

Foto: Intellishop

## Blick in die Zukunft

Mehr Baukastenprinzip, mehr Cloud und Integration des Internet of Things:  
So sehen die Anforderungen an künftige Shop-Software aus



„Shop-Software wird Devices wie Datenbrillen, aber auch Spracheingabe und Gestensteuerung unterstützen“

Johannes W. Klinger  
Vorstand der Websale AG  
www.websale.de

Mobile Shopping wird bald alltäglich sein und Handelsoftware wird das stationäre und das Online-Geschäft verzahnen, um mittels einer präziseren Datenauswertung eine genauere und persönlichere Kundenansprache zu erreichen. Von diesen Trends werden die meisten schon einmal gelesen oder gehört haben, doch wie werden die Shop-Software-Lösungen etwa in fünf Jahren aussehen? Welches sind die großen Linien jenseits der halbjährlichen Veröffentlichung von neuen Modulen, Minor oder Major Releases – wo also wird die Reise hingehen?

### Was kennzeichnet Shop-Systeme in der Zukunft

INTERNET WORLD Business hat rund 20 namhafte Shop-Software-Anbieter befragt, mit welchen Entwicklungen sie rechnen. Hierbei besteht zwar die Gefahr, dass die Unternehmen das promoten, woran sie selbst arbeiten, da jedoch 18 Shop-Software-Hersteller geantwortet haben, lassen sich aus dem Ergebnis allgemeine Trends destillieren.

Software as a Service (SaaS) gibt es schon seit über zehn Jahren. Während das Mieten von Software in der Cloud lange nur distanziert beäugt wurde, ist es heute selbstverständlich geworden. Viele Anbieter sind überzeugt, dass die Verlagerung von Anwendungen in die Cloud zunehmen wird. „Software as a Service beziehungsweise Cloud-Shop-Software-Lösungen werden wesentlich wichtiger als lokale Installationen sein“, ist Stefan Grieben, Chief Operating Officer bei der Novomind AG, überzeugt. Kaum jemand werde in fünf Jahren noch in Lizenzen und in komplexe Betriebszenarien investieren. Ähnlich sieht das Wilfried Beeck, CEO von ePages: „Nahezu alle Shop-Systeme werden als Cloud-basierte SaaS-Lösung laufen. Statische On-Premise-Lösungen werden vom Markt verschwunden sein.“

### Weniger „monolithisch“, mehr modular

Das Stichwort „statisch“ leitet zum nächsten Trend über: Die Anforderungen an die Shop-Software werden komplexer. Märkte

verändern sich schnell, die Shop-Software muss diese Änderungen flexibel und rasch abbilden können. Als Gegenentwurf zu Shop-Lösungen, die über Jahre hinweg gewachsen sind und als relativ „unbeweglich“ wahrgenommen werden, entstehen gerade Shop-Plattformen, die sich selbst als „Framework“ oder mit dem Adjektiv „modular“ beschreiben.



„Größere Unternehmen lösen ihre monolithischen Shop-Strukturen auf“

Alexander Graf, Spryker Systems  
www.spryker.com

Diesen Ansatz verfolgen beispielsweise Spryker Systems oder das „Commerce Cockpit“, eine neue Lösung der E-Commerce-Agentur Shopmacher. Thomas Gottheil, Geschäftsführer von Shopmacher, beschreibt künftige Verkaufslösungen so: „Es wird eine stärkere Trennung von Prozessebene und Inszenierungsebene geben. Auf beiden Seiten werden sich serviceorientierte Architekturen durchgesetzt haben, Monolithen sind vom Markt verschwunden.“ Serviceorientierte Architekturen sind für ihn viele kleine Applikationen, die miteinander verbunden sind. Jede löst eine spezifische Herausforderung. So ein modularer Baukasten ersetzt das eine „All in One“-Paket, das für professionelle Nutzer irgendwann nicht mehr wartbar sein werde, so Gottheil, weil die Anforderungen immer komplexer werden: „Zukünftig wird es so sein, dass man sich die benötigten Programme sehr frei zusammenstellt – statt eine große Software zu nutzen.“

