



featuring Q&A mit:

FORRESTER®

Die Zukunft des E-Commerce

Worauf sollten Händler achten?



Einführung

Es ist das Ziel eines jeden Händlers, nicht nur jetzt, sondern auch in Zukunft erfolgreich zu sein. Um das zu erreichen, müssen Händler flexibel sein und sich schnell an verändernde Kundenbedürfnisse anpassen. Das einzige Problem dabei ist: Niemand weiß genau, was die Zukunft bereithält.

Denken wir nur an die globale Pandemie, die unsere Welt praktisch über Nacht auf den Kopf gestellt hat. Wenn wir etwas daraus gelernt haben, dann, dass wir schnell agieren müssen, um erfolgreich zu bleiben. Das daraus resultierende Konzept des „*Need for Speed*“ ist ein Trend, der den Markt voraussichtlich auch über die Pandemie hinaus bestimmen wird.

Viele Händler haben es innerhalb weniger Wochen geschafft, auf mehrere Jahre ausgelegte Initiativen zu starten und viele Anbieter haben in kürzester Zeit neue Funktionen eingeführt. Diese „*Go-then-improve*“-Mentalität, d. h., spontan zu handeln und dann zu optimieren, wird die Branche wahrscheinlich auch langfristig bestimmen. Heute erwarten Verbraucher, dass Veränderungen in einem rasanten Tempo vorgenommen werden. Um das zu erreichen, brauchen Händler die richtigen Technologien, die unserer Realität des stetigen Wandels standhalten.

Händler wollen heute mit weniger komplexen Tools mehr erreichen und wir sind überzeugt, dass Shopwares Open-Commerce-Ansatz genau die richtige Lösung dafür ist. *Offen, authentisch* und *visionär* sind nicht nur Shopwares Kernwerte auf dem Papier. Wir sind davon überzeugt, dass wahre Kreativität und Inspiration ein offenes Ökosystem erfordern, in dem Lock-ins, fehlende Verantwortlichkeiten und Closed Source Fremdwörter sind.

Die Zukunft des (Open) Commerce

Was ist Open Commerce?

Open Commerce ist Shopwares Philosophie und Ansatz, um Unternehmen und Händlern maximale Flexibilität und Schnelligkeit bei geringer TCO (Total Cost of Ownership) zu bieten. Dieses Konzept bietet Händlern flexible Gestaltungs- und grenzenlose Wachstumsmöglichkeiten – von fertigen Produktkonzepten bis hin zu komplett maßgeschneiderten Lösungen – und alles was dazwischen liegt.



„Open Commerce ist Shopwares Bezeichnung für echte Flexibilität, die Kunden und Händler benötigen, um die Einkaufserlebnisse zu schaffen, die sie brauchen, während Raum für Innovation und Wachstum besteht. Ohne die Notwendigkeit, sich an bestimmte Plattformen, Integrationen oder Anbieter binden zu müssen. Es dreht sich alles um die vollständige Freiheit einer sinnvoll gestalteten Lösung, die Flexibilität und Erfindergeist in sich vereint und Open Source und Open-Source-Ökosysteme mit sanften Vorgaben für die Backend- und Frontend-Benutzeroberflächen in Einklang bringt.“

Ben Marks, Director Global Market Development bei Shopware

Doch Open Commerce ist weder der einzige Ansatz noch ist es das, was jeder Händler braucht. Wir wollen, dass Unternehmen den besten Ansatz für ihre spezifischen Anforderungen finden – und zwar nicht nur für heute, sondern auch für ihre wechselnden Anforderungen von morgen.



Was sind die Elemente des Open Commerce?

Shopwares Open-Commerce-Ansatz hat drei zentrale Bestandteile:

1

Schlüsselfertige Anwendung, konzipiert für schnelle Anpassungen

Erstens handelt es sich um eine schlüsselfertige Open-Source- (bzw. Open-Core)-Anwendung, die speziell für schnelle kundenspezifische Anpassungen konzipiert ist. Jeder Verkaufskanal kann über verschiedene bevorzugte Ansätze angeboten werden: schlüsselfertiges Frontend, Headless, PWA, vernetzte Geräte usw.

