

E-Commerce-Systeme im Vergleich

2025

ADOBE COMMERCE
COMMERCE TOOLS
PIMCORE
SAP COMMERCE CLOUD
SHOPIFY
SHOPWARE
SPRYKER

 **basecom**

E-Commerce-Systeme im Vergleich

Die Wahl der richtigen E-Commerce-Software ist ein entscheidender Faktor für die erfolgreiche Positionierung im Onlinehandel. Dabei kommt es darauf an, die Technologie zu finden, die am besten zu den Bedürfnissen und Anforderungen des eigenen Unternehmens passt. Aus diesem Grund sind pauschale Empfehlungen ohne eine genaue Analyse des jeweiligen Bedarfs nicht sinnvoll. Damit Sie sich aber einen ersten Eindruck von den verschiedenen Systemen machen können, stellen wir Ihnen in unserem Vergleich die E-Commerce-Systeme Adobe Commerce/ Magento, das Headless-System commercetools, das Pimcore Digital Commerce Framework, SAP Commerce Cloud, die Cloud-Lösung Shopify Plus, Shopware, sowie das Spryker Commerce OS vor, die alle Teil unseres Portfolios sind.

03
ADOBE COMMERCE

06
COMMERCE TOOLS

10
PIMCORE

13
SAP COMMERCE CLOUD

15
SHOPIFY

21
SHOPWARE

27
SPRYKER

33
ZUSAMMENFASSUNG

34
ANSPRECHPARTNER

Adobe Commerce/ Magento – Enterprise- Lösung mit Open-Source- Genen

Im Juli 2018 hat Adobe Magento übernommen und als [Adobe Commerce](#) in die Adobe Experience Cloud integriert. Die kostenlose Open-Source-Version des Shopsystems ist weiterhin unter dem Namen Magento Open Source erhältlich. Die Einschätzungen, die wir in diesem Vergleich treffen, beziehen sich primär auf Adobe Commerce.

Adobe Commerce wird im 'Magic Quadrant for Digital Commerce 2024' zum wiederholten Male als marktführender Technologieanbieter ('Leader') gelistet. Gartner beobachtet hier ein besonderes Engagement im oberen Marktsegment mit einem jährlichen Onlineumsatz von mehr als 250 Millionen US-Dollar. Die Analyst*innen heben insbesondere die starken Kern-Funktionalitäten von Adobe Commerce im B2C hervor. Darüber hinaus weisen die Expert*innen auf Synergien hin, die sich durch die Nutzung weiterer Adobe-Produkte, wie bspw. die AI Adobe Sensei ergeben können.

Was hat Adobe Commerce zu bieten?

Adobe Commerce basiert auf Magento 2 und ist seit der Übernahme durch Adobe stetig weiterentwickelt und durch neue Features ergänzt worden. So steht Adobe-Commerce-Nutzer*innen schon seit einiger Zeit das PWA Studio zur Verfügung, das Shopbetreibern eine einfache Möglichkeit bietet, Progressive Web-Apps als Frontendlösung zu nutzen. Ein Page Builder, mit dem sich Shopseiten per Drag & Drop erstellen lassen, ist ebenfalls mit an Bord.

Durch die Adobe-Commerce-Funktion für Produktempfehlungen auf Basis der KI Adobe Sensei werden Händler*innen unterstützt, indem Shopbesucher*innen automatisch relevante Produkte basierend auf dem Kaufverhalten sowie auf spezifischen Produktmerkmalen, Suchanfragen, Trends und weiteren Daten empfohlen werden. Auch das Feature Live Search nutzt Adobe Sensei, um durch relevantere Suchergebnisse den Verkaufserfolg zu steigern.

Adobe Commerce wurde in die Adobe Experience Cloud integriert, wobei die Veröffentlichung der Edition Adobe Commerce Cloud zu den wichtigsten Neuerungen zählt. Die Cloud-Lösung ist eine zentrale Säule des Angebotes von Adobe Commerce. Grundsätzlich bietet sich Adobe Commerce, insbesondere aufgrund der starken Performance und der hervorragenden Skalierbarkeit, für mittlere und größere Unternehmen und Onlineshops mit umfangreichen Warenangeboten an. Unternehmen, die im B2B-Bereich tätig sind, profitieren bei Adobe Commerce außerdem von umfangreichen B2B-Funktionalitäten. Aufgrund seiner nativen Mehrsprachenfähigkeit ist das E-Commerce-System sehr gut für international ausgerichtete Projekte geeignet. Dabei können verschiedene Shops in einer Instanz abgebildet werden. Ein weiterer Pluspunkt für Adobe Commerce ist zu-

dem die breite Dienstleisterbasis und die große Entwickler-Community, die für Unabhängigkeit und Flexibilität sorgen. Auch die Anbindung von externen Systemen (ERP, CRM, PIM usw.) ist kein größeres Problem. Die große, aktive Community sorgt darüber hinaus dafür, dass ein riesiges und ständig wachsendes Angebot an Extensions für Adobe Commerce zur Verfügung steht, sodass das System flexibel um weitere Funktionen ergänzt werden kann.

Adobe Commerce Cloud

Zusätzlich zum Leistungsumfang von Adobe Commerce bietet Adobe Commerce Cloud ein nahezu unendlich skalierbares, hochverfügbares und performantes System. Die Adobe Commerce Cloud ist ein Software-as-a-Service-Angebot, das Shopbetreiber*innen die Möglichkeit bietet, sich voll und ganz auf ihr Geschäft zu konzentrieren.

Magento Open Source, Mage-OS & Hyvä Themes

Adobe stellt mit Magento Open Source weiterhin eine lizenzkostenfreie Version seiner E-Commerce-Plattform zur Verfügung. Magento Open Source wird von Adobe durch regelmäßige Security Updates und Bugfixes unterstützt. Seit 2023 wird eine weitere Open-Source-Variante von Magento 2 unabhängig von Adobe Commerce durch die Non-Profit-Organisation Mage-OS Association entwickelt. Mage-OS basiert auf Magento Open

Source, stellt aber einen eigenständigen Fork des Systems dar. Diese Version wird von der Community weiterentwickelt. Federführend ist dabei die Mage-OS Association, die ihrerseits aus der Community hervorgegangen ist. Mage-OS versteht sich als "alternative Version von Magento Open Source, die weiterhin kompatibel bleibt, gleichzeitig aber die Freiheit bietet, die Plattform weiterzuentwickeln und voranzutreiben, da Adobe sich jetzt nur noch auf die Verbesserung seines Adobe Commerce (Cloud/B2B) Angebots konzentriert."

Eine weitere sehr spannende Entwicklung aus dem Umfeld der Magento Community ist das Performance-Frontend Hyvä Themes, das 2022 releast wurde und das klassische Magento-Frontend Luma ersetzt. Hyvä ist eine innovative und hochperformante Frontend-Lösung für die Shopsysteme Magento und Adobe Commerce, die als Gegenentwurf zu den von Adobe promoteten PWAs und Headless Frontends verstanden werden muss. Hyvä ist ein sehr schlankes Frontend, das enorm schnelle Ladezeiten ermöglicht und dadurch eine hervorragende Optimierungs-Möglichkeit für Adobe- und Magento-Shops bietet.

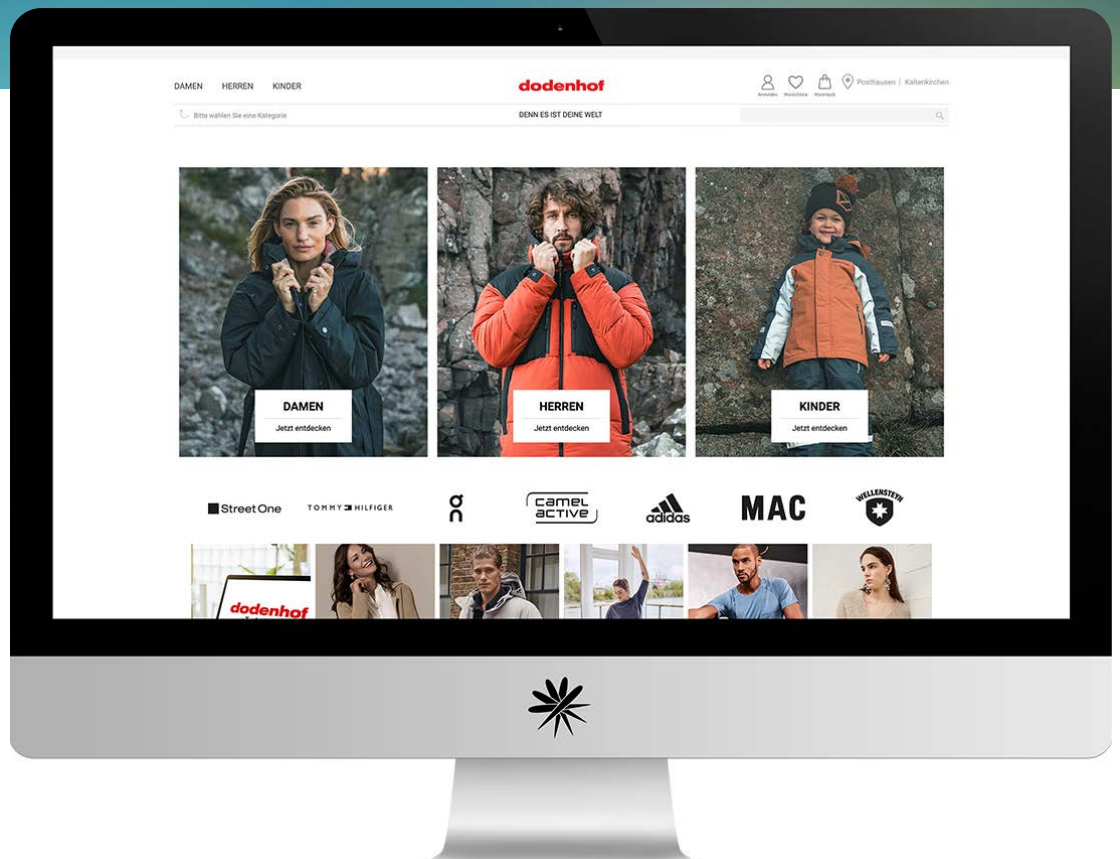


- **Tech Stack:** PHP 8.2, MySQL 8.0, Elasticsearch 8, Open Search 2, Redis 7
- **Hosting:** Cloud-Hosting, On Premises
- **Lizenzen:** Adobe Commerce Cloud, Adobe Commerce, Magento Open Source
- **Erscheinungsjahr, aktuelle Version:** 2015, Version 2.4.6-p1
- **Besondere Eigenschaften:** Große Community, viele Extensions & Themes, Teil der Adobe Experience Cloud

DODENHOF

Das Familienunternehmen dodenhof betreibt in Posthausen auf einer Fläche von 125.000 Quadratmetern Norddeutschlands größtes Shoppingcenter sowie einen zweiten Standort in Kaltenkirchen. Mit dem Onlineshop [dodenhof.de](https://www.dodenhof.de) bietet das Unternehmen seinen Kund*innen seit 2020 ein neues digitales Angebot. Der Schwerpunkt lag bei diesem Projekt zunächst auf der Stabili-

sierung des Systems. Die Weiterentwicklung des Frontends sowie die Implementierung zusätzlicher Features und die Integration des PIM-Systems Akeneo sind weitere Maßnahmen, die wir gemeinsam mit dodenhof umgesetzt haben. Mehr dazu: <https://www.basecom.de/cases/dodenhof/>

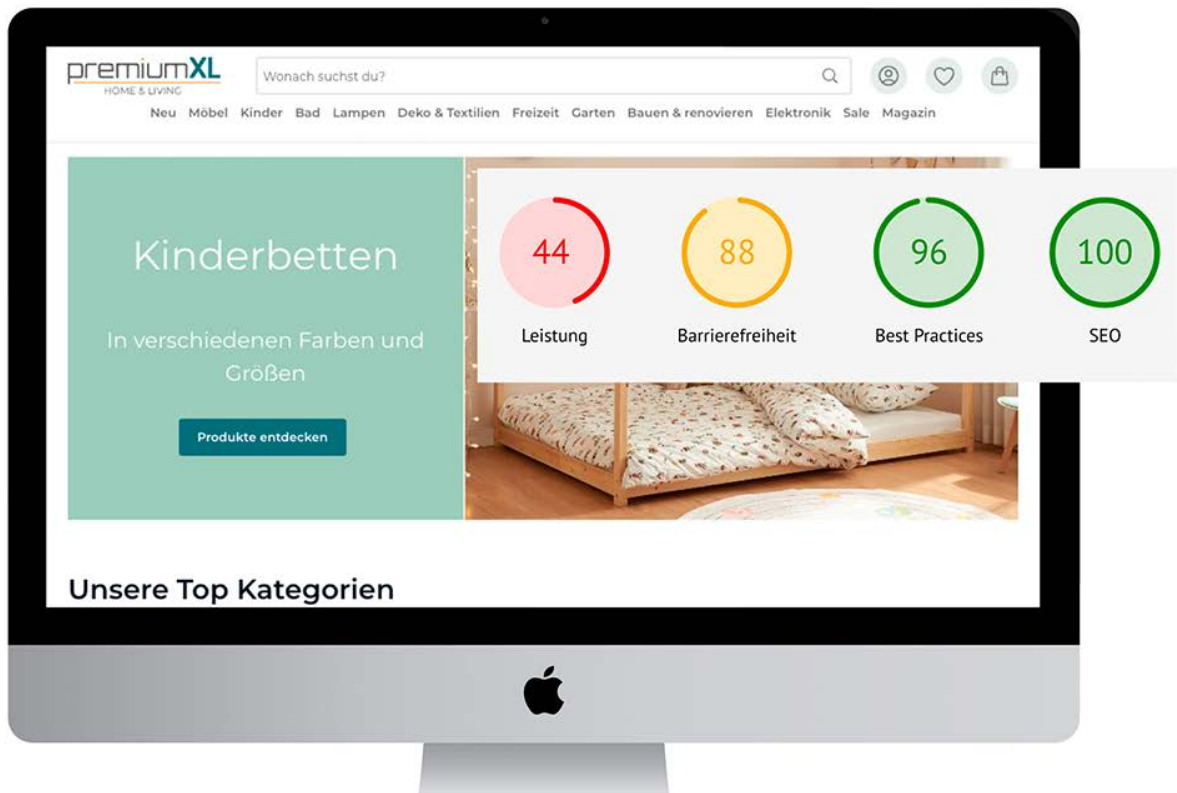
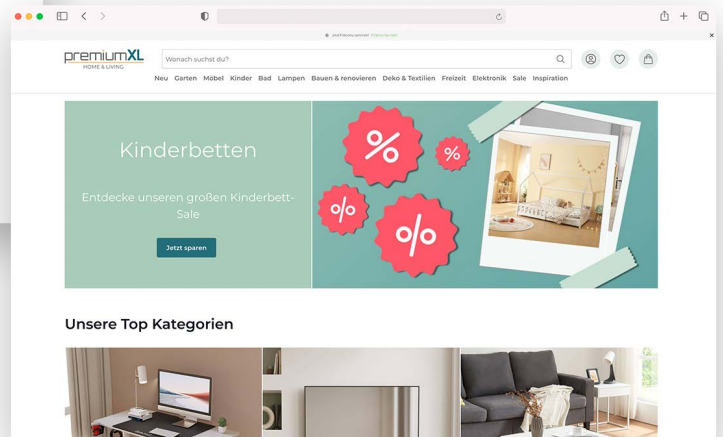
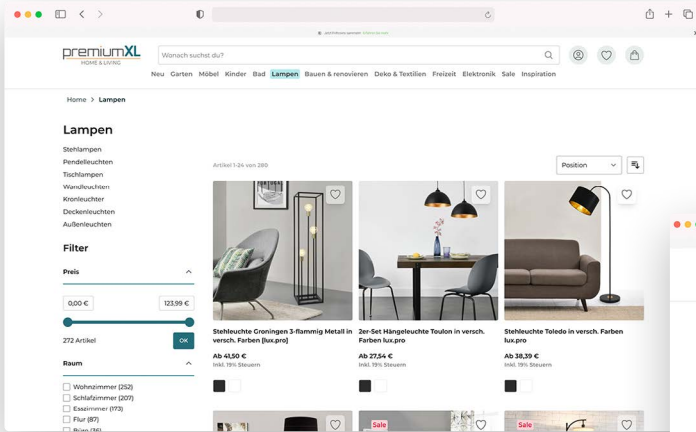


Fazit

Unter dem Strich ist Adobe Commerce nach wie vor ein leistungsstarkes und solides Schlachttross. Shopbetreiber*innen können insbesondere von den zahlreichen Extensions und einem zuverlässigen, erprobten Shopsystem profitieren, das ein hohes Maß an Individualisierung zulässt. Gerade für Unternehmen, die ein klassisches, aber hochperformantes Shopsystem suchen, kann Adobe Commerce die richtige Wahl sein. Mit der Cloud-Version und dem zusätzlichen Leistungsangebot, das Adobe seinen Nutzer*innen zur Verfügung stellt, ist Adobe Commerce vor allem für mittlere und große Onlinehändler*innen attraktiv. Seit einiger Zeit setzt Adobe Commerce, ähnlich wie andere E-Commerce-Lösungen, verstärkt auf

den API-first-Ansatz, um größere Flexibilität im Frontend zu bieten. Ebenso werden weitere Services und Funktionalitäten durch APIs angebunden.

