

Shopware versus WooCommerce – Die Giganten unter den Shop-Systemen im Vergleich

AUTOR: THOMAS LUDWIG

SHOP-SYSTEME BILDEN DAS HERZSTÜCK DER IMMER WEITER WACHSENDEN E-COMMERCE-BRANCHE. OHNE PASSENDES SHOP-SYSTEM KEIN ONLINE-SHOP, OHNE ONLINE-SHOP KEIN E-COMMERCE! HÄUFIG KOMMT HIERFÜR VORGEFERTIGTE SHOP-SOFTWARE ZUM EINSATZ, ÜBER DIE DER EIGENE ONLINE-SHOP BAUKASTENMÄSSIG ZUSAMMENGESTELLT WERDEN KANN. SHOP-SYSTEME ERMÖGLICHEN EINE SCHNELLE UND UNKOMPLIZIERTE ERSTELLUNG VON ONLINE-VERKAUFSOBERFLÄCHEN, OHNE DASS MAN ÜBER UMFASSENDE PROGRAMMIERKENNTNISSE VERFÜGEN MÜSSTE.

Zu den gängigsten Shop-System-Anbietern gehören momentan Shopware und WooCommerce – beide Systeme werden aktuell auch bei der Rusch-Firmengruppe eingesetzt, weshalb sie einmal näher aufgezeigt werden sollen.

Die Geschichte des deutschen Anbieters Shopware beginnt bereits im Jahr 2000, als der technikbegeisterte Schüler Stefan Hamann aus dem nordrhein-westfälischen Schöppingen zunächst eine Internetagentur mit dem Namen

Hamann Media GmbH gründete. Zusammen mit seinem Bruder ergatterte Hamann 2003 einen grösseren Auftrag von der damaligen Internetplattform www.arktis.de. Das Ziel: die Entwicklung eines individuellen Shop-Systems. Sofort machten sich die Hamann-Brüder an die Entwicklung eines in Technik und Design bis dato einzigartigen Systems – dies war die Geburtsstunde des Shopware-Shop-Systems.

WooCommerce ist etwas jünger und wurde erst 2008 von drei eingefleischten WordPress-Enthusiasten und Programmierern im südafrikanischen Kapstadt gegründet. Mittlerweile besteht das WooCommerce-Team aus mehreren Hundert Mitarbeitern, die sich auf 19 Länder verteilen. Hinter Shopware steht inzwischen ebenfalls ein umfassendes Team aus mehr als 350 Mitarbeitern. Bereits mehr als 100.000 B2B-Kunden verwenden die vorteilhaften Lösungen des Shopware-Shop-Systems – rund 28 Prozent aller deutschen User und weltweit immerhin rund 8 Prozent setzen auf diesen Anbieter. Bei WooCommerce beziffert sich der weltweite Marktanteil auf

rund 20 Prozent, deutschlandweit jedoch nur auf etwa 3 Prozent. WooCommerce ist auf der internationalen Bühne also deutlich erfolgreicher – hingegen ist Shopware vorrangig in Deutschland beliebt. Mit rund 31 Millionen Euro Jahresumsatz liegt die Shopware AG jedoch deutlich hinter Automatic, dem Besitzer des WooCommerce-Shop-Systems, der im vergangenen Kalenderjahr sogar rund 172 Millionen Euro erwirtschaftete.

ALLE WICHTIGEN MEILENSTEINE VON SHOPWARE UND WOOCOMMERCE AUF EINEN BLICK

Der wirkliche Durchbruch gelang den deutschen Shopware-Brüdern erst mit dem Börsengang im Jahr 2008 – ab da verzeichnete das Unternehmen jährliche Wachstumsraten von 30 bis 40 Prozent! 2010 brachte das Unternehmen zudem eine quelloffene Edition auf den Markt, die durch die dedizierte Shopware-Community alsbald erweitert, verbessert und zugleich indirekt vermarktet wurde. Dadurch sprengten die Shopware-Download-Zahlen bald alle Rekorde und machten dieses Shop-System quasi über Nacht zum beliebtesten Anbieter in Deutschland. Seit 2018

ist Shopware auch in Grossbritannien und Irland extrem erfolgreich. Mit der Vorstellung von »Shopware-6« gibt es seit 2019 ein neuartiges E-Commerce-System, das auf jedes nur erdenkliche E-Commerce-Szenario vorbereitet ist.