2

Shopware bietet *sanfte* Vorgaben im besten Interesse der Händler

Zweitens verfügt Shopware über ein umfassendes Ökosystem von Entwicklern, Agenturen und Technologieanbietern, die im besten Interesse von Händlern und Branchen zusammenarbeiten.

3

Eine Vielzahl von Optionen in einem Ökosystem im stetigen Wandel

Der dritte wichtige Bestandteil ist Shopware selbst. Wir entwickeln die Plattform basierend auf unseren architektonischen Grundsätzen: Anpassbarkeit, Agilität und Erfindergeist. Wir unterstützen unsere Kunden und organisieren und fördern die Bestrebungen der Akteure innerhalb unseres Ökosystems.

Warum ist Open Commerce so wichtig?

Open Commerce ist wichtig, weil es ein optimales Gleichgewicht für größtmögliche Flexibilität bietet. Mit Shopwares API-first-Ansatz können Händler ihre Technologielösungen nach Belieben zusammenstellen. Mit unseren vorgefertigten und individuell anpassbaren Elementen profitieren Unternehmen von schlüsselfertiger Funktionalität, die stets angepasst werden kann. Doch Händler können damit mehr als nur schnell launchen und Veränderungen vornehmen. Sie können sich komplett frei bewegen und ihr Unternehmen grenzenlos skalieren: Shopwares Open-Source-Ansatz und die weit verbreiteten, bekannten Best Practices verhindern Lock-ins mit Plattformen oder spezifischen Agenturen und Anbietern.

Warum sind Händler mit Open Commerce fit für die Zukunft?

Wir können nicht voraussagen, was die Zukunft bringen wird. Sie kann von Willkür und Chaos geprägt sein und unterliegt keinen vorhersehbaren Regeln – auch wenn manche das gerne so sehen würden. Häufig konfrontiert uns die Zukunft mit Überraschungen, Ereignissen und Situationen, die niemand voraussehen kann. In den meisten Fällen ist es daher am besten, wenn man der Zukunft mit Agilität und Einfallsreichtum begegnet. Dasselbe gilt für dein Business – du brauchst eine agile Plattform mit einem einfallsreichen Ökosystem. Die beste Art in die Zukunft zu investieren ist, die Zukunft für deine Kunden zu *erfinden* – und genau das ist der Kern von Shopwares Architektur und Ökosystem.



Ben Marks

Director Global Market Development bei Shopware

Der ehemalige Magento Lead Evangelist ist eine Führungspersönlichkeit, wenn es um flexible Open-Source-E-Commerce-Ökosysteme und -Strategien geht. Bens Laufbahn im Bereich des Open Source Commerce begann bereits im Jahr 2003, als er sich selbst PHP beibrachte.

Q&A featuring Forrester Research, Inc.

Im Anschluss an das [Open Commerce Webinar](#) über die Zukunft des E-Commerce haben wir uns mit unserem Gast Speaker Emily Pfeiffer von Forrester zusammengesetzt, um zu erfahren, worauf Händler achten sollten, um fit für die Zukunft zu sein.

Was bedeutet Agilität im E-Commerce?

Emily: Die Pandemie hat uns eins gelehrt – wir haben nicht jahrelang Zeit, um die Features und Einkaufserlebnisse einzuführen, die Kunden sich wünschen. Von jetzt an müssen Händler und digitale Brands Technologien verwenden, mit denen sie die schnellen Veränderungen vornehmen können, die der Markt erfordert. Diese Agilität ist der Treibstoff für die ständigen Anpassungen, die Verbraucher erwarten und sorgt dafür, dass digitale Unternehmen nicht auf der Strecke bleiben.

Aber wie können Händler aus der Vielzahl der Anbieter diejenigen auswählen, die das attraktivste Angebot bieten und sowohl die aktuellen als auch künftigen Anforderungen des Marktes erfüllen können?

Wie können aussagekräftige Unterschiede zwischen den Anbietern erkannt werden?