Durch das Community-Projekt Mage-OS und innovative Entwicklungen wie das Hyvä-Frontend haben Betreiber*innen von bestehenden Magento-Shops weiterhin die Möglichkeit, ihren Shop unabhängig von Adobe Commerce weiterzuentwickeln und effektiv zu optimieren. Insbesondere die Frontend-Lösung Hyvä ist eine gute Option, um die Performance von Magento- und Adobe-Systemen zu steigern.



PREMIUM XL

premiumXL betreibt bereits seit 2007 einen eigenen Onlineshop. Um seine Vertriebsaktivitäten in einem Multichannelansatz weiter zu diversifizieren und die eigene Marke zu stärken, hat das Unternehmen sich entschieden, den Onlineshop als zusätzlichen Absatzkanal zu stärken. Ein performanter und nutzungsfreundlicher Shop mit einer guten Sichtbarkeit ist für das Unternehmen dafür

unverzichtbar. premiumXL setzt dabei auf das E-Commerce-System Adobe Commerce. In unserem gemeinsamen Projekt mit premiumXL sollte eine Neugestaltung des Shops mit dem innovativen und hochperformanten Hyvä-Frontend umgesetzt werden und der Shop zu einem neuen Hoster umgezogen werden.

<https://www.basecom.de/cases/premiumxl/>

commercetools: Die agile und performante E-Commerce-Lösung made in Germany

Die E-Commerce-Lösung des Münchner Technologieunternehmens [commercetools](#) ist führend in der E-Commerce-Branche. commercetools ist eine reine SaaS-Lösung, die durch den Anbieter in der Cloud zur Verfügung gestellt wird.

Die Technologie von commercetools wurde bereits mehrfach ausgezeichnet, so 2022, 2023 und 2024 im renommierten Magic Quadrant for Digital Commerce von Gartner als 'Leader'. Gartner stellt besonders die Eignung von commercetools für große Unternehmen heraus und hebt hervor, dass commercetools zu den Plattformen mit dem größten Wachstum in 2023 zählt. Einige der weltweit größten Marken und Unternehmen wie VW und LEGO vertrauen auf die leistungsstarke, flexible und unbegrenzt skalierbare Software. Der Zielmarkt von commercetools liegt dabei insbesondere im Enterprise-Segment. Die Gartner-Analyst*innen gehen davon aus, dass ein großer Teil der Kund*innen von commercetools einen jährlichen Gesamtumsatz von mehr als 250 Millionen US-Dollar erzielt.

Als Gründungsmitglied der MACH Alliance setzt sich commercetools für ein offenes Best-of-Breed-Modell ein, das Unternehmen in die Lage versetzen soll, schnell und agil zu handeln und

dabei immer auf dem neuesten Stand der Technik zu sein. MACH ist ein Akronym aus den Begriffen Microservices-basiert, API-first, Cloud-native und headless.

Die Idee des Headless Approach ist, dass Backend und Frontend voneinander getrennt sind und ein System auf verschiedene Frontends zugreifen kann. Konkret kann dies beispielsweise bedeuten, dass ein E-Commerce-System mit einem klassischen Shop-Frontend, einer App oder einem anderen Point of Sale verbunden wird. Das Backend stellt APIs für Benutzer, Produkte, Bestellungen usw. zur Verfügung. Der Vorteil eines Headless-Systems gegenüber einem klassischen Shopsystem ist, dass es wesentlich flexibler in der Gestaltung des Frontends ist.

Die Microservices sind unabhängig voneinander und werden als Software as a Service (SaaS) bereitgestellt. Das heißt, sie werden auch durch commercetools gewartet und betrieben. So können mit commercetools sehr individuelle Lösungen umgesetzt werden. Um beispielsweise eine individuelle Business-Logik abzubilden, müssen entsprechend eigene Microservices entwickelt und mittels API in die Commerce-Landschaft im Sinne von Composable Commerce integriert werden.

Das leistet commercetools

Bei commercetools handelt es sich um eine Cloud-basierte Software, die dem API-first-Prinzip folgt und dadurch ein hohes Maß an Flexibilität bietet. Die robusten und leistungsstarken APIs (Programmierschnittstellen) von commercetools erleichtern die Integration der E-Commerce-Plattform in bestehende Systemlandschaften, ohne dabei in die Systeme selbst einzugreifen. Dadurch schafft das System eine hervorragende Grundlage, um Online-Businesses fortwährend weiterzuentwickeln und zu skalieren.

Gegenüber lokal gehosteten Systemen hat commercetools als Cloud-native-Plattform den Vorteil, dass der Aufwand für Wartung und Pflege eigener Server für die Performance-lastigen Businesslogiken entfällt. Commercetools garantiert eine Uptime von mindestens 99,9% und zusätzliche Ressourcen können bedarfsgerecht und flexibel zur Verfügung gestellt werden. Traffic-Spitzen können so problemlos bedient werden. commercetools basiert auf einer Microservices-Architektur in der unabhängig voneinander einsetzbare Komponenten durch Schnittstellen (API) miteinander verbunden und zu einer komplexen Anwendung zusammengesetzt werden. Durch diesen modularen Ansatz können einzelne Komponenten bzw. Microservices separat weiterentwickelt, modifiziert oder ersetzt werden,

sodass das System flexibel und agil angepasst werden kann.

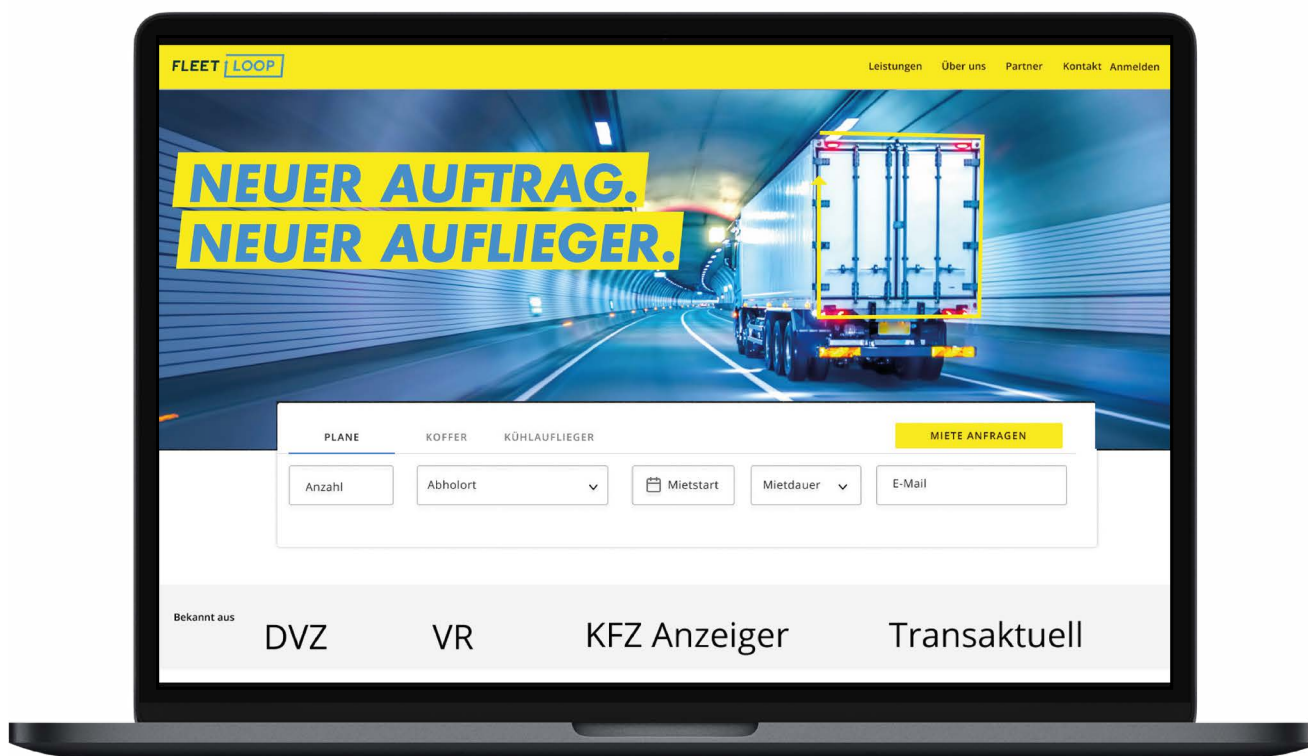
Der CEO und Mitgründer von commercetools, Dirk Hoerig, gilt als Urheber des Begriffs 'Headless Commerce'. Nicht nur der Begriff, sondern auch das dahinterstehende Konzept haben sich in den vergangenen Jahren weltweit durchgesetzt, sodass der Headless-Ansatz inzwischen als wichtiges Grundprinzip verschiedener innovativer Commerce-Technologien wie Shopware oder dem Spryker Commerce OS gelten kann. Neben seiner Headless-Commerce-Komponente bietet das Unternehmen mittlerweile auch eine Frontend-Lösung an: Seit 2021 ist die Frontend-Applikation commercetools Frontend (vormals 'Frontastic') Teil des commercetools-Ökosystems. Onlineshops und Apps können damit schnell und einfach aus vorgefertigten Komponenten erstellt und nahtlos mit commercetools verbunden werden. Zudem können über eine breite Palette flexibel einsetzbarer APIs und Standardschnittstellen verschiedene weitere Applikationen an das System angebunden werden. commercetools ist also nicht nur auf den klassischen Online-shop ausgelegt, sondern unterstützt grundsätzlich ganz unterschiedliche digitale Frontends wie beispielsweise IoT-, Car-Commerce- und Hybrid-Commerce-Lösungen oder Mobile Apps.



- **Tech Stack:** keine Angaben
- **Hosting:** Cloud native
- **Lizenzen:** commercetools for Growth (mit frontend), commercetools (Api Collections)
- **Erscheinungsjahr, aktuelle Version:** 2013, keine Versionierung
- **Besondere Eigenschaften:** MACH: Microservices-basiert, API-first, Cloud-native und headless, marktführende Technologie und Innovation made in Germany

Headless-Commerce-Lösung für B2C, B2B und D2C commercetools ist eine hochinnovative SaaS-Lösung, die insbesondere für mittlere und große Unternehmen sowie Internet Pure Player interessant ist, die eine leistungsstarke Commerce-Lösung benötigen und komplexe Anforderungen in einer digitalen Commerce-Plattform abbilden möchten. Durch die API-first- und Headless-Architektur bietet die Plattform ein hohes Maß an Flexibilität, das Unternehmen sowohl im B2C- als auch im B2B- und D2C-Bereich in die Lage versetzt, neue digitale Angebote und Touchpoints zu entwickeln und Drittsysteme zu integrieren. Durch den modularen Aufbau des Systems, in

dem Microservices nach Bedarf individuell zusammengestellt werden können, profitieren Nutzer*innen von einer schnellen Time-to-Market und niedrigen Gesamtbetriebskosten. Flexible APIs und Standardschnittstellen, beispielsweise zu Content-Plattformen wie Contentful oder Storyblok, ermöglichen die Ausweitung der Commerce-Komponente commercetools zu einer umfassenden Digital-Experience-Lösung nach dem Best-of-Breed-Ansatz, mit der digitale Angebote in multilingualen Multichannel-Szenarien ausgespielt werden können.

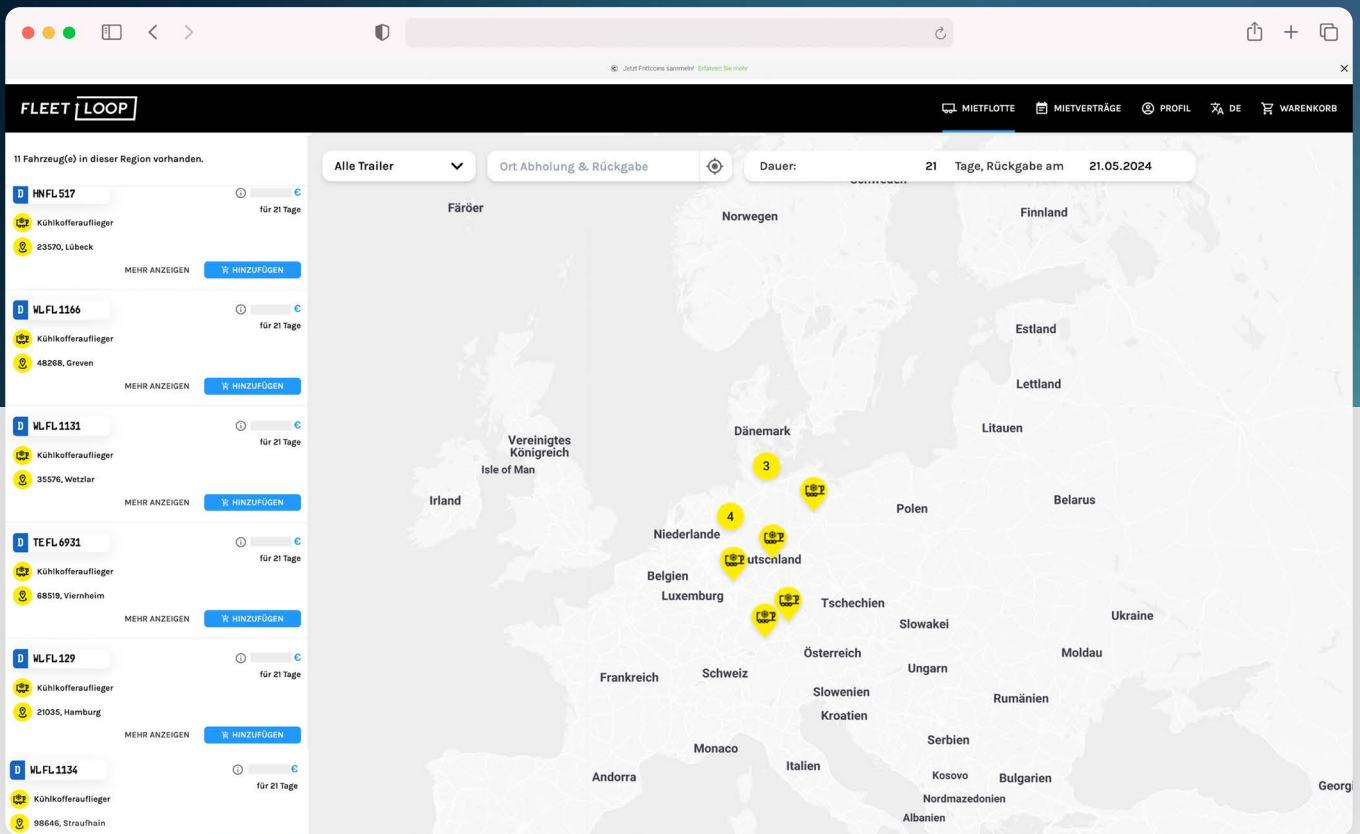


FLEETLOOP

Gemeinsam mit Fleetloop haben wir eine innovative Vermietplattform für Sattelaufleger und Kipper auf Basis von commercetools umgesetzt. Die Plattform wurde in nur drei Monaten als MVP realisiert und seitdem iterativ weiterentwickelt. Die agile Entwicklung wird dabei durch den MACH-Technologieansatz unterstützt, der die schnelle Umsetzung neuer Features und Services ermöglicht. Über my.fleetloop.com erhalten

Kund*innen die Möglichkeit, rund um die Uhr Sattelaufleger und Kipper zu mieten, die auf Basis von Schmitz Cargobulls TrailerConnect®-Telematik selbstständig von Fahrer*innen freigeschaltet werden können.

