



Magento & Adobe Commerce – Das Kompendium



Vorwort

Seit Magento 2008 auf den Markt kam, arbeiten unsere Commerce Experten von valantic mit Magento – das sind mittlerweile mehr als 16 Jahre. Seitdem sind durch uns weit über 100 Commerce Plattformen auf der Basis von Magento entstanden.

Seit der Übernahme durch Adobe im Jahr 2018, hat die ursprüngliche Plattform Magento einige Entwicklungsstufen durchlebt. Zunächst wurde Magento als sinnvolle Komplettierung des Adobe Portfolios unter dem Namen Magento Commerce integriert, um dann später Magento als Marke abzulösen. Ob Magento oder Adobe Commerce, unzählige Auszeichnungen von den Marktanalysten von Forrester und Gartner bestätigen die Technologie als führendes E-Commerce-System. Der Name Magento bleibt im E-Commerce weiterhin sehr präsent.

Unsere Leidenschaft ist, beispiellose Commerce Lösungen auf Basis von Magento zu implementieren und diese mit unseren Kunden gemeinsam erfolgreich zu machen! Die umfassende Erfahrung unseres Teams reicht von der strategischen Beratung bis zur reibungslosen Umsetzung und sorgt dafür, dass jedes Projekt zum Erfolg führt.

Als Adobe Gold Partner bieten wir von valantic umfassende Beratungs- und Entwicklungsleistungen rund um Magento, Adobe Commerce sowie die vielen weiteren Adobe Produkte, die Hand in Hand mit Adobe Commerce agieren. Uns ist hierbei immer wichtig, dass unsere Beratungs- und Entwicklungsleistung auf die individuellen



Pascal Menger

Geschäftsanforderungen unserer Kunden zugeschnitten ist.

In diesem Whitepaper erklären wir die technische Basis von Magento sowie die Besonderheiten von Adobe Commerce. Darüber hinaus zeigen wir die umfassenden Einsatzmöglichkeiten der Commerce Plattform für verschiedene Branchen in B2B und B2C. Wir demonstrieren, wie Magento bzw. Adobe Commerce als Composable Commerce Architektur in Ihre Systemlandschaft integriert werden und zusammen mit Ihren bereits eingesetzten Systemen wie bspw. ERP, PIM, CMS oder CRM erfolgreich funktionieren kann.

Und natürlich zeigen wir diese Möglichkeiten jeweils an erfolgreichen Beispielen unserer Kunden. Lesen Sie weiter und entdecken Sie wie auch Ihr Unternehmen vom Einsatz von Magento oder Adobe Commerce profitieren kann!

Viel Spaß beim Lesen!

Pascal Menger

Inhaltsverzeichnis

- 04** Kapitel 1: FAQ – Die wichtigsten Infos zu Adobe Commerce & Magento
- 08** Kapitel 2: Vergleich: Adobe Commerce vs. Magento Open Source Funktionen & Möglichkeiten
- 15** Kapitel 3: Die B2B-Funktionen von Adobe Commerce
- 18** Kapitel 4: Ein besonderes B2B Feature im Fokus: mit Negotiable Quotes zu größerem Erfolg im B2B E-Commerce
- 22** Kapitel 5: Zukunftssicher mit Composable Commerce
- 26** Kapitel 6: Die Hosting-Möglichkeiten von Adobe Commerce und Magento
- 28** Kapitel 7: Wertstiftende Commerce-Migration: Vorteile durch einen qualifizierten Adobe Partner - Datenmigration mit Magento und Adobe Commerce
- 31** Kapitel 8: Systemintegrationen mit Adobe Commerce und Magento
- 36** Kapitel 9: Was macht Adobe Commerce & Magento so besonders?
- 39** Kapitel 10: Best Practices & Top Projekte mit Adobe Commerce und Magento



Kapitel 1

FAQ: Adobe Commerce & Magento

FAQ: Die wichtigsten Informationen zu Magento & Adobe Commerce

Magento und Adobe Commerce gehören zu den wichtigsten Shopsystemen am Markt. In unserer Übersicht erhalten Sie zunächst alle wichtigen Fakten, bevor genauer auf Funktionen und weitere Details eingegangen wird.

Was ist Adobe Commerce?

Adobe Commerce, ehemals bekannt als Magento Commerce, ist eine führende E-Commerce-Software, die eine umfassende und leistungsstarke Lösung für den Onlinehandel bietet. Als Teil der Adobe Experience Cloud vereint Adobe Commerce Funktionen für das Store-Management, das Marketing und die Kundenbindung in einer einzigen Plattform.

Mit Adobe Commerce können Unternehmen ihre Commerce Plattform nahtlos betreiben, personalisierte Einkaufserlebnisse bieten und das Kundenerlebnis optimieren. Die Software bietet

umfangreiche Funktionen für die Produktdarstellung, die Katalogverwaltung, die Bestellabwicklung und das Zahlungsmanagement.