Der südafrikanische Anbieter WooCommerce weist in puncto Open-Source-Anwendungen deutliche Parallelen zum Shopware-Konkurrenten auf. Nachdem das WooCommerce-System zwischen 2008 und 2011 von Dutzenden Usern über einige Zeit weiterentwickelt wurde, folgte alsbald der Launch einer WooCommerce-eigenen Plattform. Mit »WooCommerce 2.0« gelang im März 2013 dann der wirkliche Durchbruch. Bis heute wurden WooCommerce-Shop-Systeme weltweit mehr als 80 Millionen Mal installiert. Zu den berühmtesten Kunden von WooCommerce gehören Weber Grills und der Nähmaschinenhersteller Singer.

WORIN SICH DIE BEIDEN SHOP-SYSTEME UNTERSCHIEDEN

Zunächst einmal ist das Shopware-System explizit für den E-Commerce entwickelt worden, während es sich beim WooCommerce-System um ein umfassenderes Plug-in für WordPress-Webseiten handelt. Beide Systeme sind jedoch Open-Source-Anwendungen und damit grundsätzlich kostenlos – zumindest in ihren Grundfunktionen. Wer jedoch vielseitigere Funktionen sowie Support wünscht, der muss bei beiden Anbietern zu kostenpflichtigen Versionen greifen.

Nun zum wichtigsten Unterschied: Das Shopware-System bietet die Möglichkeit der Implementierung von Marketing-Tools und erleichtert

damit die Vermarktung des eigenen Online-Shops. Ausserdem ist das Shopware-System wesentlich leichter und intuitiver bedienbar als das WooCommerce-System. Es bietet zudem mehr als 1.500 unterschiedliche Erweiterungen und sorgt dafür, dass der eigene Shopware-Webshop in jedem Fall einzigartig wird. Aber auch in WooCommerce-Webshops können Themes individuell angepasst und gestaltet werden. Der Shopware-Anbieter ist aber insgesamt noch ein Stück weit besser auf den deutschen Markt ausgerichtet – schon allein in puncto Rechtssicherheit. Denn die hier geltende Datenschutz-Grundverordnung (kurz DSGVO) wird von diesem Shop-System rechtssicher miteinbezogen. Hinzu kommt, dass der Shopware-Anbieter umfangreiche Möglichkeiten für eine ausführliche Dokumentation bietet – in deutscher wie in englischer Sprache.

DIE WICHTIGSTEN ERFOLGSFAKTOREN BEIDER SHOP-SYSTEME

Der sagenhafte Aufstieg beider Shop-Systeme liegt vor allem an den individuellen Erfolgsfaktoren, die beiden Anbietern innerhalb der vergangenen Jahre einen starken Zustrom bescherten. Wir wollen diese Faktoren daher einmal kurz und bündig zusammenfassen.

LEICHTE UND INTUITIV BEDIENBARE BENUTZEROBERFLÄCHEN

Der Shopware- wie der WooCommerce-Anbieter setzen auf vergleichsweise einfache und ohne umfassende Programmierkenntnisse bedienbare Benutzeroberflächen. Das sorgte dafür, dass beide Systeme immer beliebter wurden – nicht nur bei Freelancern, die Webshops im Auftrag ihrer Kunden erstellen, sondern auch bei Webshop-Besitzern

selbst, die dadurch Webshop-Projekte selbst umsetzen können.

BEIDE ANBIETER BESITZEN EINE GROSSE COMMUNITY

Durch eine grosse Community aus Design- und Programmierspezialisten wurden beide Shop-Systeme über die Jahre immer weiter verfeinert und optimiert. Ausserdem sorgten diese Communities dafür, dass sich die Bekanntheit der Anbieter indirekt und völlig kostenfrei erweiterte.

KOSTENLOSE BASISVERSIONEN UND KOSTENPFLICHTIGE UPGRADES

Das Shopware- wie das WooCommerce-Konzept basieren auf Open-Source-Anwendungen, die in ihren Basisversionen gratis sind. Erst umfangreiche Versionen mit Support-Service kosten den Nutzer Geld. Gerade Einsteiger im E-Commerce wissen es jedoch zu schätzen, dass die individuellen Kosten zunächst gering sind, und geben sich notfalls auch mit einer verschlankten Version zufrieden.

REICHLICH INDIVIDUALITÄT FÜR POTENZIELLE SHOP-BETREIBER

Beide Shop-System-Anbieter offerieren ihren Nutzern grundsätzlich eine Riesenauswahl an verschiedenen Templates, Themes, Designs und Gestaltungsmöglichkeiten (auch über Zusatzmodule und Plug-ins) für die jeweilige Shop-Oberfläche. Dadurch lassen sich zum einen schnell und unkompliziert Shops erstellen, und zum anderen kann man diese auch einzigartig personalisieren – und zwar viel besser noch als bei herkömmlichen Shop-Systemen.