Mehr über unseren commercetools-Case mit Fleetloop: <https://www.basecom.de/cases/fleet-loop/>



Fazit

Die Cloud-native E-Commerce-Software commercetools ist eine Headless-Lösung, die insbesondere durch eine schnelle Time-to-Market, hervorragende Performance und Skalierbarkeit, ein hohes Maß an Flexibilität sowie geringen Aufwand bei Wartung und Pflege überzeugt. Als Software as a Service (SaaS) bietet commercetools weitreichende Konfigurationsmöglichkeiten. Über die Konfiguration im System hinaus unterstützen wir Sie als E-Commerce- und Software-Dienstleister durch die Individualisierung des Systems in einer eigenen Customizing-Schicht und die Erstellung individueller Frontends, um das System optimal an Ihre Bedürfnisse anzupassen. Die Anbindungen an Drittsysteme (PIM, ERP, CMS, CRM) und die Erstellung von Middleware-Lösungen zählt ebenfalls zu unseren Leistungen.

Das Pimcore Digital Commerce Framework – Die Plattform-Lösung aus Österreich

Pimcore wird im renommierten Forrester Report “Now Tech: Digital Experience Platforms, Q2 2021” als “vielversprechender DXP-Anbieter” geführt. Die verschiedenen DXP-Lösungen werden dabei anhand der Funktionssegmente Commerce, Content- und Datenmanagement bewertet. Auch in den ‘Gartner Peer Insights’ wird Pimcore 2024 als starke DXP-Lösung genannt. Dabei werden die Stärken von Pimcore als flexible, skalierbare und benutzerfreundliche DXP hervorgehoben. Die Nutzer*innen schätzen insbesondere die um-

fassenden Funktionen der Plattform, die Möglichkeit zur nahtlosen Integration und den hervorragenden Support.

Open Source unter der Haube

Pimcore legt großen Wert auf den Open-Source-Gedanken. Die Pimcore Plattform ist inklusive des Digital Commerce Frameworks als kostenlose Open Source Community Edition verfügbar. Auch die kostenpflichtige Enterprise Edition basiert auf Open Code und lässt sich vollständig an indivi-

Auf einen Blick



- **Tech Stack:** PHP 8.1/8.2/8.3, Symfony 6.4, ExtJS 7, Typescript 5, Redis, ElasticSearch, OpenSearch, MySQL/MariaDB
- **Hosting:** On Premises, Cloud Hosting, PaaS
- **Lizenzen:** Enterprise Edition, Professional Edition, Community Edition
- **Erscheinungsjahr, aktuelle Version:** 2017, Pimcore 11.5 (2024.4)
- **Besondere Eigenschaften:** Flexible, innovative Open-Source-Lösung, sehr großes Leistungsspektrum durch Pimcore Plattform

duelle Anforderungen anpassen. Zusätzlich zu den Pimcore Enterprise Extensions umfasst die Enterprise Edition auch umfangreiche herstellerseitige Serviceleistungen sowie einen Long Term Support.

2023 wurde die Version Pimcore 11 als Major Update der Pimcore Plattform veröffentlicht. Pimcore 11 basiert auf dem PHP-Framework Symfony 6.2 und setzt im Technologie-Stack auf ExtJS 7 und PHP 8.2. Durch die nahtlose Integration der Open-Source-Suchmaschine elasticsearch bietet Pimcore eine sehr leistungsstarke Möglichkeit der Suche, die besonders für E-Commerce-Projekte interessant ist, die sehr viele verschiedene Produkte und Produktvarianten beinhalten.

Commerce Framework & Digital Experiences

Das Pimcore Digital Commerce Framework ist eine innovative Commerce-Lösung, mit der sich sowohl klassische Onlineshops als auch Headless-Systeme umsetzen lassen. Ebenso wie das Spryker Commerce OS oder commercetools basiert auch das Pimcore Framework auf einzelnen API-gesteuerten Komponenten, die miteinander kombiniert werden können, um hochindividuelle und anspruchsvolle Commerce-Lösungen sowohl im B2C- als auch im B2B- und D2C-Bereich abzubilden. Pimcore bietet keinen Out-of-the-Box-Shop an, der Fokus liegt hier klar im Bereich maßgeschneiderter E-Commerce-Anwendungen wie beispielsweise Reisebuchungs- und Ticketing-Systemen, Onlinekonfiguratoren und der Einbindung des Commerce-Moduls in komplexe DXP-Lösungen.

Pimcore ist nicht auf ein Shopfrontend festgelegt, sondern bietet die Möglichkeit, ganz unterschiedliche Frontend-Applikationen anzubinden. Dazu können z. B. Mobile-Apps zählen, aber auch Applikationen aus den Bereichen Car-Commerce, Voice Commerce oder IoT.

Das Pimcore Digital Commerce Framework versteht sich als Open-Source-Alternative zu proprietären Enterprise-Lösungen und Commerce Suites, die zahlreiche Features als Komponenten bzw. Microservices zur Verfügung stellt und gleichzeitig die Flexibilität und Innovationskraft einer Open-Source-Lösung bietet.

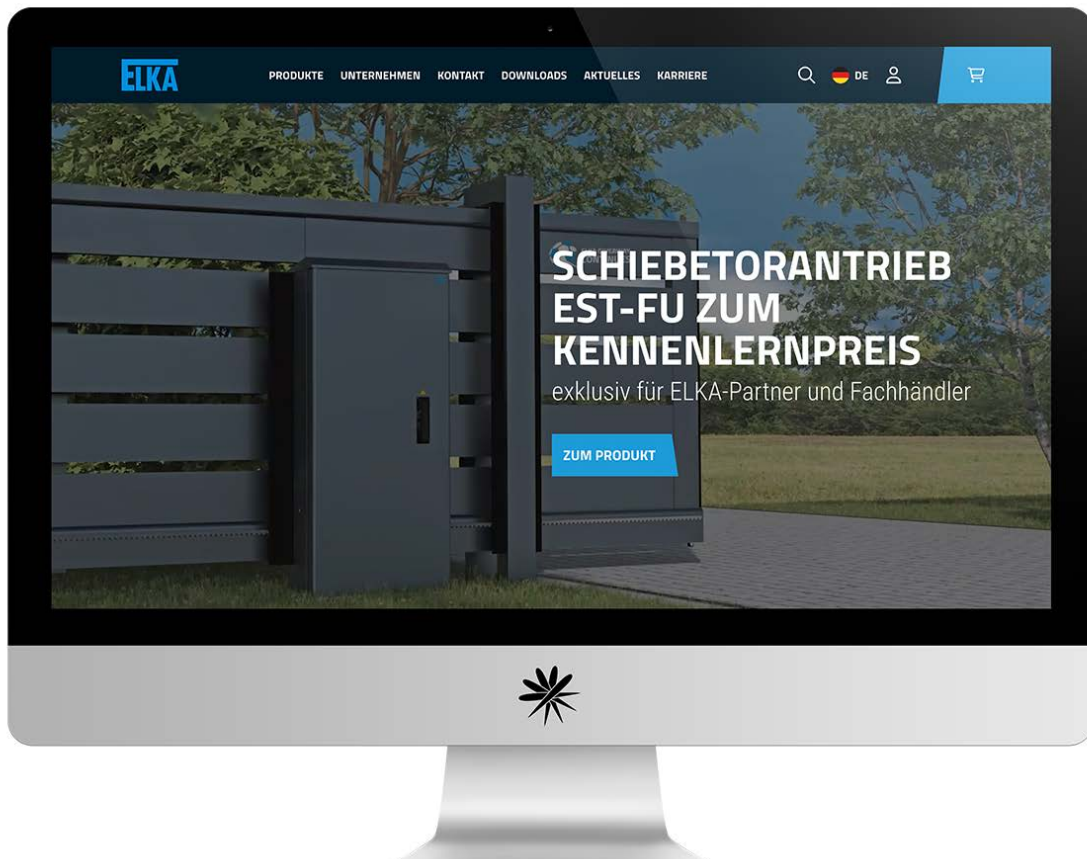
Das Commerce Framework von Pimcore eignet sich sowohl für B2C-Projekte als auch für digitale B2B-Geschäftsmodelle. Die Module Preismanagement, Warenkorb und Check-out umfassen eine Reihe von B2B-Funktionalitäten, sodass beispielsweise kundenspezifische Preise und Staffelpreise, die Aggregation von Produkten und Preisen sowie die Unterstützung von Produktkonfiguratoren im Warenkorb oder komplexe Checkout-Prozesse (z.B. Freigabeprozesse oder individuelle Angebote) abgebildet werden können.

Das Digital Commerce Framework von Pimcore kann durch Programmierschnittstellen (API) erweitert werden, sodass Drittsysteme (ERP, CRM) problemlos angebunden werden können. Unternehmen, die große Sortimente, viele Produktvarianten oder sehr komplexe Produkte vertreiben, die ihr Onlineangebot in ein Multichannel-Szenario einbetten oder Shops in verschiedenen Sprachräumen betreiben möchten, können darüber hinaus von weiteren digitalen Produkten der Pimcore Plattform profitieren. Neben dem Commerce Framework stellt die Plattform sehr leistungsstarke Lösungen in den Bereichen Data Management (PIM, MDM, DAM, CDP), Content Management und Digital Experience (DXP) bereit. Als Teil der Pimcore Plattform ist das Digital Commerce Framework deshalb hervorragend geeignet, komplexe kanalübergreifende Enterprise-Lösungen umzusetzen und dazu alle relevanten Systeme und Prozesse in einer konsolidierten Plattform zusammenzuführen.

Fazit

Das Pimcore Digital Commerce Framework ist eine leistungsstarke und flexible Lösung für anspruchsvolle, individuelle E-Commerce-Projekte, die nicht mit einer Standard-Shoplösung abgebildet werden können. Mit seinem modularen Framework-Ansatz ähnelt das Commerce Framework von Pimcore dem Spryker Commerce OS, das ebenfalls auf hochindividuelle und innovative Commerce-Lösungen ausgerichtet ist. Ebenso wie Spryker setzt Pimcore deshalb in der Regel einen größeren Entwicklungsaufwand und entsprechendes Know-how voraus. Shopsysteme wie Shopware, Adobe Commerce oder Shopify Plus,

die Out-of-the-Box-Lösungen anbieten, sind deshalb oft für einfache Projekte die bessere Wahl. Pimcore stellt umfangreiche E-Commerce-Funktionalitäten für den B2C-Bereich ebenso wie für den B2B-Bereich als Microservices bereit. Vor allem im Zusammenspiel mit den Data-Management- und Content-Management-Funktionalitäten der Pimcore Plattform bietet Pimcore ein sehr starkes Gesamtpaket für komplexe, individuelle Enterprise-Projekte, das als offene API-first-Plattform gleichzeitig die Möglichkeit bietet, auch externe Systeme nahtlos anzubinden.



ELKA

Für ELKA haben wir eine innovative Digital-Experience-Lösung auf Basis von Pimcore umgesetzt. Die neue Plattform des führenden Herstellers von Schrankenanlagen und Torantrieben umfasst neben dem B2B-Webshop auch ein CMS, einen Onlinekonfigurator und ein PIM-System. Hier erfahren Sie mehr zu unserem Projekt mit ELKA: <https://www.basecom.de/cases/elka/>

SAP Commerce Cloud – Enterprise Commerce aus Walldorf

SAP Commerce Cloud, ehemals SAP Hybris, ist eine führende Omnichannel-E-Commerce-Plattform, die als Grundlage für jede digitale E-Commerce-Infrastruktur dienen und eine erfolgreiche Customer Experience ermöglichen kann. Die flexible und erweiterbare Cloud-Plattform deckt ein breites Spektrum an Anwendungen ab, von Online-Shops und Service-Portalen bis hin zu Back-Office-Apps. Sie basiert auf einem modularen Aufbau, bei dem die Module einzeln oder als Gesamtlösung genutzt werden können.

Die SAP Commerce Cloud, die von Gartner 2024

bereits zum zehnten Mal in Folge als “Leader” bewertet wird, zeichnet sich durch hohe Innovationsgeschwindigkeit und reduzierte Gesamtbetriebskosten aus. Diese moderne und einheitliche Plattform basiert auf offenen Standardtechnologien, die Skalierbarkeit und Erweiterbarkeit gewährleisten. Die SAP Commerce Cloud wurde als Enterprise-Lösung speziell für große mittelständische und global agierende Unternehmen



Auf einen Blick

- **Tech Stack:** Java, Spring Framework, Apache Groovy
Datenbanken: SAP HANA, Alternativ MySQL, Oracle DB
Frontend Technologien: JavaScript, Angular JS und React, SAP Spartacus
- **Hosting:** PaaS, SaaS-Components
- **Lizenzen:** Jährliches Abonnement abhängig von Umsatz oder Transaktionen; optional können zusätzliche SaaS-Module lizenziert werden
- **Aktuelle Version:** Version Q3 2024
- **Besondere Eigenschaften:** Skalierbare Cloud-Infrastruktur, nahtlose Verknüpfung mit SAP-Produkten, Headless- & API-first-Architektur

entwickelt.