Dank seiner fortschrittlichen Funktionen wie einer skalierbaren Architektur, einer umfangreichen Erweiterbarkeit, leistungsstarker Such- und Filterfunktionen sowie integrierter Business-Intelligence-Tools ermöglicht Adobe Commerce Unternehmen, ihren Onlinehandel auf höchstem Niveau zu betreiben.

Die Plattform bietet auch zahlreiche Möglichkeiten zur Integration von Drittanbieter-Systemen und -Erweiterungen, um die Funktionalität und Flexibilität weiter zu steigern. Zudem profitieren Nutzer von einem umfangreichen Netzwerk an Entwicklern, Agenturen und Experten, die Unterstützung bei der Implementierung, Anpassung und Optimierung der Adobe Commerce-Lösung bieten.

Durch seine leistungsstarken Funktionen, die Skalierbarkeit und das breite Spektrum an Erweiterungen und Integrationen ist Adobe Commerce eine ideale Wahl für Unternehmen jeder Größe, die einen professionellen und erfolgreichen E-Commerce-Betrieb aufbauen möchten.

Was ist Magento?

Magento ist eine E-Commerce-Software, die im Jahr 2008 als Open-Source-Projekt veröffentlicht wurde. Ursprünglich als reines Onlineshop-System gestartet, hat sich Magento im Laufe der Jahre zu einer umfassenden Digital-Commerce-Plattform mit einer Vielzahl von Tools und Erweiterungen entwickelt. Seit der Übernahme durch Adobe im Jahr 2018 profitiert Magento von einer breiteren Marktposition und kann auf ein großes Netzwerk von Experten zurückgreifen.

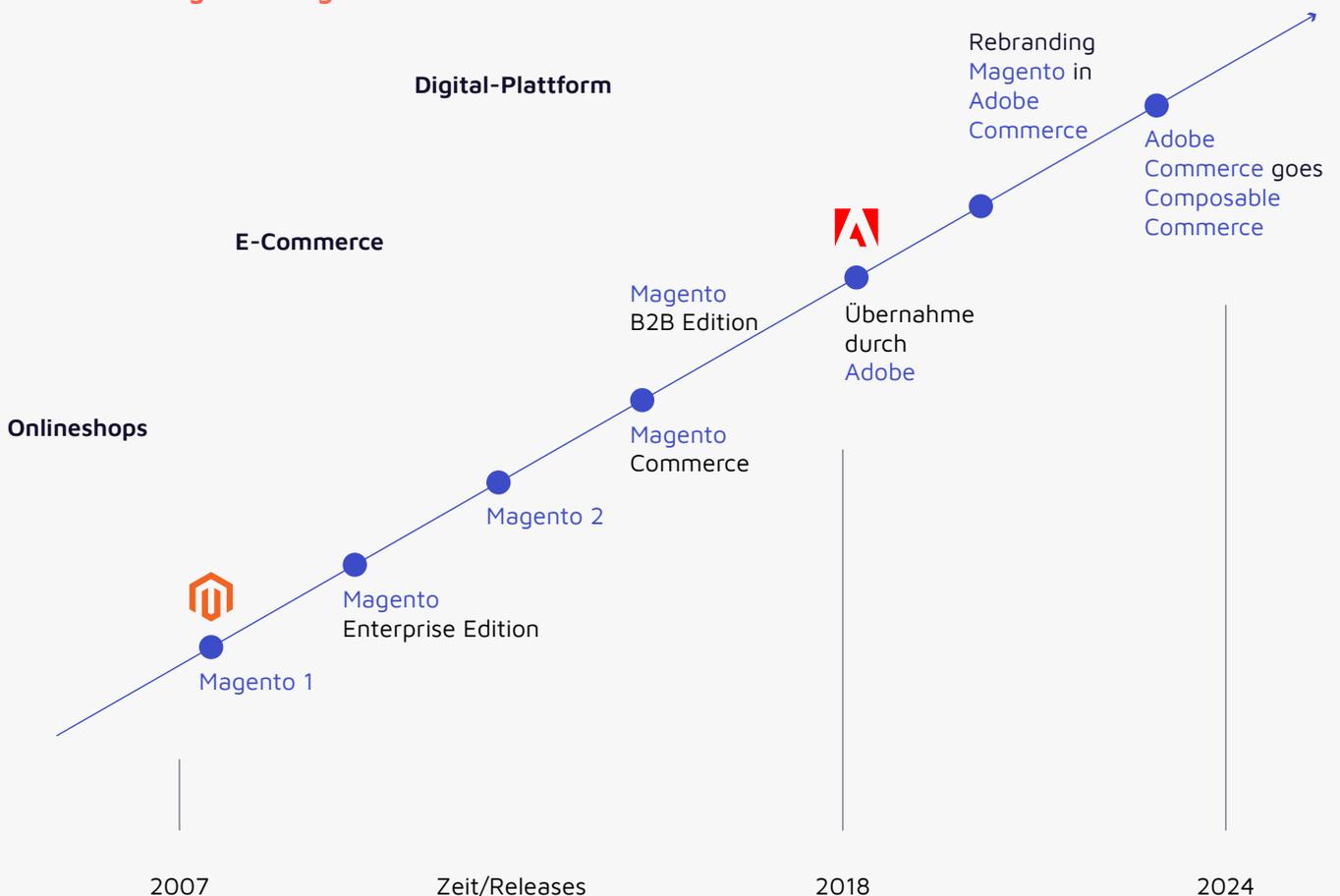
In 2020 wurde die Lizenzversion Magento Commerce in Adobe Commerce umbenannt, sodass nun unterschiedliche Versionen bestehen.