### Triebkraft ist die Kundenzentrierung

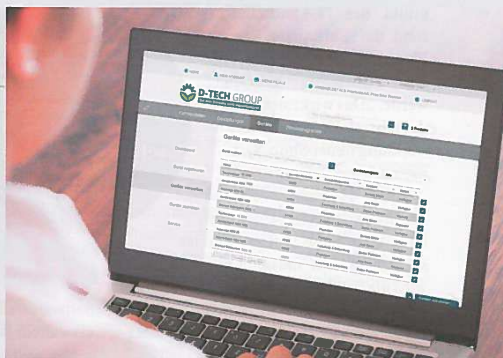
Alexander Graf, Geschäftsführer von Spryker Systems, beobachtet diese Entwicklung bereits: „Bei größeren Unternehmen sehen wir jetzt schon, dass diese ihre monolithischen Shop-Strukturen auf-

## Premieren auf der Internet World

Auf der Internet World stellen namhafte Shop-Software-Anbieter ihre Lösungen vor. Einige bringen zur Messe in München ganz frische Releases mit:

Intellishop (Halle B6 / D180) stellt das Release 7.9 der gleichnamigen E-Commerce-Plattform mit zwei neuen Modulen vor. Intellishop wendet sich mit seiner Software vor allem an Unternehmen, die eine B2B-Lösung benötigen. Vor diesem Hintergrund ist das neue Modul „Account Management“ sinnvoll: Mit diesem Modul können Beschaffungsprozesse und die Organisationsstruktur von Kunden im Shop abgebildet werden, und zwar vom Kunden selbst. In Unternehmen kaufen häufig verschiedene Abteilungen ein, das soll dadurch erleichtert werden. Das Modul wird im Standard-Update enthalten sein.

Das Modul „Device Management“ hingegen wird ein Premium-Modul sein, das eigens hinzugebucht werden muss. Damit können Unternehmen ihre Geräte oder Maschinen online registrieren und



↑ **Device Management:** Intellishop bietet für das neue Release ein Modul an, mit dem Geräte registriert und verwaltet werden können

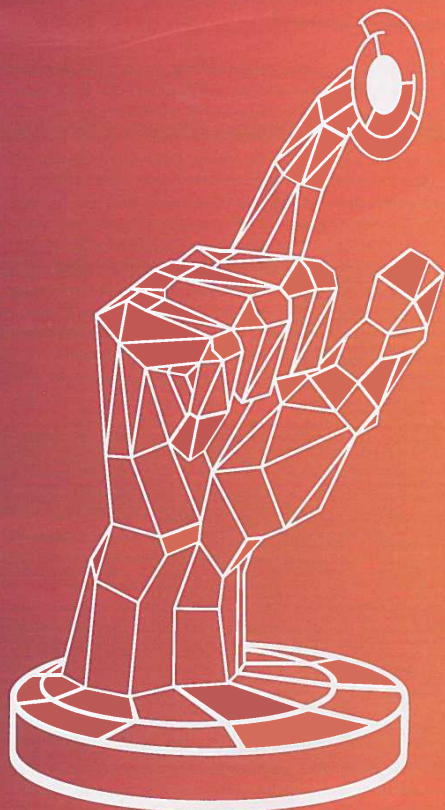
darüber die Garantie oder die Wartung verwalten.

E-Matters (Halle B6 / E253) bringt ebenfalls ein neues Modul für die E-Commerce-Suite mit nach München. Es trägt den Arbeitstitel „Customer Experience Designer“. Marketingverantwortliche können damit verschiedene Kontaktmöglichkeiten mit ihren Kunden definieren und

sie mit personalisierten Aktionen hinterlegen. Dadurch soll die Personalisierung gestärkt werden und die Customer Journey einfacher gesteuert und ausgewertet werden können.

Die Websale AG (Halle B6 / E270) präsentiert das neueste Release der Shop-Plattform „Websale V8“ auf der Internet World. Es erscheint mit zusätzlichen Suchmaschinenmodulen für SEO-Agenturen und beinhaltet weitere Schnittstellen zu Payment-Diensten, wodurch Shop-Betreiber ihren Online-Shop noch individueller an die Zahlungsvorlieben ihrer Kunden anpassen können. Auch das Thema Mobile-Optimierung wurde weiter intensiviert. So stellt Websale das neue Websale Backend vor, das im Responsive Design entwickelt wurde und eine verbesserte Usability bietet.

Foto: Intellishop Device-Management



# Performance Marketing Awards

Where relevance becomes results.

Ihr gehört zu den kreativsten und strategischsten Köpfen der Performance Marketing-Branche?

Dann bewerbt Euch noch bis zum **07. März** für die Performance Marketing Awards.



**JETZT BEWERBEN**  
criteo.com/performanceawards

Powered by **criteo**.

# 21. April 2016

**GOP.**  
varieté-theater  
MÜNCHEN