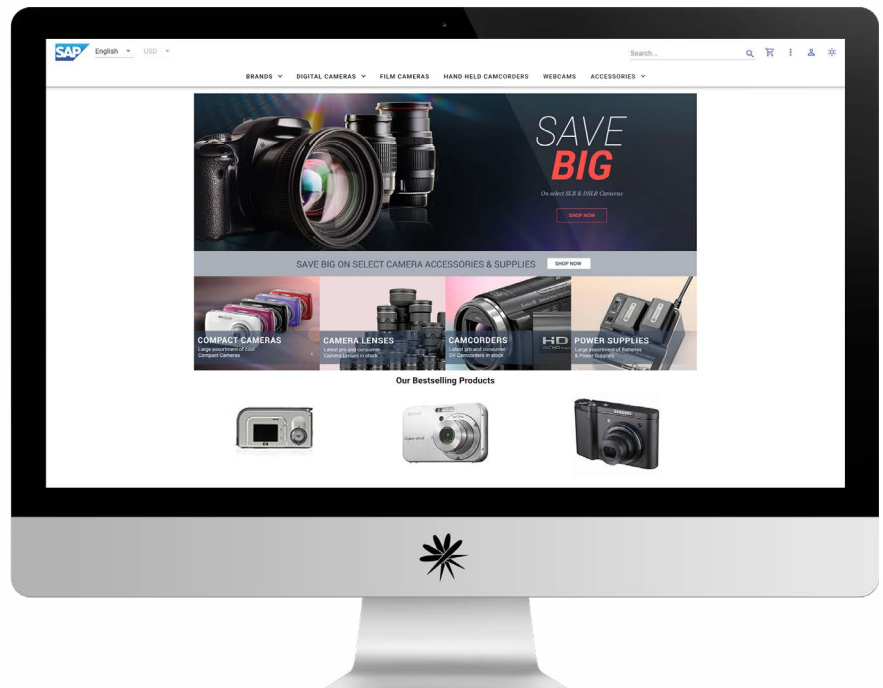
Eine der Stärken der SAP Commerce Cloud ist die Möglichkeit zur Personalisierung und gezielten Zielgruppenansprache. Das integrierte Product Content Management System ermöglicht die Pflege, Anreicherung und Konsolidierung von Produktdaten und erleichtert so die Datenverwaltung. Die skalierbare und zukunftssichere Infrastruktur der Plattform stellt sicher, dass Unternehmen auch bei wachsendem Volumen und steigenden Anforderungen stets optimal unterstützt werden.

Was hat SAP Commerce Cloud zu bieten?

SAP Commerce Cloud ist Teil der SAP-Familie und verfügt über standardisierte Schnittstellen, die eine nahtlose Anbindung an weitere SAP-Systeme wie SAP ERP, SAP CRM, SAP SRM und SAP CAR ermöglichen, wodurch die Effizienz durch automatisierte und digitalisierte Geschäftsprozesse gesteigert wird. Darüber hinaus können auch Nicht-SAP-Systeme problemlos integriert werden.

Die SAP Commerce Cloud bietet integrierte Funktionen für Content Management, Order Management, Online-Konfiguration, Variantenbildung und Personalisierung. Das moderne, responsive und anpassbare User Inter-

face ist für alle Endgeräte optimiert. Durch standardisierte Schnittstellen wird eine schnelle Implementierung ermöglicht, und der kostensparende Betrieb durch den Cloud Service von SAP erhöht die Attraktivität der Plattform zusätzlich. Die SAP Commerce Cloud ist dank standardisierter Anbindungen an SAP-Systeme und spezielle B2B-Funktionen besonders attraktiv für große mittelständische und global agierende Unternehmen. Die Plattform ermöglicht die elektronische Abwicklung des Vertriebs- und Auftragsmanagements sowie die Interaktion mit Endkunden und Vertriebspartner*innen über verschiedene Kanäle. Zudem unterstützt sie die Online-Präsentation dynamischer Inhalte und die gesamte Auftragsabwicklung, einschließlich Bezahlvorgängen, Kundensupport und Retourenmanagement.



Fazit

Die modular aufgebaute Suite ermöglicht es Unternehmen, je nach Bedarf einzelne Module zu nutzen oder die gesamte Lösung zu implementieren. Die innovativen Funktionalitäten des Systems stellen sicher, dass sowohl B2C- als auch B2B-Szenarien optimal abgedeckt werden. Die SAP Commerce Cloud ist von Grund auf global ausgerichtet und unterstützt regionale Websites, mehrere Sprachen und Währungen.

Shopify Plus – SaaS-Plattform für dynamische Skalierung

Shopify wurde 2006 gegründet und ist seit 2015 an der New Yorker Börse gelistet. Das kanadische Unternehmen mit Sitz in Ottawa ist seitdem sehr stark gewachsen. Mit ca. 2,5 Millionen aktiven Shops liegt Shopify, nach Angaben des Portals Store Leads, weltweit auf dem zweiten Platz (hinter der WordPress-Lösung WooCommerce). Die Basis-Version von Shopify ist auf kleine und mittlere E-Commerce-Projekte im B2C- und D2C-Bereich zugeschnitten und ermöglicht es Unternehmen, schnell und einfach einen Onlineshop an den Markt zu bringen. Die Shopsoftware wird dabei als Cloud-Service zur Verfügung gestellt und erfordert für die Nutzung keine besonderen Vorkenntnisse.

Über diese Basis-Version hinaus bietet Shopify seit einiger Zeit mit [Shopify Plus](#) eine Enterprise-Variante seiner SaaS-Plattform an, die seit 2020 auch im DACH-Raum angeboten wird. Shopify Plus stellt zusätzliche Funktionen, erweiterte APIs und ein sehr leistungsstarkes und skalierbares Cloud-Hosting zur Verfügung. Die reibungslose Integration von Drittsystemen, wie PIM oder ERP, wird durch die Shopify-APIs und Shopify-SDKs (Software Development Kits) unterstützt. Laut Store Leads wird Shopify Plus aktuell von mehr als 28.000 Shops eingesetzt. Im deutschsprachigen Raum identifiziert das Portal Store Leads 1467 Webshops, die auf Shopify Plus basieren (Stand Mai 2023).



Auf einen Blick

- **Tech Stack:** Backend: Ruby on Rails auf Kubernetes; Frontend: Hydrogen auf Remix
- **Hosting:** Cloud native
- **Lizenzen:** Shopify Plus, Shopify Commerce Components
- **Erscheinungsjahr, aktuelle Version:** 2014, Version 2023-04
- **Besondere Eigenschaften:** Cloud-native SaaS-Lösung, schnelle Time-to-Market mit MVP, dynamisch skalierbar

Im Gartner Magic Quadrant for Digital Commerce wird Shopify (bzw. Shopify Plus) 2024 als 'Leader' geführt. Laut Gartner wird Shopify Plus überwiegend von mittelgroßen Unternehmen eingesetzt, wächst aber auch im Enterprise-Markt schnell. Die Analyst*innen loben Shopify für seine Innovationskraft und stellen heraus, dass das Unternehmen 2023 1,73 Milliarden Dollar in Forschung und Entwicklung investiert habe. Besonders interessant ist die SaaS-Plattform nach Einschätzung der Expert*innen für Unternehmen, die großen Wert auf eine schnelle Time-to-Market legen.

Was hat Shopify Plus zu bieten?

Bei Shopify Plus handelt es sich um ein Cloud-basiertes SaaS-Angebot mit einem starken Fokus auf den Aspekten Nutzungsfreundlichkeit, Performance, Skalierbarkeit und Time-to-Market. Onlinehändler*innen profitieren bei diesem System von automatischen Updates, sodass ein Großteil des Pflegeaufwands entfällt, während der Funktionsumfang laufend erweitert wird. Zudem wird durch die Cloud-Infrastruktur eine sehr hohe Verfügbarkeit gewährleistet. Bei Lastspitzen können automatisiert zusätzliche Ressourcen bereitgestellt werden. Shopify verspricht unbegrenzte Bandbreite und Webhosting ohne zusätzliche Kosten.

Ebenso wie die Basis-Version von Shopify bietet auch Shopify Plus einen einfachen Einstieg und eine sehr nutzerfreundliche Administration. Shopify Plus verfügt im Standard über alle Grundfunktionalitäten, um einen Onlineshop schnell als MVP (Minimum Viable Product) zu realisieren. Weitere Features können per App aus dem App Store ergänzt werden. Shopify Plus kann darüber hinaus auch individuell angepasst werden. Über die umfangreichen APIs lassen sich funktionale Erweiterungen und Drittsysteme anbinden, sodass ein Shop-Projekt, vom MVP ausgehend, zu einem sehr großen System skaliert werden kann. Auch die nachträgliche Integration komplexer Features wie einer externen Suche (z. B. Algolia) oder eines Headless CMS (z. B. [Contentful](#) oder [Storyblok](#)) sind verhältnismäßig einfach umzusetzen.

Shopify Plus unterstützt Multi- und Omnichannel-Strategien durch eine Vielzahl responsiver Themes und die Anbindung von Social-Media-Kanälen sowie von Online-Marktplätzen. Inhalte können so problemlos auf mobile Devices angezeigt oder in weitere Kanäle ausgespielt werden. Zusätzlich beinhaltet Shopify Plus das Feature Shopify POS, mit dem Online- und Offline-Handel in einem Digital-first-Ansatz miteinander verschmolzen werden können. So lassen sich beispielsweise Click-and-Collect-Lösungen umsetzen, Show-Room-Konzepte mit dem Online-shop verbinden oder das Retouren-Management über die Plattform verwalten.

2022 hat Shopify das Headless Commerce Stack Hydrogen veröffentlicht. Hydrogen stellt umfangreiche Development-Tools für die Entwicklung individueller Storefronts zur Verfügung, die für Shopify Plus optimiert sind. Hydrogen bietet Vorlagen und vorgefertigte Komponenten, die auf die Shopify-APIs abgestimmt sind, sowie Hooks und Hilfsprogramme, um die Erstellung individueller Frontend-Lösungen zu erleichtern. Das Framework stellt dabei sicher, dass der Austausch mit Shopify-Kern-Features wie der Bestell- und Zahlungsabwicklung oder dem Daten- und Produktmanagement reibungslos funktioniert. Zusätzlich stellt Shopify mit Oxygen eine Hosting-Lösung für Hydrogen-Custom-Storefronts bereit. In dieser Kombination bietet Shopify die Möglichkeit, hochperformante, maßgeschneiderte Shoplösungen umzusetzen.

Hydrogen basiert auf den Open-Source-Technologien Remix, GraphQL und Tailwind. Die Implementierung von Hydrogen-Frontends (oder eines anderen Headless-Frontends) erfordert Fachwissen im Bereich der Frontendentwicklung. Für Unternehmen, die nicht selbst über entsprechende Kapazitäten verfügen, bietet es sich an, mit spezialisierten Agenturen bzw. Softwaredienstleistern zusammenzuarbeiten, die über Expertise und Erfahrung in den Bereichen E-Commerce- und Frontendentwicklung verfügen.

Umfangreiche Features & attraktives Lizenzmodell

Shopify Plus ist mit einem Einstiegspreis von 2.000 \$ pro Monat inkl. Cloud-Hosting und umfangreichem Hersteller-Support (Merchant-Success-Program) ein verhältnismäßig günstiges Angebot. Die SaaS-Commerce-Plattform stellt out of the box zahlreiche Funktionalitäten zur Verfügung. Dazu zählen unter anderem ein sehr performanter und individualisierbarer Check-out, Shopify POS, automatisierte Workflows im Adminbereich oder die Möglichkeit zur Integration von AR-, Video- und 3D-Medien auf den Produktseiten.

Shopify Plus stellt mit B2B on Shopify darüber hinaus auch eine Reihe von B2B-Features zur Verfügung, sodass beispielsweise Unternehmensprofile mit verschiedenen Berechtigungen angelegt oder Self-Service-Angebote eingerichtet werden können. Mit Shopify Markets bietet die Plattform außerdem ein Toolset, um Unternehmen bei der globalen Expansion ihres Onlineangebots zu unterstützen.

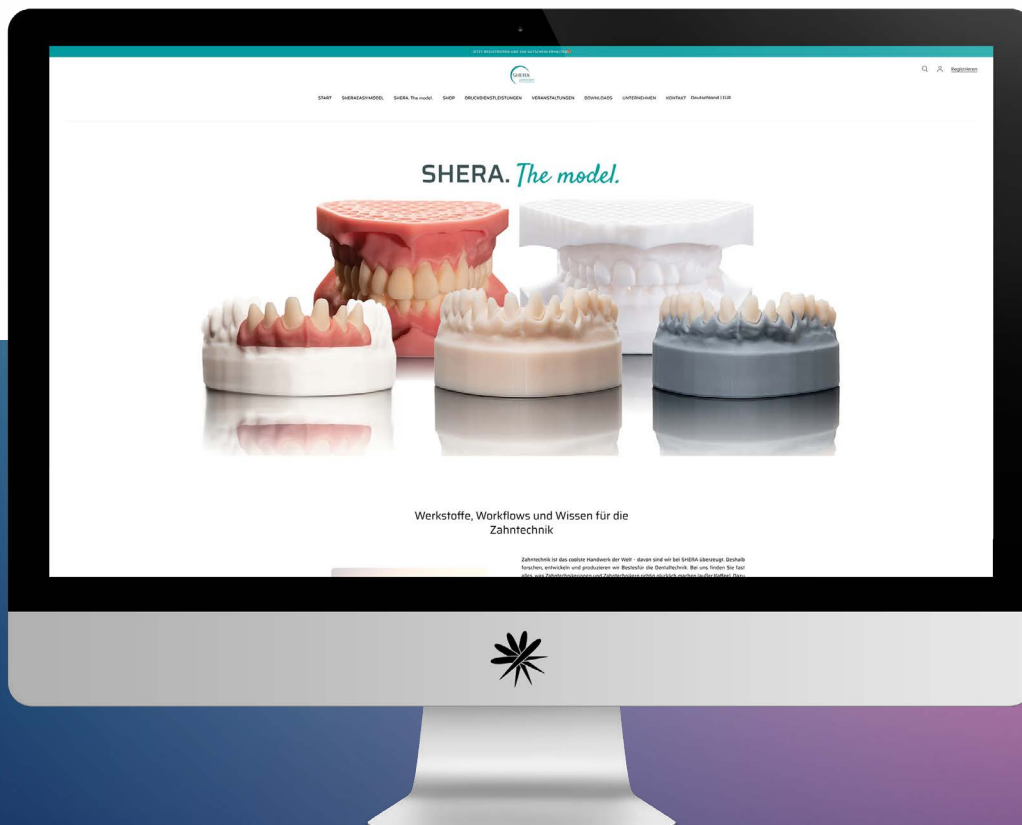
Bei komplexen Projekten mit höheren Umsatzvolumina, die weitergehende Anforderungen an die Plattform stellen, greift eine variable Gebührenoption. Zusätzliche Kosten entstehen gegebenenfalls durch die Nutzung von Drittanbieter-Apps, die Entwicklung einer individuellen