(redaktion@noch-erfolgreicher.com)

Shopware versus WooCommerce – Die Giganten unter den Shop-Systemen im Vergleich

AUTOR: THOMAS LUDWIG

SHOP-SYSTEME BILDEN DAS HERZSTÜCK DER IMMER WEITER WACHSENDEN E-COMMERCE-BRANCHE. OHNE PASSENDES SHOP-SYSTEM KEIN ONLINE-SHOP, OHNE ONLINE-SHOP KEIN E-COMMERCE! HÄUFIG KOMMT HIERFÜR VORGEFERTIGTE SHOP-SOFTWARE ZUM EINSATZ, ÜBER DIE DER EIGENE ONLINE-SHOP BAUKASTENMÄSSIG ZUSAMMENGESTELLT WERDEN KANN. SHOP-SYSTEME ERMÖGLICHEN EINE SCHNELLE UND UNKOMPLIZIERTE ERSTELLUNG VON ONLINE-VERKAUFSOBERFLÄCHEN, OHNE DASS MAN ÜBER UMFASSENDE PROGRAMMIERKENNTNISSE VERFÜGEN MÜSSTE.

Zu den gängigsten Shop-System-Anbietern gehören momentan Shopware und WooCommerce – beide Systeme werden aktuell auch bei der Rusch-Firmengruppe eingesetzt, weshalb sie einmal näher aufgezeigt werden sollen.

Die Geschichte des deutschen Anbieters Shopware beginnt bereits im Jahr 2000, als der technikbegeisterte Schüler Stefan Hamann aus dem nordrhein-westfälischen Schöppingen zunächst eine Internetagentur mit dem Namen

Hamann Media GmbH gründete. Zusammen mit seinem Bruder ergatterte Hamann 2003 einen grösseren Auftrag von der damaligen Internetplattform www.arktis.de. Das Ziel: die Entwicklung eines individuellen Shop-Systems. Sofort machten sich die Hamann-Brüder an die Entwicklung eines in Technik und Design bis dato einzigartigen Systems – dies war die Geburtsstunde des Shopware-Shop-Systems.

WooCommerce ist etwas jünger und wurde erst 2008 von drei eingefleischten WordPress-Enthusiasten und Programmierern im südafrikanischen Kapstadt gegründet. Mittlerweile besteht das WooCommerce-Team aus mehreren Hundert Mitarbeitern, die sich auf 19 Länder verteilen. Hinter Shopware steht inzwischen ebenfalls ein umfassendes Team aus mehr als 350 Mitarbeitern. Bereits mehr als 100.000 B2B-Kunden verwenden die vorteilhaften Lösungen des Shopware-Shop-Systems – rund 28 Prozent aller deutschen User und weltweit immerhin rund 8 Prozent setzen auf diesen Anbieter. Bei WooCommerce beziffert sich der weltweite Marktanteil auf

rund 20 Prozent, deutschlandweit jedoch nur auf etwa 3 Prozent. WooCommerce ist auf der internationalen Bühne also deutlich erfolgreicher – hingegen ist Shopware vorrangig in Deutschland beliebt. Mit rund 31 Millionen Euro Jahresumsatz liegt die Shopware AG jedoch deutlich hinter Automattic, dem Besitzer des WooCommerce-Shop-Systems, der im vergangenen Kalenderjahr sogar rund 172 Millionen Euro erwirtschaftete.

ALLE WICHTIGEN MEILENSTEINE VON SHOPWARE UND WOOCOMMERCE AUF EINEN BLICK

Der wirkliche Durchbruch gelang den deutschen Shopware-Brüdern erst mit dem Börsengang im Jahr 2008 – ab da verzeichnete das Unternehmen jährliche Wachstumsraten von 30 bis 40 Prozent! 2010 brachte das Unternehmen zudem eine quelloffene Edition auf den Markt, die durch die dedizierte Shopware-Community alsbald erweitert, verbessert und zugleich indirekt vermarktet wurde. Dadurch sprengten die Shopware-Download-Zahlen bald alle Rekorde und machten dieses Shop-System quasi über Nacht zum beliebtesten Anbieter in Deutschland. Seit 2018

ist Shopware auch in Grossbritannien und Irland extrem erfolgreich. Mit der Vorstellung von »Shopware-6« gibt es seit 2019 ein neuartiges E-Commerce-System, das auf jedes nur erdenkliche E-Commerce-Szenario vorbereitet ist.

