in der Regel per Einmalzahlung erworben. Bei Systemen, die unter dem Label **Open Source** laufen, liegt der Quellcode kostenfrei offen, sodass diese selbst und unabhängig vom Hersteller weiterentwickelt und angepasst werden. Einige Unternehmen setzen auf **Eigenentwicklungen**, meist sehr zeit- und kostenintensiv dafür aber maßgeschneidert für die eigenen Anforderungen programmiert werden.



Aussteller mit Standnummer

A-Commerce	B-16	JTL	B-06
alphonauten	C-13b	plentymarkets	C-11
Digital Guru/	C-07	PrestaShop	B-12
Greyhound	C-07	Rohde und Stark	C-09
embedded projects/	D-07	Shopware	B-18
WaWision	D-07	smartstore.NET	C-13a
ePages	B-10a	SysEleven	C-19a
Faveo	B-14b	TimmeHosting	B-10b
Fraspy / Toolpixx	C-15	Wirecard / SUPR	C-17

	Vorteile	Nachteile	Beispiele
SaaS-Lösung	<ul style="list-style-type: none"> • kurze Vorlaufzeit • geringe Einstiegskosten • ohne IT-Kenntnisse • gratis Testversion 	<ul style="list-style-type: none"> • unflexibles Design • begrenzt skalierbar • Anbieterabhängigkeit • Mindestvertragslaufzeit • begrenzte SEO 	<ul style="list-style-type: none"> • Plentymarkets • VersaCommerce • Strato • Jimdo
Kauf-Lösung	<ul style="list-style-type: none"> • Herstellersupport • geringe laufende Kosten • individuelle Gestaltung • Modulerweiterungen • Skalierbarkeit 	<ul style="list-style-type: none"> • hohe Anschaffungskosten • laufende Kosten für Wartung, Support und Updates • Herstellerabhängigkeit • IT-Kenntnisse oder Dienstleister nötig 	<ul style="list-style-type: none"> • Shopware • Gambio • xt:Commerce • OXID eSales • JTL • eMatters
Open Source-Lösung	<ul style="list-style-type: none"> • alle techn. Möglichkeiten • individuelle Gestaltung • Skalierbarkeit • Markenaufbau • langfristiger, professioneller Shopbetrieb 	<ul style="list-style-type: none"> • IT-Kenntnisse oder Dienstleister nötig • bis 6 Monate Vorlaufzeit • hohe Einstiegskosten 	<ul style="list-style-type: none"> • PrestaShop • Modified • Magento • OXID eSales • Commerce:seo • Shopware