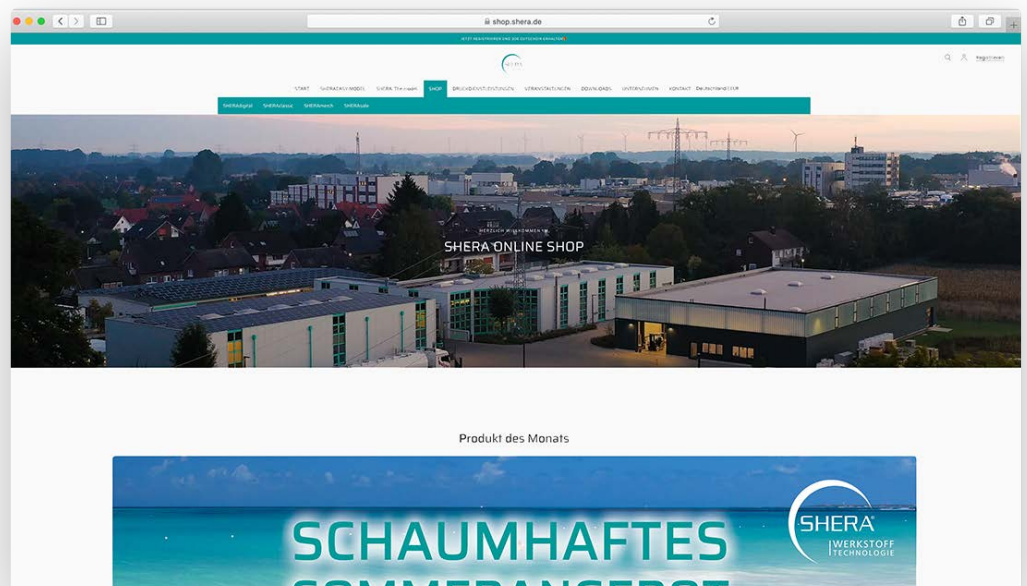
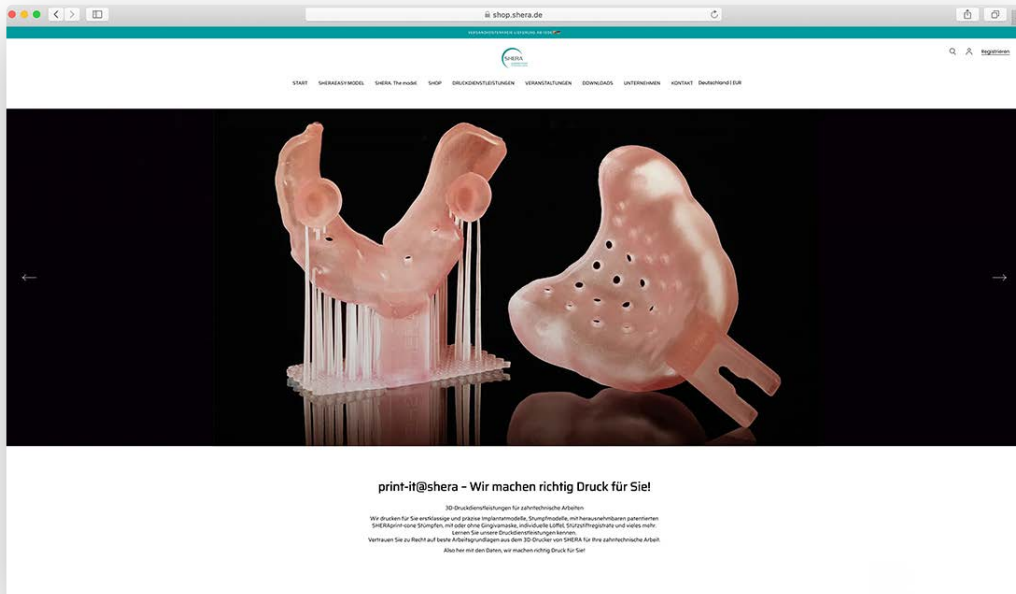
Storefront oder die Integration von Drittsystemen durch eine Shopify-Partner-Agentur.

Shopify Commerce Components

Anfang 2023 hat Shopify ein weiteres Angebot für Unternehmen im Enterprise-Segment auf den Markt gebracht. Shopify Commerce Components bietet Unternehmen die Möglichkeit, einzelne modulare Komponenten der Software zu nutzen und diese in ihr bestehendes Commerce-Ökosystem einzubinden oder in einem neuen Projekt mit anderen Webanwendungen nach dem Best-of-Breed-Prinzip zu verknüpfen. Unternehmen können dadurch von mehr als 30 dieser Commerce Components profitieren, die als Teil der Shopify-Plattform bereits erfolgreich eingesetzt werden. Komponenten wie der Shopify Check-out können so unabhängig von der Commerce-Plattform mit Drittsystemen integriert werden. Statt eine Lizenz für das ganze Shopsystem zu kaufen, können also einzelne Module nach Bedarf individuell ausgewählt werden.

Shopify öffnet damit seine Plattform für API-zentrierte Composable-Commerce-Projekte und rückt dadurch in die Nähe von MACH-Technologien wie commercetools.





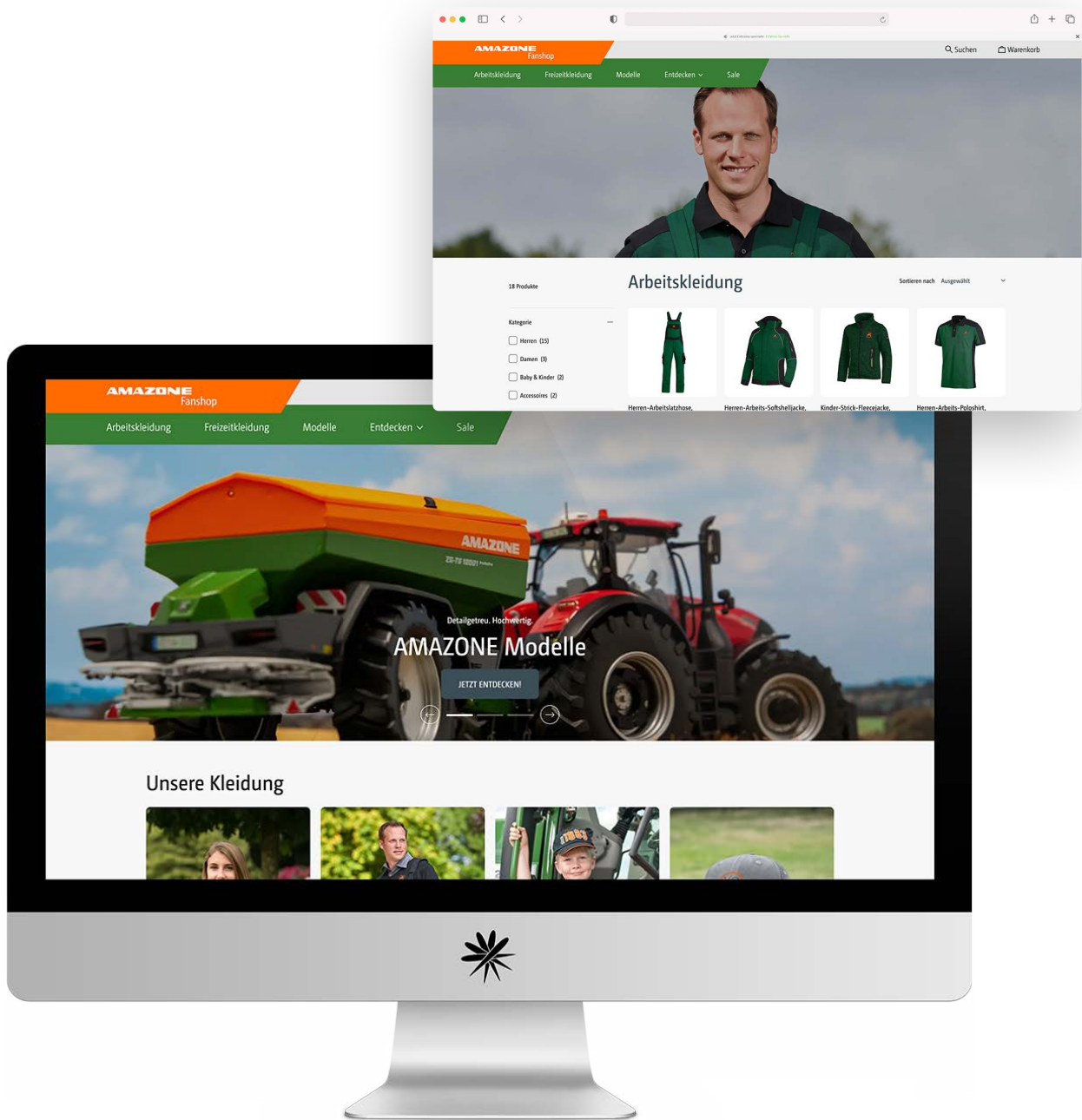
SHERA

Die SHERA Werkstoff-Technologie GmbH ist seit über 40 Jahren als Spezialist für Zahntechnik erfolgreich und vertreibt rund 500 Produkte für die Dentalbranche.

Im Rahmen unseres gemeinsamen Projekts mit Shera wurde die bisherige Website sowie der bestehende Magento-Onlineshop durch ein neues System abgelöst. Ziel war ein umfassender Re-

launch dieser beiden Kunden-Touchpoints mithilfe von Shopify Plus. Zusätzlich wurde das bestehende ERP-System über Celigo integriert werden, um kundenspezifische Preise und Rabatte berechnen und bereitstellen zu können.

<https://www.basecom.de/cases/shera/>



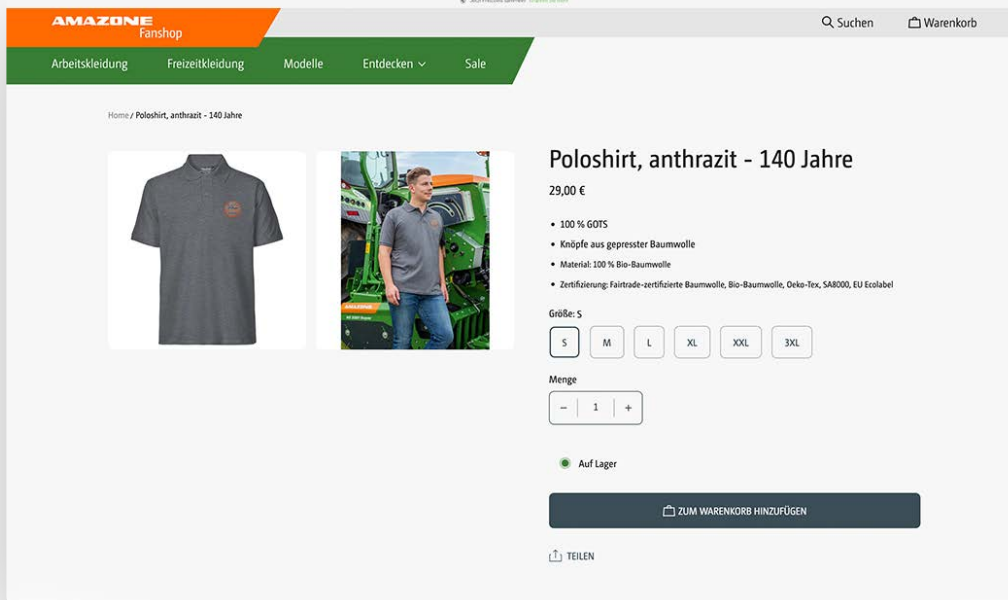
AMAZONE

Die AMAZONEN-WERKE H. DREYER SE & Co. KG ist ein traditionsreiches Familienunternehmen mit mehr als 140 Jahren Erfahrung im Landmaschinenbau. Mit einem breiten Angebot in den Bereichen Landtechnik, Kommunaltechnik und digitale Lösungen deckt das Unternehmen die unterschiedlichsten Bedürfnisse seiner Kund*innen ab. Insbesondere in der Landtechnik überzeugt Amazone mit innovativen Produkten für die Düngetechnik, Bodenbearbeitung, Pflanzenschutztechnik und Sätechnik.

Im Rahmen der Zusammenarbeit mit basecom wurde Shopify als moderne E-Commerce-Lösung

für den Amazone-Fanshop eingeführt. Ziel war es, einen innovativen und benutzerfreundlichen Onlineshop zu schaffen, der den Fans der Marke ein vielfältiges Sortiment bietet – darunter Arbeits- und Freizeitbekleidung, detailgetreue Modelle von Landmaschinen und weitere Fanartikel. Mit der Einführung der Cloud-basierten Shopify-Plattform wurde der bisherige VersaCommerce-Onlineshop abgelöst. Die neue Lösung zeichnet sich durch eine hohe Nutzerfreundlichkeit aus und ermöglicht es Amazone, Anpassungen am Shop schnell und eigenständig durchzuführen.

<https://www.basecom.de/cases/amazone/>



Fazit

Shopify Plus ist eine sehr leistungsstarke SaaS-Lösung, die sich besonders für E-Commerce-Projekte eignet, die eine kurze Time-to-Market und die Fähigkeit zu steiler Skalierung verlangen. Vor allem Unternehmen im B2C-Bereich und D2C-Marken, die verhältnismäßig einfache Produkte (z.B. Mode) in hoher Stückzahl verkaufen oder beispielsweise bei Aktionen hohe Lastspitzen bewältigen müssen, sollten Shopify Plus ins Auge fassen. Für viele Unternehmen in diesen Bereichen machen auch die Omnichannel-Funktionalitäten wie Shopify POS oder die Marktplatz- und Social-Media-Anbindungen Shopify Plus interessant. Auch für Unternehmen, die im B2B-Umfeld tätig sind, bietet Shopify Plus einige spezifische Funktionalitäten. B2B-Projekte, die mit sehr individuellen und komplexen Anforderungen verbunden sind, werden hier aber an Grenzen stoßen. Zwar können Drittsysteme wie ERP- oder PIM-Systeme mit der Shopify-Plattform verbunden und weitere Funktionalitäten durch Apps abgebildet werden, tiefere Eingriffe in den Core des Systems sind hier aber nicht möglich. In diesem Punkt unterscheidet sich die SaaS-Plattform Spotify Plus von alternativen Lösungen wie Adobe Commerce, Pimcore, Shopware oder Spryker, die Open-Source-basiert sind und prinzipiell tiefe Eingriffe in die Business-Logik ermöglichen. Shopify Plus steht ausschließlich als Cloud-basierte SaaS-Lösung zur Verfügung. Unternehmen, für die das Hosting auf eigenen Servern eine kritische Anforderung ist, müssen auf ein anderes System ausweichen.

*Aus unserer Sicht ist Shopify Plus eine starke Commerce-Lösung, die in vielen Anwendungsfällen eine gute Alternative darstellt. Die SaaS-Plattform ist deshalb eine wertvolle Ergänzung unseres Portfolios und ein weiterer Baustein, um unseren Kund*innen eine E-Commerce-Lösung anbieten zu können, die optimal zu ihren individuellen Anforderungen passt.*

Shopware – Emotionale Erlebnisse aus dem Münsterland

Ende 2019 wurde die Version [Shopware 6](#) veröffentlicht und ist angetreten, eine „Antwort auf die Herausforderungen einer komplexen, sich ständig wandelnden E-Commerce-Welt“ zu liefern. Shopware sprach nach dem Release selbstbewusst von „einer neuen technologischen Shopware-Generation“, die die Vorgängerversion Shopware 5 ablöst. Und tatsächlich haben die Münsterländer mit dem Major Update ihres Shop-systems einen deutlichen Schritt in Richtung Zukunft gemacht und ihre Erfolgsgeschichte auch mit Shopware 6 fortgeschrieben.

Im Februar 2022 hat die shopware AG bekannt gegeben, durch eine neue Partnerschaft mit Carlyle und PayPal Wachstumskapital in Höhe von 100 Mio. US-Dollar eingeworben zu haben, das in die internationale Expansion von Shopware und die Entwicklung neuer Produkte fließen soll.

Im September 2022 hat Shopware einen neuen Produkt- und Lizenzplan vorgestellt, mit dem das Unternehmen sein Angebot neu aufstellt. Mit den Editionen Shopware Rise, Shopware Evolve und Shopware Beyond stehen drei Varianten des Shopsystems zur Verfügung, die bezüglich des Leistungsumfangs, des Servicelevels und der Lizenzkosten so gestaffelt sind, dass sie den Ansprüchen und Bedürfnissen verschiedener Unternehmensgrößen und Geschäftsmodelle gerecht werden.