Der südafrikanische Anbieter WooCommerce weist in puncto Open-Source-Anwendungen deutliche Parallelen zum Shopware-Konkurrenten auf. Nachdem das WooCommerce-System zwischen 2008 und 2011 von Dutzenden Usern über einige Zeit weiterentwickelt wurde, folgte alsbald der Launch einer WooCommerce-eigenen Plattform. Mit »WooCommerce 2.0« gelang im März 2013 dann der wirkliche Durchbruch. Bis heute wurden WooCommerce-Shop-Systeme weltweit mehr als 80 Millionen Mal installiert. Zu den berühmtesten Kunden von WooCommerce gehören Weber Grills und der Nähmaschinenhersteller Singer.

WORIN SICH DIE BEIDEN SHOP-SYSTEME UNTERSCHIEDEN

Zunächst einmal ist das Shopware-System explizit für den E-Commerce entwickelt worden, während es sich beim WooCommerce-System um ein umfassenderes Plug-in für WordPress-Webseiten handelt. Beide Systeme sind jedoch Open-Source-Anwendungen und damit grundsätzlich kostenlos – zumindest in ihren Grundfunktionen. Wer jedoch vielseitigere Funktionen sowie Support wünscht, der muss bei beiden Anbietern zu kostenpflichtigen Versionen greifen.

Nun zum wichtigsten Unterschied: Das Shopware-System bietet die Möglichkeit der Implementierung von Marketing-Tools und erleichtert

damit die Vermarktung des eigenen Online-Shops. Ausserdem ist das Shopware-System wesentlich leichter und intuitiver bedienbar als das WooCommerce-System. Es bietet zudem mehr als 1.500 unterschiedliche Erweiterungen und sorgt dafür, dass der eigene Shopware-Webshop in jedem Fall einzigartig wird. Aber auch in WooCommerce-Webshops können Themes individuell angepasst und gestaltet werden. Der Shopware-Anbieter ist aber insgesamt noch ein Stück weit besser auf den deutschen Markt ausgerichtet – schon allein in puncto Rechtssicherheit. Denn die hier geltende Datenschutz-Grundverordnung (kurz DSGVO) wird von diesem Shop-System rechtssicher miteinbezogen. Hinzu kommt, dass der Shopware-Anbieter umfangreiche Möglichkeiten für eine ausführliche Dokumentation bietet – in deutscher wie in englischer Sprache.

DIE WICHTIGSTEN ERFOLGSFAKTOREN BEIDER SHOP-SYSTEME

Der sagenhafte Aufstieg beider Shop-Systeme liegt vor allem an den individuellen Erfolgsfaktoren, die beiden Anbietern innerhalb der vergangenen Jahre einen starken Zustrom bescherten. Wir wollen diese Faktoren daher einmal kurz und bündig zusammenfassen.

LEICHTE UND INTUITIV BEDIENBARE BENUTZEROBERFLÄCHEN

Der Shopware- wie der WooCommerce-Anbieter setzen auf vergleichsweise einfache und ohne umfassende Programmierkenntnisse bedienbare Benutzeroberflächen. Das sorgte dafür, dass beide Systeme immer beliebter wurden – nicht nur bei Freelancern, die Webshops im Auftrag ihrer Kunden erstellen, sondern auch bei Webshop-Besitzern

selbst, die dadurch Webshop-Projekte selbst umsetzen können.

BEIDE ANBIETER BESITZEN EINE GROSSE COMMUNITY

Durch eine grosse Community aus Design- und Programmierspezialisten wurden beide Shop-Systeme über die Jahre immer weiter verfeinert und optimiert. Ausserdem sorgten diese Communities dafür, dass sich die Bekanntheit der Anbieter indirekt und völlig kostenfrei erweiterte.

KOSTENLOSE BASISVERSIONEN UND KOSTENPFLICHTIGE UPGRADES

Das Shopware- wie das WooCommerce-Konzept basieren auf Open-Source-Anwendungen, die in ihren Basisversionen gratis sind. Erst umfangreiche Versionen mit Support-Service kosten den Nutzer Geld. Gerade Einsteiger im E-Commerce wissen es jedoch zu schätzen, dass die individuellen Kosten zunächst gering sind, und geben sich notfalls auch mit einer verschlankten Version zufrieden.

REICHLICH INDIVIDUALITÄT FÜR POTENZIELLE SHOP-BETREIBER

Beide Shop-System-Anbieter offerieren ihren Nutzern grundsätzlich eine Riesenauswahl an verschiedenen Templates, Themes, Designs und Gestaltungsmöglichkeiten (auch über Zusatzmodule und Plug-ins) für die jeweilige Shop-Oberfläche. Dadurch lassen sich zum einen schnell und unkompliziert Shops erstellen, und zum anderen kann man diese auch einzigartig personalisieren – und zwar viel besser noch als bei herkömmlichen Shop-Systemen.

(redaktion@noch-erfolgreicher.com)