Emily: Es ist wirklich nicht einfach, Technologielösungen zu vergleichen und die Buzzwords zu interpretieren, mit denen Anbieter sie beschreiben. Hier sind ein paar Tipps, die dir helfen, aus einer Feature-Checkliste und einer Flut schwammiger Tech-Begriffe zu einem durchdachten Auswahlprozess zu finden:

» *Manche verweisen dich vielleicht auf ihre lukrativsten Partnerunternehmen. Doch die richtigen Partner verbessern deine Optionen und sorgen dafür, dass deine Anforderungen optimal erfüllt werden.*

Hole deine non-technical Mitarbeitenden mit an Bord und lasse sie die Demos der Anbieter auswerten. Denn die Leute, die das System letztendlich verwenden, müssen dahinterstehen. Stelle sicher, dass sie die Tools haben, die sie brauchen, um ihrer Arbeit nachzugehen.

Finde heraus, wie Unternehmen aussehen, die deinem ähnlich sind (geographische Märkte, Anzahl von Shops und Mitarbeitenden, digitale Kanäle, Produktkategorien, Zielgruppen usw.). Bitte potenzielle Anbieter, mit einem ihrer Kunden zu sprechen, das deinem Unternehmen ähnlich ist, und sprich dort mit einer Person, deren Rolle deiner ähnelt, um dir deren Erfahrungen anzuhören. So kannst du über reguläre Tests hinaus einschätzen, ob die Lösung z. B. auch für größere Unternehmen skalierbar ist.

Achte darauf, dass du die Flexibilität bekommst, die du für die weitere Entwicklung deines Unternehmens brauchst, und die Stabilität, die dir eine ideale Grundlage zum Skalieren bietet.

Bestätige deine Entscheidung mithilfe der Dienstleistungspartner. Manche verweisen dich vielleicht auf ihre lukrativsten Partnerunternehmen. Doch die richtigen Partner verbessern deine Optionen und sorgen dafür, dass deine Anforderungen optimal erfüllt werden.

Was können Händler machen, um sich nicht von Anbieter-zentrierten Marketingbegriffen, wie z. B. dem MACH-Ansatz, blenden zu lassen?

» *Stelle sicher, dass dein Ökosystem dich jetzt und in Zukunft unterstützt, indem du Lösungen wählst, die dir nicht das Gefühl eines Lock-ins geben. Finde das Gleichgewicht zwischen Flexibilität und Komplexität, um ein Ökosystem zusammenzustellen, das du langfristig beibehalten kannst.*

Emily: Diese Buzzwords sind nützlicher für die Anbieter selbst als für die Kunden, die einen echten Mehrwert suchen. Sieh dir die User Experiences anderer Unternehmen an, um herauszufinden, ob diese Lösung einen Mehrwert schafft und dem Endnutzenden mehr Automatisierung und Benutzerfreundlichkeit bietet. Lass Marketingphrasen links liegen und achte stattdessen auf den Wert, den diese Features dir liefern. Behalte dabei nur die eigentliche Bedeutung dieser Begriffe im Auge – da digitale Unternehmen bisher oft festsäßen, weil sie nicht die Flexibilität hatten, die sie brauchten. Stelle sicher, dass dein Ökosystem dich jetzt und in Zukunft unterstützt, indem du Lösungen wählst, die dir nicht das Gefühl eines Lock-ins geben. Finde das Gleichgewicht zwischen Flexibilität und Komplexität, um ein Ökosystem zusammenzustellen, das du langfristig beibehalten kannst.

Wie können Händler die beste Lösungsarchitektur für ihr Business finden?

» *Kein Business möchte ein komplett modulares Ökosystem haben – es ist zu schwierig zu managen.*

Emily: Hier geht es nicht um ein „Alles-oder-nichts“-Prinzip. Diese Begriffe sind aufgrund von historischen Schwachstellen entstanden. Monolithische Systeme müssen nicht unbedingt schlecht sein, insbesondere wenn es sich um moderne Plattformen handelt, die leicht aktualisierbar sind und ihren Nutzern eine einheitliche Erfahrung bieten. Höchst modulare Systeme bieten Unternehmen mit komplexen Anforderungen viel Flexibilität und die nötige technische Infrastruktur, um ihre Komplexität zu unterstützen.

Wie sieht die Zukunft des E-Commerce aus?

Wenn es einen Trend im E-Commerce gibt, worauf sollten Händler achten?