Kürzlich hat Shopware einen bemerkenswerten Meilenstein erreicht, indem es im IDC MarketScape Report als 'Leader' ausgezeichnet wurde. Diese Anerkennung unterstreicht die Erweiterbarkeit und Anpassungsfähigkeit der Headless-Architektur von Shopware, die ein nahtloses Einkaufserlebnis über alle Touchpoints hinweg bietet.

Shopware wird 2024 im 'Magic Quadrant for Digital Commerce' als 'Niche Player' eingestuft. Die Analysten sehen das Zielsegment von Shopware im Bereich mittlerer Unternehmen und kleinerer Unternehmen des Enterprise-Segments sowohl im B2C als auch im B2B. Zu den Stärken von Shopware zählt für Gartner, dass die Plattform als SaaS, PaaS oder On-Prem bereitgestellt werden kann. Hervorgehoben wird außerdem das nutzungsfreundliche Storefront-Management und Produktinnovationen, beispielsweise im Bereich 3D-Visualisierung und Augmented Reality.

Was hat Shopware zu bieten?

Unter dem Motto Your freedom to grow wurde Shopware seit dem Release von Shopware 6 kontinuierlich zu einer Open Commerce Plattform weiterentwickelt, die Unternehmen umfangreiche Möglichkeiten bietet, online zu wachsen. Dieser Anspruch spiegelt sich auch in dem neuen Editions- und Lizenzmodell wider.

Shopware bringt eine ganze Reihe attraktiver



- **Tech Stack:** PHP 8.3 , Symfony 7, Vue.js
- **Hosting:** On Premises, SaaS, PaaS
- **Lizenzen:** Shopware Rise, Shopware Evolve, Shopware Beyond & Community Edition
- **Erscheinungsjahr, aktuelle Version:** 2019, Version 6.6
- **Besondere Eigenschaften:** Emotional Shopping, API first, modular & flexibel, made in Germany

Features und einen frischen Technologie-Stack mit: Die aktuelle Version von Shopware nutzt die Frameworks Symfony (Version 7 LTS, Full Stack), Vue.js und Bootstrap sowie PHP 8.3 und die Template-Engine Twig. Technologisch ist Shopware mit diesem Stack absolut auf der Höhe der Zeit. Das macht sich in der sehr guten Performance und Skalierbarkeit bemerkbar und untermauert gleichzeitig das Bekenntnis der Münsterländer zum Open-Source-Gedanken.

Shopware setzt weiterhin auf eine aktive Developer-Community und ein breites Plugin-Angebot, um das System zu erweitern. Zusätzliche Flexibilität gewinnt Shopware aber insbesondere durch seine Software-Architektur nach dem API-first-Prinzip, die eine einfache Integration externer Systeme (bspw. ERP-, PIM- oder CRM-Systeme) und die Anbindung unterschiedlicher Frontend-Applikationen ermöglicht. Als Headless-System eröffnet Shopware Shopbetreibern so weitreichende Möglichkeiten im Hinblick auf Multi-shop-Konzepte, die Anbindung an Marktplätze und innovative Frontend-Lösungen wie Shopware Frontends. Gegenüber monolithischen Software-Architekturen bietet der API-first-Ansatz die Möglichkeit, Entwicklungskosten zu senken und das Risiko zu reduzieren, indem das System modular entwickelt und erweitert werden kann.

Shopware setzt auf Übersichtlichkeit, klare Navigation, einfache, intuitive Nutzbarkeit und eine schnelle Administration. Den Themen Content-Management und Marketing wird bei Shopware ein hoher Stellenwert eingeräumt. Besondere Bedeutung kommt dabei den Erlebniswelten zu, die die Möglichkeit bieten, verschiedene Shopseiten (Landingpages, Kategorienseiten, Produktdetailseiten, Listings) sehr unkompliziert und einfach per Drag & Drop zu erstellen. Unterschiedliche Content-Elemente, wie Produkte, Textelemente, Bilder oder Medien lassen sich direkt in der Administration arrangieren und können geräteunabhängig und kanalübergreifend ausgespielt werden.

Neues Editionsmodell für flexibles & dynamisches Wachstum

Shopware wird in vier Varianten angeboten, die sich in ihrem Leistungsumfang unterscheiden: Neben der kostenlosen Community Edition, die insbesondere für Tech-affine Unternehmen interessant ist, die über eigenes Know-how in der Softwareentwicklung verfügen, gibt es die

Editionen Shopware Rise, Shopware Evolve und Shopware Beyond, die die bisherige Professional Edition und die Enterprise Edition ablösen.

Die verschiedenen Shopware Editionen unterscheiden sich hinsichtlich der zur Verfügung stehenden Features, des inkludierten Supportlevels und der Lizenzkosten. Die Edition Shopware Rise ist ab 600 EUR pro Monat erhältlich. Sie richtet sich an Unternehmen, die sich mit einem professionellen Onlineangebot vom Wettbewerb absetzen möchten. Dazu bietet die Lizenz Features wie Premium-Themes und Custom Products sowie Funktionen wie den Flow Builder und den Rule Builder, um eine einzigartige und wiedererkennbare Online-Präsenz zu gestalten, Arbeitsabläufe zu automatisieren und Produkte optimal zu präsentieren.

In der Edition Shopware Evolve werden weitere Funktionen und ein umfangreicheres Supportangebot zur Verfügung gestellt. Zu den Features dieser Edition zählen unter anderem die B2B-Components und die Advanced Search. Shopware Evolve richtet sich an Unternehmen, die ihr Online-Business auf höherem Niveau flexibel erweitern und skalieren möchten und ist insbesondere für B2B-Geschäftsmodelle interessant.

Das umfangreichste Funktions- und Supportangebot stellt die Edition Shopware Beyond bereit. Es handelt sich hier um eine Enterprise-Lösung, die zusätzlich zu den Features von Shopware Evolve unter anderem erweiterte Funktionen im Rule Builder und im Flow Builder sowie kundenindividuelle Preise oder Guided Shopping bereitstellt.

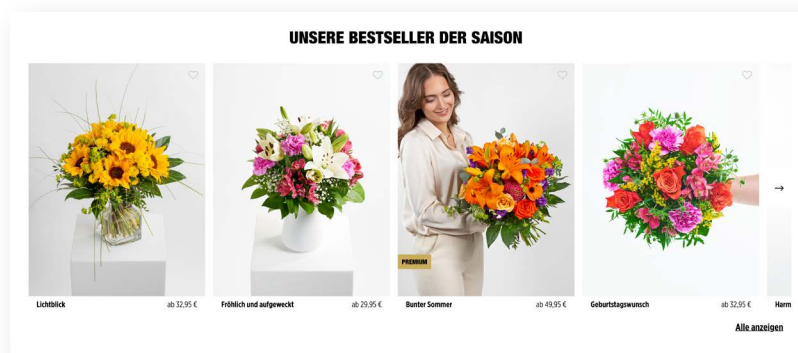
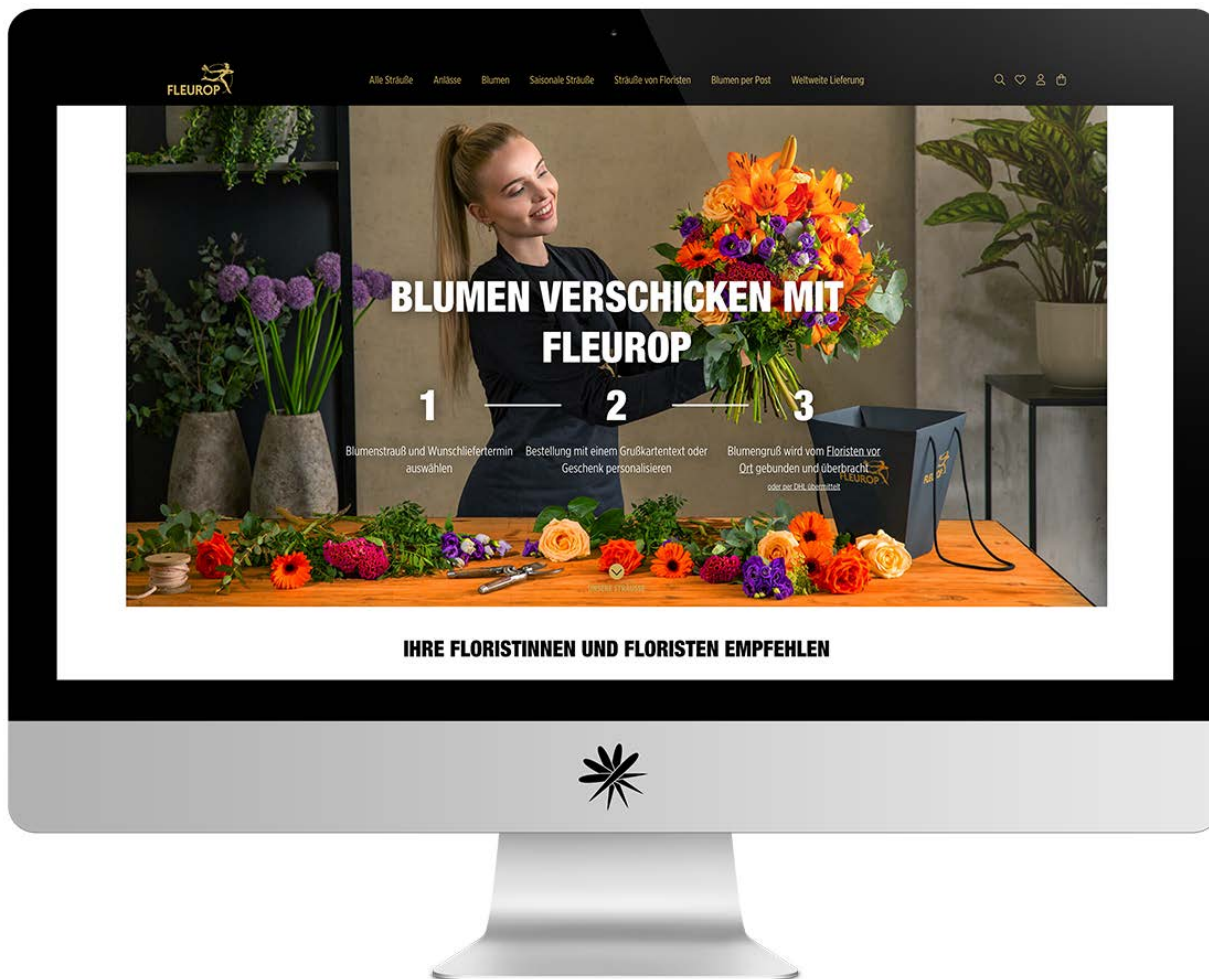
Durch die Gliederung des Lizenz- und Editionsplans bietet Shopware Händler*innen eine sehr gute Basis, um ihr Onlineangebot flexibel zu entwickeln und zu skalieren.

Alle kommerziellen Shopware-Editionen können sowohl On Premises gehostet als auch durch Shopware als Cloud-basierte SaaS- oder PaaS-Lösung zur Verfügung gestellt werden.

Shopware PaaS

Mit Shopware PaaS (Platform-as-a-Service) bietet Shopware Unternehmen eine Technologie um Innovationen schneller voranzutreiben die sich flexibel an ihre individuellen Bedürfnisse anpasst. Die Expert*innen von Shopware übernehmen die komplexe Infrastrukturverwaltung, sodass sich Unternehmen ganz auf Ihren Business-Erfolg konzentrieren können. Shopware PaaS ist schnell, skalierbar, sicher zu entwickeln und umzusetzen und Entwickler*innen haben vollen Zugriff auf die Core-Komponenten von Shopware. Dies ermöglicht die optimale Nutzung von Kundendaten und bietet maximale Flexibilität, Managed Scaling sowie DevOps- und Monitoring-Tools, was die Entwicklungsfixkosten und die Total Cost of Ownership erheblich senkt.

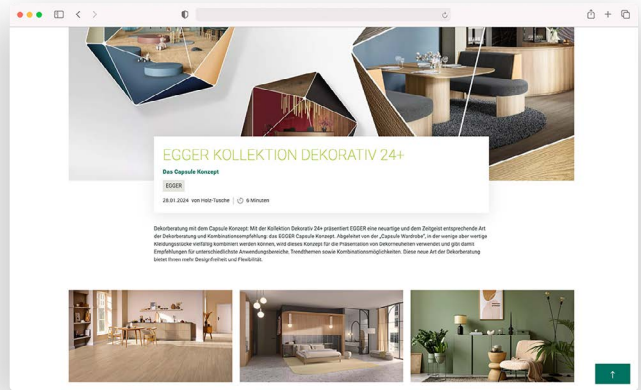
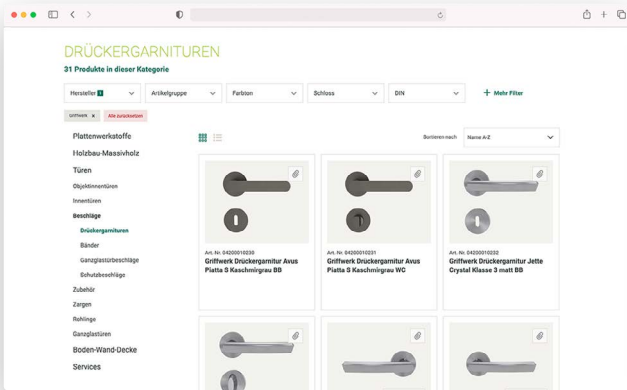
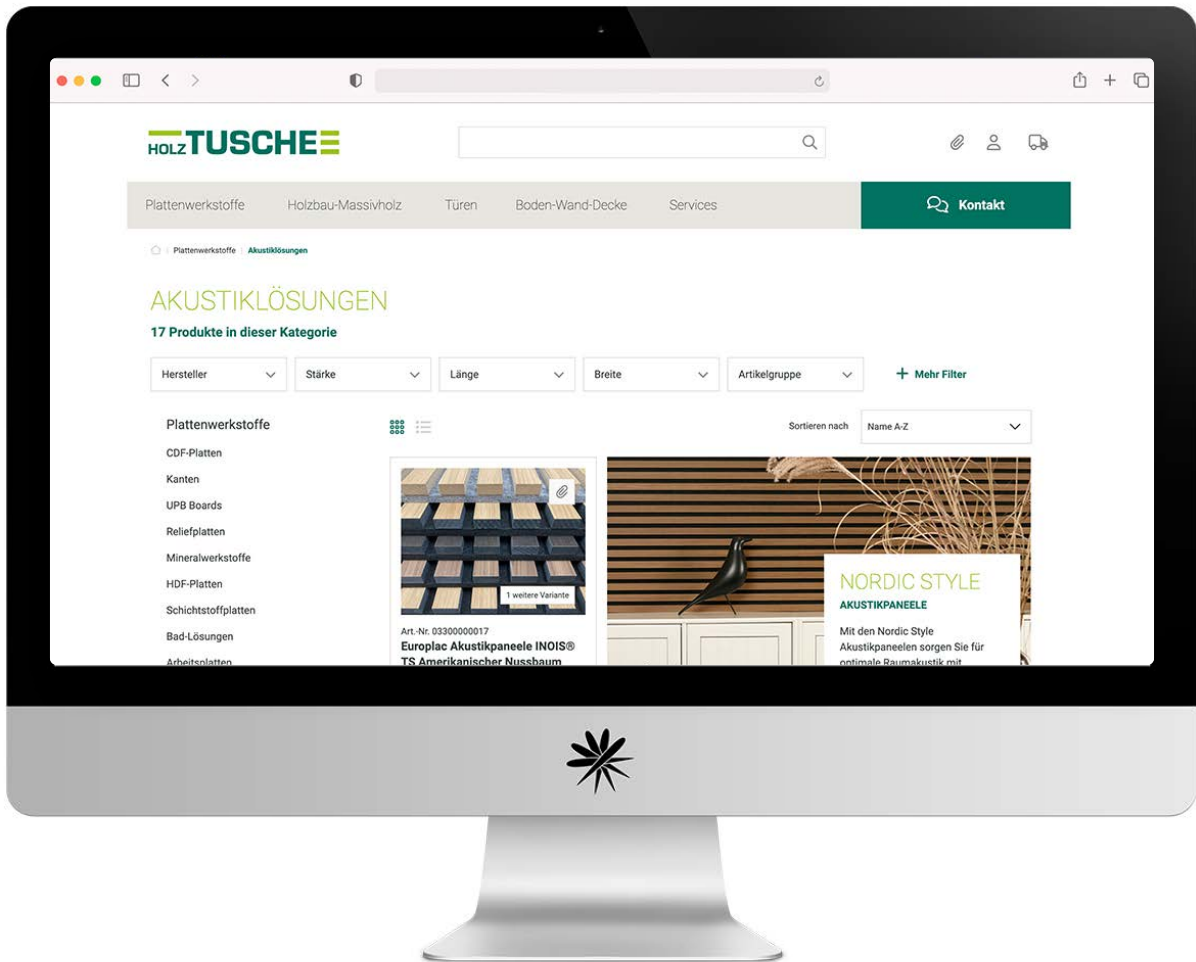
Shopware PaaS kombiniert die Flexibilität eines offenen Ökosystems mit strukturierten Schnittstellen für Backend und Frontend, was eine effizientere Entwicklung und Bereitstellung von Projekten ermöglicht. Die Produktivität der Entwickler*innen kann um bis zu 40 % gesteigert und die DevOps-Komplexität deutlich gesenkt werden. Shopware PaaS schlägt eine Brücke zwischen Self-Hosting und SaaS-Angeboten, ermöglicht eine schnelle Systembereitstellung, minimiert den Wartungsaufwand, und erlaubt das frühzeitige Testen neuer Funktionen sowie flexibles Up- und Downscaling.



