

Übersicht Shop-Software für große Unternehmen, Hersteller und Markenanbieter (Auswahl)

Anbieter / Shop-Software	Alleinstellungsmerkmale laut Anbieter	Vertriebsmodell (Lizenzverkauf oder Software as a Service)	Welche Preismodelle und Editionen bieten Sie an?	Welche Zielgruppe sprechen Sie mit welcher Edition an?	Verbreitung: Wie viele Shops haben Ihr System im Einsatz?	Benötigt der Kunde eine eigene IT-Abteilung, um mit Ihrer Shop-Software arbeiten zu können?	Sind für Anpassungen zwingend eine Agentur oder ein Dienstleister nötig?	Unter welchen Voraussetzungen können Unternehmen Anpassungen selbst vornehmen?	Welche Neuerungen stehen für die kommenden zwölf Monate auf der Agenda?
Commercetools GmbH / Commercetools-Plattform	cloud-nativ, das heißt, keine Upgrades und keine Wartung erforderlich	„Multi-tenant“-SaaS-Modell	Abrechnung entweder nach Umsatzbeteiligung, API-Calls oder Anzahl der Stock Keeping Units (SKO)	internationale Enterprise-Kunden ab einem Online-Jahresumsatz von mehr als 10 Millionen Euro	in Deutschland rund 500 Anwendungen, außerhalb Deutschlands rund 350	für das Backend sind keine IT-Ressourcen nötig. Das Frontend baut der Kunde selbst	ist situationsabhängig	die API-Schnittstelle ist offen, sodass Entwickler beliebige Anpassungen vornehmen können	Machine-Learning-Funktionen mit selbstlernender Datenlogik für die Datenbereinigung
E-matters / E-matters E-Commerce Suite	Enterprise-fähige Commerce-Software mit unterschiedlichen Modulen	On-Premise, cloud-basiert ab dem zweiten Quartal 2018	eine Basis-Lizenz liegt bei rund 25.000 Euro, lizenzierte Module liegen bei rund 75.000 Euro	laut Hersteller sollte „mindestens ein mittleres fünfstelliges Projekt-Budget zur Verfügung stehen“	in Deutschland rund 50, außerhalb Deutschlands rund 10	nein, aber empfehlenswert. Alternative: Beauftragung einer E-Commerce-Agentur	nein, „Open Code Policy“, IT-Team des Betreibers kann selbst anpassen und hat auf alles Zugriff	für grundsätzliche Konfigurationen keine Kenntnisse notwendig	Produktlaunch des Moduls „Marktplatz-Software“, Entwicklung eines cloudbasierten Angebots
Intellishop / Intellishop eCommerce Plattform 7.9	für B2B-E-Commerce, Plattform für alle digitalen Angebots- & Vertriebsprozesse, integrierte Middleware-Funktionalität	On-Premise-Modell	– Catalog-Edition: 36.000 Euro – Standard-Edition: 88.000 Euro – Platinum-Edition: 198.000 Euro	Hersteller, Einkaufsgemeinschaften und große Händler mit einem Jahresumsatz zwischen 50 und 500 Millionen Euro	in Deutschland 350, außerhalb Deutschlands 50	typische Intellishop-Kunden haben eine eigene IT-Abteilung	IT-Unterstützung ist bei der Integration in vorhandene Systeme wie ERP, CRM, PIM notwendig	wenn Mitarbeiter mit PHP-Know-how im Unternehmen sind. Viele Kunden nutzen den Service von Partnern	Ausbau der Branchen-Editionen, noch mehr prozessorientierte B2B-Funktionalitäten, Markteinführung Version 8.0
Intershop / Intershop Commerce Management 7.9	unabhängig von anderen Systemen	On-Premise-Modell, Managed Services, SaaS	Software kann gekauft oder gemietet werden, Abrechnung nach Transaktionen oder Umsatz	sowohl B2C als auch B2B und B2B2C, nicht branchenspezifisch	keine Angabe	ja, außer die SaaS-Variante wird gewählt	üblicherweise nehmen Dienstleister oder Agenturen die Anpassungen vor	nach einer Schulung	Connectoren zu Microsoft Dynamics 365, Datenbankanunabhängigkeit, Intershop Cloud-Portal, RESTbased Storefront
Magento / Magento Open Source und Commerce	offene Omnichannel-E-Commerce-Plattform	On-Premise- und Single-tenant, cloud-basierte SaaS-Lösung	Kosten abhängig vom Umsatz, jährliches Abonnement	Unternehmen aller Größenordnungen und in allen Branchen	10.500 Shops in Deutschland, weltweit über 260.000	nein	nein, wenn der Händler ein eigenes IT-Team hat	keine Einschränkungen bei der Anpassung der Lösung.	Ausbau der Business-Intelligence-Plattform. Einsatz neuer Technologien wie KI
Newstore / Newstore Mobile Retail Plattform	Plattform für Mobile Commerce	SaaS-Modell	Preismodelle abhängig vom Transaktionsvolumen	größere Marken und Händler ab 6 Millionen Euro Jahresumsatz	keine Angabe	nein, aber Schnittstellen-Know-how zu den Backend-Systemen	nein, Kunden nehmen nach einer Schulung Anpassungen selbst vor	nach einer Schulung	keine Angabe
