

Dr. Georg Wittmann, ibi research

# Shopsysteme

## Das Wichtigste im Überblick:

- ✓ Shopsysteme sind der am häufigsten genutzte Vertriebsweg, um seine Produkte und Leistung online zu verkaufen.
- ✓ Um das passende Shopsystem auszuwählen, sollten die Anforderungen des Händlers im Vorfeld gesammelt werden – dabei sind Anforderungen aller Abteilungen einzubeziehen.
- ✓ Bei der Zusammenarbeit mit einer Agentur sind deren Branchenerfahrung sowie die Kenntnisse der technischen Infrastruktur erfolgsentscheidend.
- ✓ Häufig wird die Aufbereitung der Produktdaten sowie die Projektorganisation unterschätzt.

## 1. Auswahl des Shopsystems

Es gibt eine Reihe von unterschiedlichen Typen von Shopsystemen. Alle haben ihre Vor- und Nachteile. Um das passendste Shopsystem für sich zu finden, müssen die eigenen Anforderungen erfasst und mit den Funktionen, Gegebenheiten, Kosten usw. des einzelnen Shopsystems abgeglichen werden. In der Regel erfüllen die meisten Systeme das Gros der Anforderungen und es kommt häufig auf die Erfahrungen der unterstützenden Dienstleister bzw. der eigenen Mitarbeiter mit diesem System für die finale Entscheidung an.

## 2. Konzeption eines Shop-Projekts

Für die Umsetzung eines Shop-Projekts gibt es leider kein Patentrezept. Wie bei fast allen IT-Projekten ist auch eine gewisse Anpassungsfähigkeit während des Projektverlaufs notwendig. Agile Projektumsetzung ist hierfür ein gutes Stichwort. Die folgenden sechs Schritte geben einen Anhaltspunkt, wie die Umsetzung eines Shop-Projekts ablaufen kann:

- Festlegen des Projektziels bzw. des strategischen Rahmens
- Aufbau der Projektorganisation
- Konkretisierung der Anforderungen (Anforderungskatalog sowie erste Budgetfestlegung)
- Erhebung von Prozess- und Systemanforderungen
- System- und Technologiegestaltung sowie Partnerwahl
- Agile Projektumsetzung

## 3. Auswahl eines Shop-Systems

Bei der Auswahl eines Shop-Systems müssen einige Kriterien beachtet werden (vgl. Checkliste). Diese sollten aber immer in Zusammenarbeit mit den Verantwortlichen aus den verschiedenen Abteilungen (z. B. Buchhaltung, Marketing, Logistik) sowie den Mitarbeitern (intern oder extern) die den Online-Shop umsetzen besprochen werden. Neben gemeinsamen Workshops eignen sich hier auch Lasten- und Pflichtenheft, um ein einheitliches Verständnis für die Wünsche und Ziele der einzelnen Abteilungen sicherzustellen.

## 4. Zusammenarbeit mit Agenturen

Bei der Zusammenarbeit mit einer Agentur muss klar sein, dass die Agentur nur über eingeschränktes Wissen über Ihre Branche und Ihr Unternehmen verfügt. Hier müssen klare Vorgaben gemacht werden. Auch die strategischen Überlegungen und die Erarbeitung der Zielsetzung kann einer Agentur nicht abnehmen. Bei der Auswahl einer Agentur sollte insbesondere auf deren Erfahrungen mit der Branche, der präferierten Technik sowie der Zielgruppe des Händlers (Konsumenten vs. Firmenkunden) geachtet werden. Die Sichtung und Kontaktaufnahmen zu Referenzen der Agentur kann hier eine gute Hilfestellung sein.

### Relevante Kriterien bei der Shopsystem Auswahl:

- ✓ Budget – Welches System kann ich mir leisten? (Einmal-Investition; laufende Kosten)
- ✓ Welche Lizenzen werden angeboten? (Kauf-Lizenz, Open-Source-Lizenz, Miete)
- ✓ Schnittstellen zur Warenwirtschaft (WWS), Produktinformationsmanagement-System (PIM), Customer-Relationship-Management-System (CRM), Zahlungsabwicklung und weiteren Systemen
- ✓ Unterstützte Produktarten (Waren, Dienstleistungen, digitale Güter)
- ✓ Mögliche Produktanzahl (auch bei zukünftigen Erweiterungen)
- ✓ Möglichkeit zur Abbildung von Varianten (z.B. unterschiedliche Größen)
- ✓ Möglichkeiten zur Produktbeschreibung (mehrere Bilder pro Produkt, Vergrößerung, Video, 3-D-Ansicht)
- ✓ Navigations- (z. B. Zuordnung von Produkten zu mehreren Kategorien) und Suchmöglichkeiten
- ✓ Internationale Nutzbarkeit (z. B. Mehrsprachigkeit, automatische Lieferkosten- und Steuerberechnung)
- ✓ Unterstützung der SEO (Suchmaschinenoptimierung), z.B. durch individuelle Titel und Metatags je Produkt und Sprache
- ✓ Marketing-Funktionen: Gutscheine, Banner, Cross-Selling, soziale Medien
- ✓ Skalierbarkeit der Lösung
- ✓ Sicherheit des Systems
- ✓ Support-Funktionalitäten des Herstellers/Dienstleisters

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