FLEUROP

Der Relaunch des Onlineshops von Fleurop wurde mit Shopware 6 Enterprise realisiert. Die umfangreichen CMS-Funktionalitäten von Shopware 6 und die sehr benutzerfreundliche Administration ermöglichen es dem E-Commerce-Team, die Inhalte der Content- und Shop-Seiten komfortabel und einfach zu verwalten. Ein besonderer

Schwerpunkt lag bei diesem Projekt auf den Aspekten Performance, Verfügbarkeit und Skalierbarkeit, die durch die innovative Cloud-Hosting-Lösung Shopware PaaS gewährleistet werden. Mehr zu unserem Projekt mit Fleurop und Shopware: <https://www.basecom.de/cases/fleurop/>



HOLZ-TUSCHE

Die Holz-Tusche GmbH & Co. KG gehört als mittelständisches Familienunternehmen mit über 90-Jahren Unternehmenshistorie zu den führenden Holzgroßhändlern in Deutschland. Mit mehr als 200 Angestellten und einem umfangreichen Sortiment in den Bereichen Plattenwerkstoffe, Holzbau-Massivholz, Türen sowie Böden, Wand- und Deckenpaneele bietet Holz-Tusche seinen Kund*innen online wie offline einen umfassenden Service.

Im Zuge einer umfassenden Modernisierung des Onlineangebotes wurde der bestehende B2B-Store aus 2017 abgelöst und die bislang getrennte Website wurde mit dem neuen Shopware-Shop zusammengeführt. Zusätzlich wurde ein PIM-System als zentrale Produktdatenverwaltung implementiert und an das vorhandene ERP-System angebunden.

<https://www.basecom.de/cases/holz-tusche/>

Fazit

Das flexible Shopsystem von Shopware ist in einer kostenlosen Community Edition erhältlich. Viele Features sind aber erst in den kostenpflichtigen Versionen verfügbar. Mit dem neuen Lizenzplan bietet Shopware durch die Edition Shopware Rise aber auch kleineren Unternehmen ein günstiges, professionelles E-Commerce-System, um mit dem eigenen Onlineshop ein attraktives, individuelles Angebot zu entwickeln. Shopware Evolve und Shopware Beyond richten sich an größere und große Unternehmen mit einem Umsatzziel von ca. 5 Mio. EUR und mehr im Onlinehandel. Diese beiden Editionen bieten unter anderem umfangreiche B2B-Features wie kundenindividuelle Preise und die Steuerung von Rechten, Rollen und Freigabeprozessen. Außerdem stehen Shopbetreiber*innen eine Reihe attraktiver Zusatzfunktionen und weitgehende Konfigurations- und Gestaltungsmöglichkeiten zur Verfügung. Dazu zählen individualisierbare Produkte ebenso wie die Integration zusätzlicher Verkaufskanäle, wie Facebook, Google Shopping oder Voice-Commerce-Kanäle. Der Rule Builder, mit dem zum Beispiel individuelle Preis- oder Versandregeln erstellt werden können, kann in diesen Editionen auch für CMS-Elemente eingesetzt werden. Ende 2021 wurde mit dem Flow Builder ein neues Key Feature veröffentlicht, mit dem sich individuelle Workflows definieren und automatisieren lassen. Der Flow Builder ist als No-Code-Interface konzipiert, sodass auch kom-

plexe Unternehmensprozesse über die intuitive, nutzungsfreundliche Oberfläche eingerichtet und automatisiert werden können. Beispiele sind etwa kundenspezifische Lieferoptionen, individualisierte Bestell- und Zahlungsmethoden oder die Automatisierung der internen Business-Kommunikation. Zusätzlich können mit Webhooks Daten an API-basierte Drittsysteme übermittelt werden. Shopware ist so für ganz unterschiedliche Zielgruppen eine interessante Lösung. Shopware ist nach dem API-first-Prinzip konstruiert und bietet so die Möglichkeit, das System über Programmierschnittstellen zu steuern bzw. über die SalesChannel API verschiedene Frontend-Applikationen, z. B. Alexa Skills oder IoT-Anwendungen, anzubinden. Shopware kann also auch vollständig als Headless-System betrieben werden. Bei Shopware ist dieser Ansatz – im Gegensatz zu Spryker, Pimcore oder commerce-tools – aber eher als Angebot und Investition in die Zukunftsfähigkeit des Systems zu verstehen. Der Schwerpunkt der Münsterländer liegt nach wie vor darauf, Unternehmen ein leistungsfähiges und gut zu bedienendes Shopsystem anzubieten. Für Shopbetreiber*innen und Marketingteams hält Shopware zahlreiche Features bereit, die weitreichende Möglichkeiten zur Gestaltung und Anpassung des Shops aus der Administration heraus ermöglichen. Die Devise lautet hier: Konfigurieren vor Programmieren.

Spryker Commerce OS – Ready for disruption

Seit 2014 ist Spryker mit seiner E-Commerce-Plattform [Spryker Commerce OS](#) am Markt und sorgt seither für großes Aufsehen in der Branche. In Abgrenzung zu anderen E-Commerce- und Shopsystemen versteht sich Spryker als ein Commerce-Betriebssystem, auf dessen Basis sehr individuelle und technisch anspruchsvolle Commerce-Lösungen realisiert werden können. Hinter dem Unternehmen mit Sitz in Berlin stehen mit Alexander Graf und Co-Geschäftsführer Boris Lokschin Unternehmerpersönlichkeiten, die beachtliche Erfahrung im E-Commerce- und Startup-Bereich aufweisen. Das Zielsegment des Spryker Commerce OS definiert sich weniger an der Umsatzstärke oder Größe als vielmehr am Bedürfnis potenzieller Kunden, über ein schnell und zuverlässig skalierbares und extrem flexibles System zu verfügen. Spryker ist deshalb insbesondere für Tech-getriebene Unternehmen geeignet, die auf innovative Geschäftsmodelle setzen. Spryker wird im 'Magic Quadrant for Digital Commerce' 2024 als 'Leader' geführt.

Spryker kann auf eine Reihe von namhaften Referenzen sowohl aus dem B2C- als auch aus dem B2B-Bereich verweisen. Neben Enterprise-Kunden wie ALDI SÜD oder Siemens Healthineers findet man auch große Mittelständler wie Hardeck und Grimme oder den Online Pure Player Kapten & Son im Portfolio von Spryker. Sie alle vereint der Bedarf nach einer flexiblen, modernen und performanten digitalen Commerce Lösung.

Was leistet Spryker?

Das Spryker Commerce OS setzt in allererster Linie auf Flexibilität. Spryker ist deshalb nach dem API-first-Prinzip aufgebaut und folgt dem Head-

less-Ansatz. Backend und Frontend sind voneinander getrennt, sodass das System grundsätzlich nicht auf eine bestimmte Frontendanwendung festgelegt ist. Neben einem klassischen Shopfrontend kann so beispielsweise auch eine PWA, eine IoT- oder Voice-Commerce-Anwendung angebunden werden – der Freiheit sind hier keine Grenzen gesetzt. Spryker ist aber nicht nur hinsichtlich des Frontends sehr flexibel. Aufgrund seines modularen Aufbaus kann auch das System selbst sehr individuell gestaltet werden. Verschiedene Features werden dabei in einzelnen, voneinander unabhängigen Modul-Paketen bzw. Packaged Business Capabilities (PBC) bereitgestellt, die nach Bedarf miteinander kombiniert werden. Das System bleibt dadurch von vornherein sehr schlank, da auf unnötigen Ballast verzichtet wird. Die Kosten und das Risiko der Entwicklung und Wartung des Systems können so gering gehalten werden, da die verschiedenen Module auch unabhängig voneinander weiterentwickelt, gepflegt oder ersetzt werden können, ohne dass das System insgesamt davon berührt ist.

Mit seinem Commerce OS bietet Spryker ein sehr leistungsstarkes und hervorragend skalierbares System, das Onlinehändler*innen in die Lage versetzt, neue Features schnell umzusetzen und zu testen, um neue Markttrends zu adaptieren oder als Digital Leader mitzugestalten.

Spryker bietet das System als Platform-as-a-Service-Lösung Spryker Cloud Commerce OS an. Die Bereitstellung und Wartung der Infrastruktur wird dabei durch den Hersteller geleistet, während das System weiterhin individuell entwickelt und angepasst werden kann. Zusätzlich steht die

Version PaaS+ zur Verfügung, die weitere Herstellerleistungen wie beispielsweise Updates einzelner Module vorsieht.

Digitale Produkte & disruptive Geschäftsmodelle

In puncto headless und API-first haben auch Anbieter wie Shopware nachgezogen. Spryker geht hier mit seinem modularen Ansatz allerdings noch einen Schritt weiter. Das Commerce OS soll es ermöglichen, innovative Commerce Lösungen für disruptive Geschäftsmodelle zu entwickeln. Mit Spryker kann dabei ein sehr hoher Individualisierungsgrad erreicht werden. Die Idee ist hier, die Technologie als digitales Produkt in den Vordergrund zu stellen und so im Wettbewerb einen kompetitiven Vorteil zu gewinnen. Spryker verbindet diese Idee mit einem starken Plädoyer für den MVP-Ansatz und agile Methoden. Da in diesem Zusammenhang immer wieder eine Frage auftaucht, soll sie auch hier kurz beantwortet werden: Ja, auch bei Spryker kann auf einen Out-of-the-Box-Shop zurückgegriffen werden. Spryker bietet sowohl einen kompletten B2C-Shop als auch einen B2B-Shop und eine Marktplatz-Lösung an, die jeweils nur angepasst und bestückt werden müssen. Es besteht hier also die Möglichkeit, ausgehend von einem bestehenden System, eine eigene Commerce-Lösung zu entwickeln. Der Fokus liegt bei Spryker aber klar darauf, eine

technische Basis für hochperformante, skalierbare und flexible Headless-Systeme anzubieten.

Von Shopware 6, das zumindest im Prinzip einem ähnlichen Aufbau folgt, unterscheidet sich Spryker durch eine noch kleinteiligere Struktur, die einerseits ein Maximum an Flexibilität gewährleistet, andererseits aber auch Ressourcen im Bereich der Softwareentwicklung verlangt. Um es etwas anschaulicher zu machen: Der Unterschied zwischen Shopware und Spryker entspricht dem zwischen Lego und Fischer Technik. Dabei wächst mit den zunehmenden Möglichkeiten, die die verschiedenen Systeme bieten, auch die Komplexität.

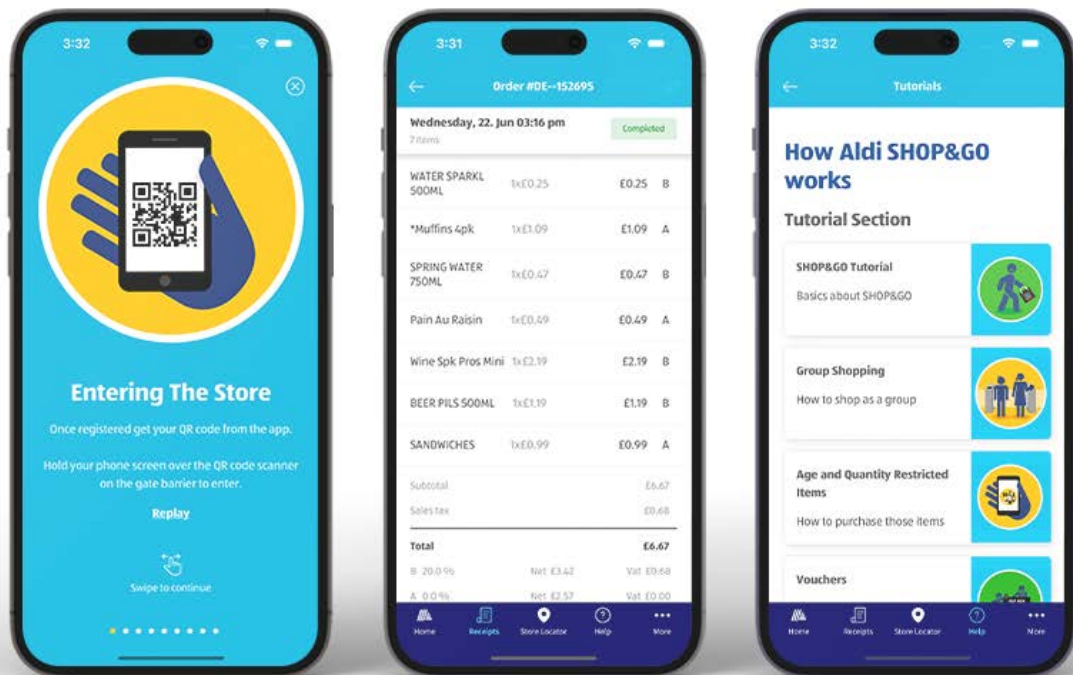
Einem anderen Ansatz als Spryker folgt die Cloud-Commerce-Plattform commercetools, die als MACH-Lösung Microservices-basiert, API-first, Cloud-native und Headless ist. commercetools setzt auf eine modulare Architektur, die sich aus Microservices zusammensetzt. Diese Microservices sind unabhängig voneinander und werden als Software-as-a-Service bereitgestellt. Das heißt, sie werden auch durch commercetools gewartet und betrieben. Microservices sind kleinteiliger als die PBC bei Spryker. So können auch bei commercetools sehr individuelle Lösungen umgesetzt werden. Anders als bei Sypryker wird hier aber nicht in das System selbst eingegriffen.