Novomind / Novomind iShop	schnelles Aufsetzen eines Shops und schnelle Ladezeiten; Shop-Management ohne IT möglich	SaaS-Modell	Preismodell basiert auf dem Traffic des Shops und der Anzahl der Mandanten	geeignet für Unternehmen mit einem Online-Umsatz ab 5 Millionen Euro pro Jahr	in Deutschland mehr als 25, außerhalb Deutschlands rund 45	nein, Shop-Manager benötigt kein IT-Know-how	nein	mit Java-Know-how können strukturelle Änderungen selbst vorgenommen werden	Assistenz-Systeme für das Shop-Management, Rollout des Order Management Moduls (OMS), Internationalisierung
Oro / Orocommerce 1.4	für B2B-Commerce, CRM integriert; Open-Source-Technologie	On-Premise- und SaaS-Modell	Enterprise Edition ab 35.000 Euro Lizenzkosten pro Jahr	Händler und Hersteller mit einem Jahresumsatz ab 30 Millionen Euro oder einem Online-Umsatz ab 5 Millionen Euro	in Deutschland 5, außerhalb Deutschlands mehr als 100	ja, Kunde benötigt technische Ressourcen	nein, Anpassungen können selbst durchgeführt werden, ein externer Experte wird empfohlen	keine speziellen Voraussetzungen	Oro wird demnächst in Plattform-as-a-Service-Umgebungen einsatzfähig sein
Oxid eSales / Oxid eShop	seit 14 Jahren E-Commerce-Know-how	On-Premise	Professional Edition: rund 3000 Euro, bei Enterprise Edition und Enterprise-B2B-Edition Preis je nach Umfang	Professional Edition für kleine Unternehmen, Enterprise Edition für gehobenen Mittelstand mit etablierten Prozessen	über 2000 Kunden und rund 600 Enterprise-Lizenzen	bei Professional Edition nicht nötig, im Enterprise-Edition-Segment von Vorteil	nein, kann eigenständig erledigt werden; je nach Komplexität wird ein Dienstleister empfohlen	keine Angabe	Version 6 mit erweitertem und modernisiertem Software-Code kommt auf den Markt
Salesforce.com / Salesforce Commerce Cloud	Verfügbarkeit, Skalierbarkeit in der Cloud, in die Salesforce-Sicherheitslösung integriert	SaaS-Modell	umsatzbasiertes Preismodell: 3,5 Prozent des Umsatzes bekommt Salesforce	keine Angabe	keine Angabe zu Deutschland, weltweit mehr als 2000 Webseiten	keine Angabe	nein, Kunden können sich an zertifizierte Partner und Entwickler wenden	keine Angabe	keine Angabe
SAP / SAP Hybris Commerce, SAP Hybris Commerce Cloud	native SAP-Integration, integriertes PIM-System, Hybris-Portfolio	On-Premise- und Cloud-Modell	keine genaue Angabe zu den Kosten, Cloud-Lösung mit monatlicher Miete	kleine, mittelständische und DAX-Unternehmen, für B2B- und B2C-Prozesse	in Deutschland 500 Kunden, weltweit rund 2000 Kunden	bei der On-Premise-Version Hosting- und Implementierungsdienstleister	nein, nicht zwingend, Kunden arbeiten meist mit Agentur zusammen	Java-Kenntnisse, da SAP Hybris Commerce eine Java-Applikation ist	Fokus auf SAP-Leonardo (Machine Learning), Ausbau der Microservice-Erweiterungen
Shopware / Shopware 5.3	emotionales Käuferlebnis, einfache Usability, schnelle Erweiterbarkeit	On-Premise	– Professional Edition: ab 1295 Euro – Professional Plus Edition: ab 5995 Euro – Enterprise Edition: ab 29.995 Euro	Start-ups bis hin zu großen Marken und Online-Händler	in Deutschland rund 54.000, weltweit rund 60.000	keine IT-Kenntnisse notwendig. Zertifizierte Agentur-Partner können professionelle Betreuung des Shops übernehmen	einfache Anpassungen können ohne Kenntnisse getätigt werden. Agenturunterstützung für individuelles Shop-Template und Erweiterungen	einfache Anpassungen direkt im Backend. Bei Anpassung des Templates oder des Shopware-Kerns Programmierkenntnisse erforderlich	Weiterentwicklung der Varianten in Shopware, Übersetzbarkeit des Shops für den Ausbau des internationalen Business. Composer Integration und Deployment
Speed4Trade / Speed4Trade 2.7.42.5	Multichannel-Ansatz inklusive kompatibler Middleware	On-Premise	Einstiegspreis ab 70.000 Euro	für Unternehmen ab 1 Million Euro Online-Umsatz pro Jahr	rund 30 Installationen deutschlandweit	Implementierung erfolgt durch Speed4trade	Anpassungen erfolgen direkt durch Speed4Trade	Content-Änderungen über das CMS	Content-Designer zur Content-Pflege via Grid-System
Spryker Systems / Spryker Commerce OS	rund 200 funktionale Bausteine (Capabilities)	On-Premise	Lizenzierung der einzelnen Entwickler	für B2B- oder B2C-Unternehmen	keine Angabe	für Unternehmen mit und ohne eigene IT	nein, Code ist offen zugänglich	keine lizenzrechtlichen Barrieren	IoT-Funktionalitäten, Erweiterungen für B2B-Anwendungen

Quelle: Antworten der Software-Anbieter auf eigene Recherchefragen, Stand November 2017