Emily: Die Zukunft ist „on **F.I.R.E.**“ – Unternehmen brauchen Systeme, die zunehmend flexibel, kostengünstig, schnell und einfach sind (*F.I.R.E.* – *Flexible, Inexpensive, Rapid, Easy*). Digitale Businesses sollten beim Ausbau ihres technischen Ökosystems darauf achten, dass ihre Systeme die folgenden Merkmale aufweisen:

- ✓ **Flexible** (flexibel), um auf künftige Veränderungen und Umstellungen schnell reagieren zu können (Need for Speed).
- ✓ **Inexpensive** (kostengünstig), sodass die Total Cost of Ownership (Gesamtbetriebskosten) und Geschäftsbedingungen gemeinsam ein optimales Preis-Leistungs-Verhältnis ergeben.
- ✓ **Rapid** (schnell), sodass bei Bedarf Elemente bereitgestellt, verändert oder ausgetauscht werden können, um mit wechselnden Marktanforderungen Schritt zu halten.
- ✓ **Easy** (einfach) für eine unkomplizierte Anwendung durch non-technical Mitarbeitende. Eine intuitive Benutzeroberfläche ist unerlässlich, damit Unternehmen ihre tägliche Arbeit leisten können, ohne von Entwicklern abhängig zu sein.

Emily Pfeiffer



Senior Analyst bei Forrester Research, Inc.

Emily bedient Fachleute für digitale Geschäftsstrategien und ist Expertin für Commerce, Order Management und Drop-Shipping-Technologien. In ihrer Forschung deckt sie auf, wie Händler das Beste aus ihren Investitionen in Commerce-Technologien herausholen und verstehen können, wohin sich der Markt entwickelt.

Fazit

Um langfristig erfolgreich zu sein, müssen Händler schnell agieren und neue Trends sowie verändernde Kundenbedürfnisse frühzeitig erkennen. Niemand kann die Zukunft mit Sicherheit voraussagen, aber wir können es deinem Unternehmen erleichtern, sich an Veränderungen anzupassen und fit für die Zukunft zu werden.

Mit **Open Commerce** hältst du die Total Cost of Ownership gering und sorgst für maximale Flexibilität und die notwendige Geschwindigkeit, um Änderungen schnellstmöglich vorzunehmen. So hast du optimale Bewegungsfreiheit und eine Auswahl aus einer Vielzahl von Möglichkeiten von schlüsselfertigen, bis hin zu komplett maßgeschneiderten Lösungen – und allem was dazwischen liegt.

Open Commerce verändert dein Business auf die beste Art und Weise. Von der Lieferkette bis hin zum Einkaufsvorgang deiner Kunden. Wir sind davon überzeugt, dass es die optimale Methode ist, um das Prinzip der Offenheit in den digitalen Handel zu bringen – perfekt ausbalanciert mit größtmöglicher Bewegungsfreiheit.

Es geht darum, Risiken einzugehen, neue Möglichkeiten zu erforschen, Umstellungen vorzunehmen und dich an die schnell wechselnde digitale Umgebung anzupassen. Open Commerce ist ein solides und dennoch höchst flexibles Grundgerüst, bei dem du die wertvollen Ressourcen einer globalen Community hinter dir hast.

Wir sind davon überzeugt, dass weniger mehr ist, denn unnötige Komplexität steht Händlern auf lange Sicht im Weg. Du bist dir nicht sicher, ob dein Business fit für die Zukunft ist? **Dann nimm Kontakt zu uns auf – unsere Experten helfen dir gerne weiter.**

Wir sind für dich da!

shopware AG
Ebbinghoff 10
48624 Schöppingen

✉ growth@shopware.com
☎ +49 (0) 2555 92885-0
🌐 www.shopware.com

Über Shopware

Shopware ist der führende Anbieter von E-Commerce-Lösungen in Deutschland und wird von einigen der größten europäischen Marken, Einzelhändlern und Herstellern aus der B2C- und B2B-Branche eingesetzt. Als zukunftsweisende Open-Source-Lösung gibt Shopware Nutzern die Freiheit, Wachstumspotentiale schnell und einfach zu entfalten – mit mehr Flexibilität und weniger Komplexität. So vertrauen heute bereits mehr als 100.000 Unternehmen auf eine Lösung von Shopware.