- **Tech Stack:** PHP 8.0/ 8.1, Symfony, Elasticsearch, Redis, Rabbit MQ, MySQL/ MariaDB/ Postgres
- **Hosting:** On Premises, Cloud-Hosting
- **Lizenzen:** Abhängig von GMV
- **Erscheinungsjahr, aktuelle Version:** 2014, Product Release 202212.0, Dezember 2022
- **Besondere Eigenschaften:** API first, headless, modularer Aufbau durch PBCs, Composable Commerce

Um beispielsweise eine individuelle Business-Logik abzubilden, müssen entsprechend eigene Microservices entwickelt und mittels API in die Commerce-Landschaft im Sinne von Composable Commerce integriert werden. Das Spryker Commerce OS lässt dagegen auch sehr weitreichende Eingriffe zu, sodass die Business-Logik im System vollständig individuell angepasst werden kann. Ebenso wie das Spryker Commerce OS versteht sich auch das Pimcore Digital Commerce Framework als flexibles Rahmenwerk für die Erstellung individueller Commerce-Lösungen. Während Pimcore seine Commerce-Lösung allerdings als Ergänzung der Pimcore Plattform anbietet, in deren Zentrum das Datenmanagement steht, konzentriert sich Spryker klar auf die Weiterentwicklung seines Commerce-Systems. Um Drittanbietersoftware, wie ERP- oder PIM-

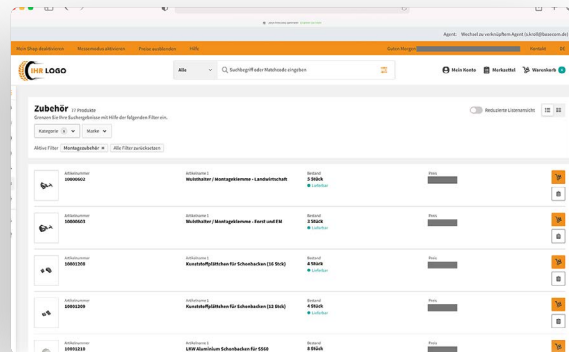
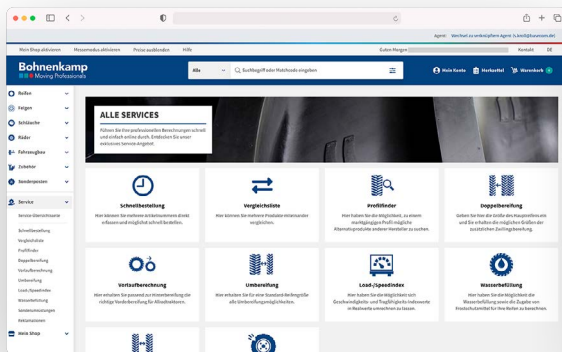
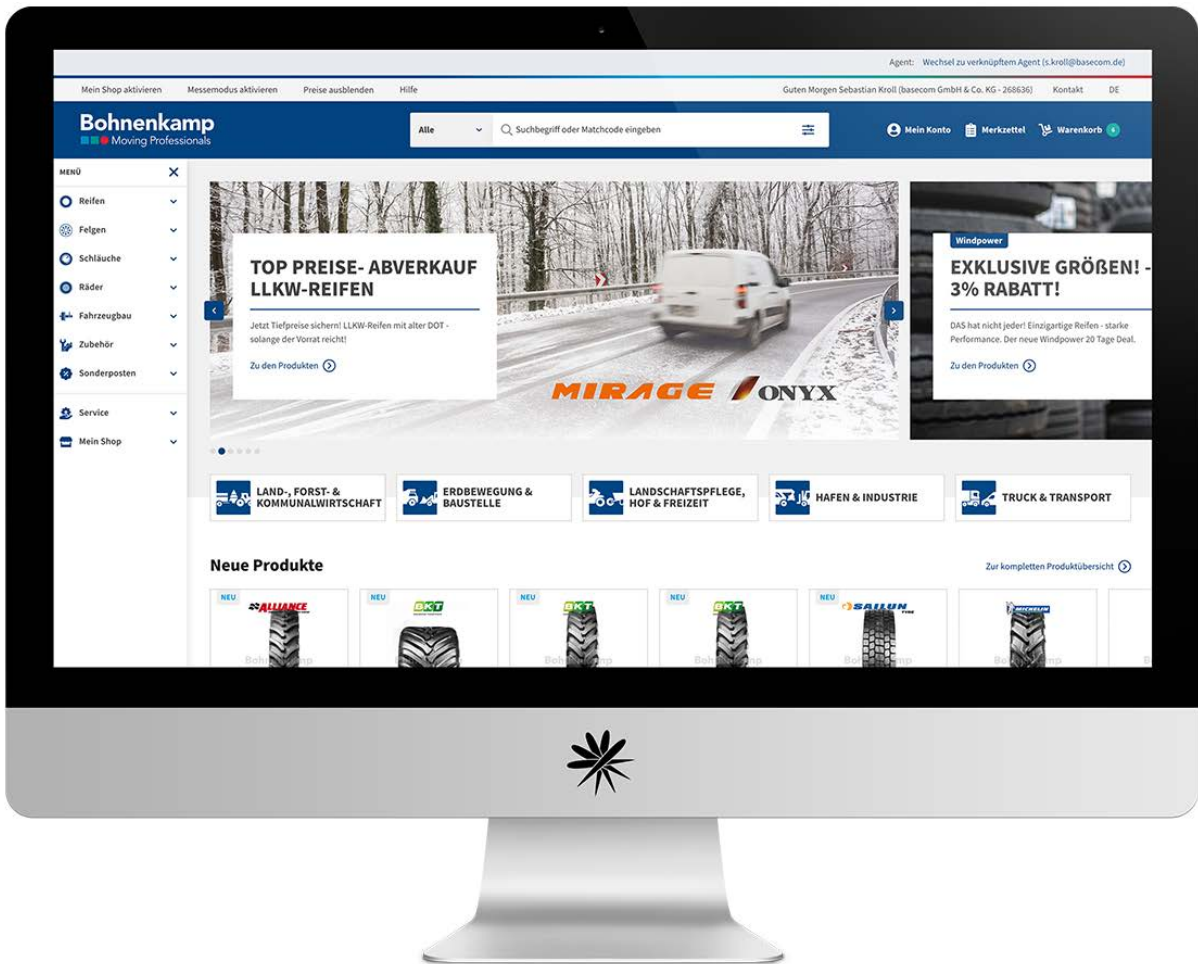
Systeme anbinden zu können, stellt Spryker eine eigene Middleware zur Verfügung, die eine reibungslose Integration ermöglicht. Zusätzlich hat Spryker 2023 seine App Composition Platform (ACP) veröffentlicht und angekündigt, diese weiter auszubauen. Die APC ermöglicht es Nutzer*innen des Spryker Cloud Commerce OS, Services von Drittanbietern (z. B. Algolia oder Payone) via App zu integrieren. Die Apps, die in der ACP bereitgestellt werden, sind von Spryker zertifiziert und können ohne oder mit sehr geringem Entwicklungsaufwand in das System eingebunden werden.



ALDI SÜD

ALDI SHOP&GO ist ein hochinnovatives Filialkonzept, das kassenloses Einkaufen ermöglicht. Die Erfassung der gekauften Artikel erfolgt während des Einkaufs vollautomatisch über ein Kamerasystem. basecom hat die Backend-Logik für den kassenlosen Check-out sowie die mobile App als Frontend umgesetzt. Spryker wird dabei an der Schnittstelle zwischen stationärem Handel

und E-Commerce eingesetzt. Dadurch kommt das Konzept ohne physische Kassen aus. Mehr zu unserem Projekt mit Spryker und ALDI SÜD: <https://www.basecom.de/cases/innovatives-spryker-projekt-mit-aldi-sued/>



BOHNENKAMP

Bohnenkamp ist als Großhandelsunternehmen auf Reifen und Räder für Fahrzeuge und Maschinen in der Land- und Forstwirtschaft, auf Baustellen, im Transportwesen und in der Industrie spezialisiert. Vom mannshohen Traktorreifen bis zum Schubkarrenrad hält das Unternehmen für seine Kund*innen ein riesiges, hochdifferenziertes Produktsortiment bereit. Schon im Jahr 2000

hat das Unternehmen mit seinem ersten Online-Angebot seine digitale Reise begonnen. basecom begleitet die Bohnenkamp SE seit mehr als 10 Jahren auf ihrem Weg. In unserem jüngsten gemeinsamen Projekt haben wir den Relaunch der B2B-Commerce-Plattform auf der Basis des Spryker Commerce OS umgesetzt: <https://www.basecom.de/cases/spryker-projekt-mit-bohnenkamp/>

Fazit

*Spryker ist die richtige E-Commerce-Software für Unternehmen, die im Onlinehandel dynamisch und agil agieren möchten, um mit neuen, innovativen Angeboten Kund*innen zu gewinnen und an sich zu binden. Das Spryker Commerce OS positioniert sich gegenüber der Konkurrenz am Markt als kompromisslose Headless-Lösung mit maximaler Flexibilität und Individualisierbarkeit und setzt voll auf den Best-of-Breed-Ansatz. Durch Technology Ownership gewinnen Nutzer*innen des Systems Unabhängigkeit, während Spryker gleichzeitig die technischen Voraussetzungen bietet, um Innovationen voranzutreiben, neue digitale Produkte zu testen und weiterzuentwickeln.*

Spryker deckt ein entsprechend großes Einsatzspektrum ab, richtet sich aber vor allem an mittlere und größere Unternehmen mit einem klaren Fokus auf komplexe, individuelle oder technisch anspruchsvolle bzw. innovative Geschäftsmodelle. Ein gutes Beispiel dafür ist unser gemeinsames Projekt mit dem Einzelhandelsunternehmen ALDI SÜD, in dem das Spryker Commerce OS im Zusammenhang des kassenlosen Store Concepts SHOP&GO eingesetzt wird, um den automatischen Bezahlvorgang über eine App abzubilden.

Auf Unternehmensseite verlangt das Spryker Commerce OS die Bereitschaft, technisches Know-how bereitzustellen oder aufzubauen: Technology Ownership setzt voraus, dass man sich eine Technologie auch aneignet. In diesem Punkt unterscheidet sich Spryker deutlich von Shopware 6, das zwar ebenfalls sehr flexibel ist, aber dem Onlinehandel in erster Linie ein Shopsystem bietet, das nach dem Prinzip konfigurieren vor programmieren funktioniert. Auch Spryker bietet zwar einen vorkonfigurierten Out-of-the-Box-Shop an, der Schwerpunkt liegt hier aber klar auf individuellen Commerce-Lösungen, die über einen Onlineshop hinaus gehen. Die initialen Kosten für ein Spryker-Projekt können deshalb im Vergleich zu einfachen Shoplösungen verhältnismäßig hoch sein, hängen aber auch sehr stark von den individuellen Anforderungen ab. Da das System durch den modularen Aufbau aber insgesamt meist eher schlank bleibt, fallen in der Regel vergleichsweise geringe Wartungskosten an, sodass die Gesamtbetriebskosten (TCO) über die Einsatzdauer der Software niedrig ausfallen. In jedem Fall ist eine eingehende Bedarfsanalyse für die Auswahl einer geeigneten E-Commerce-Lösung letztlich unverzichtbar.



Zusammenfassung

Unser Vergleich der verschiedenen E-Commerce-Systeme zielt nicht darauf ab, eine Aussage zu treffen, welches das 'beste' System ist. Tatsächlich wäre eine pauschale Empfehlung für das eine oder das andere System nicht sinnvoll und aus unserer Sicht auch nicht seriös. Mit unserem Vergleich wollen wir Ihnen stattdessen die Möglichkeit geben, sich einen Überblick über die unterschiedlichen E-Commerce-Lösungen zu verschaffen und Ihnen bei der Suche nach einem geeigneten System für Ihr Projekt erste Anhaltspunkte bieten. Sowohl Adobe Commerce als auch commercetools, Shopify Plus, Shopware, Spryker, SAP und Pimcore sind aus gutem Grund Bestandteil unseres Portfolios als Softwaredienstleister: Jedes der sieben Systeme hat seine Stärken und sicher auch seine Schwächen. Insbesondere sind wir aber davon überzeugt, dass wir Ihnen mit diesen E-Commerce-Systemen sehr gute Lösungen für ein breites Spektrum unterschiedlicher Anforderungen und individueller Herausforderungen bieten können.

Welches System letztlich die beste Lösung für ein konkretes E-Commerce-Projekt bietet, hängt ganz von den individuellen Anforderungen ab, die das jeweilige Projekt an eine Software stellt. Herauszufinden, welches diese Anforderungen im Einzelnen sind und wie sie technisch umgesetzt werden können, ist einer der wichtigsten Schritte bei der Planung eines E-Commerce-Projekts. Das gilt umso mehr für größere und komplexe Projekte, bei denen beispielsweise große Warensortimente, konfigurierbare Artikel oder die Integration von Drittsystemen (ERP, PIM, CRM) eine Rolle spielen. Dabei stehen wir Ihnen als verlässlicher und erfahrener Partner gerne zur Seite. Wir orientieren uns an Ihren Bedürfnissen und beraten Sie technologieoffen und eingehend, um Ihr Projekt von vornherein auf das richtige Gleis zu setzen. Wir begleiten Sie gerne von der Beratung und Planung über die Umsetzung bis zur Betreuung Ihres erfolgreichen E-Commerce-Projekts.

Impressum

Standort Deutschland:
basecom GmbH & Co. KG | Hannoversche Straße 6-8
49084 Osnabrück | +49 (0)541 580 287 0

Standort USA:
basecom inc. | 800 W Williams St Apex
NC 27502 | Vereinigte Staaten | +1 315 278 5044

Über basecom

Als inhabergeführtes Software-Unternehmen mit mehr als 250 Mitarbeitenden an Standorten in Deutschland, Rumänien und in den USA unterstützt basecom seine Kund*innen als verlässlicher Technologie-Partner bei der Planung, Umsetzung und Betreuung individueller Softwareprojekte in den Bereichen E-Commerce, PIM-Systeme und Digital Experience. Darüber hinaus bieten wir Ihnen umfangreiche Beratungsleistungen auf dem Gebiet der Digitalisierung und der digitalen Transformation des Handels.

basecom ist Teil der GROW Digital Group, die mehr als 600 Expert*innen aus unterschiedlichen Unternehmen der Agentur- und Digitalbranche unter einem Dach vereint. Dank dieser Vernetzung aller Kompetenzen, die zum Auf- und Ausbau von digitalen Geschäftsmodellen erforderlich sind, bietet die GROW Digital Group ihren Kund*innen einen umfassenden Service.

Wir sind bei basecom für Sie da.



Dominik Witte
Chief Sales Officer
d.witte@basecom.de
+49 (0)541 580 287 71



Christof Zahn
Director Business Unit
c.zahn@basecom.de
+49 (0)6181 676 829 6



Svenja Becker
Presales Manager
s.becker@basecom.de
+49 (0)541 580 287 36



Philipp Maas
Senior Sales Consultant
p.maas@basecom.de
+49 (0)541 580 287 45