Welche Versionen von Magento existieren?

Der Begriff „Magento“ ist mittlerweile ein Überbegriff für die verschiedenen Versionen und Editionen der Commerce Plattform. Folgende Editionen existieren aktuell:

- **Adobe Commerce** (ehemals Magento Commerce) – lizenzierbar & kostenpflichtig
- **Magento Open Source** (ehemals Magento Community Edition) – kostenlos
- **Mage OS** – eine unabhängige Variante, die auf der Magento Community Edition basiert und ebenfalls kostenlos ist.

Die Entwicklung von Magento



Zusatzinformation zu Mage-OS

Der Begriff Mage-OS bezeichnet sowohl eine Gemeinde aus Open Source-Entwicklern als auch deren E-Commerce-Produkt. Dabei handelt es sich um eine Abspaltung des Magento Open Source-Projekts mit dem Ziel unabhängig von strategischen Entscheidungen

durch Magento und Adobe zu werden. Diese Distribution wird bestehende Features erweitern oder neue Funktionen hinzufügen. Derzeit befindet sich das Projekt noch in einer sehr frühen Phase, so dass sich die weitere Entwicklung schwer abschätzen lässt.

Was sind die größten Unterschiede zwischen Magento Open Source und Adobe Commerce?

Gemäß dem Open-Source-Gedanken ist Magento Open Source kostenlos und frei verfügbar. Es können jedoch Kosten für spezielle Module anfallen. Adobe Commerce basiert hingegen auf einem Lizenzmodell. Die Höhe der Lizenzkosten richtet sich nach verschiedenen Faktoren, einschließlich des Umsatzes, der über die Commerce Plattform generiert wird.

Obwohl beide Versionen auf demselben Kern basieren, gibt es technische Unterschiede. Die Adobe Commerce Edition bietet beispielsweise erweiterte Funktionen wie eine verbesserte Skalierbarkeit, schnellere Performance und erweiterte Sicherheitsaspekte. Darüber hinaus bietet Adobe allen Premium-Kunden Zugang zu wertvollen Diensten, darunter auch KI-basierte Produktinhalte oder einer hoch performanten Microservice-Architektur.

Wie verbreitet ist Adobe Commerce bzw. Magento als Commerce Plattform?

Zum siebten Mal in Folge wurde Adobe im Jahr 2023 innerhalb des Gartner Magic Quadrant for Digital Commerce als Leader eingestuft. Die Experten analysieren neben der Anzahl der eingesetzten Plattformen am Markt bzw. das Umsatzvolumen, das über die jeweilige Plattform

abgewickelt wird, insbesondere auch die vielfältigen und innovativen Funktionen der Anbieter. Hierbei wird Adobe Commerce als Teil der Adobe Experience Cloud als sehr positiv bewertet.* (Quelle: <https://business.adobe.com/resources/reports/gartner-mq-digital-commerce-2023.html>)

Auch in Deutschland ist Adobe Commerce bzw. Magento führend. Laut einer Studie von iBusiness* basiert jeder 10. Online Shop der Top-1.000-Onlineshops auf der Plattform. (Quelle: <https://www.ibusiness.de/charts/ct/030636mni.html>)

Für welche Unternehmen ist Adobe Commerce bzw. Magento geeignet zur Umsetzung ihrer Digitalisierungs- und Commerce Strategie?

Adobe Commerce bzw. Magento ist für Unternehmen in unterschiedlichen Branchen und mit verschiedenen Geschäftsmodellen sehr gut geeignet. Aufgrund der Magento Open Source Variante sowie der lizenzierbaren Adobe Commerce Version sind verschiedene Einstiegsmöglichkeiten in den E-Commerce möglich, die auch aufeinander aufbauen können. Magento ist von der Architektur derart flexibel, dass sich damit kleinere Commerce Projekte als auch komplizierte Großprojekte für Herausforderungen im B2C und B2B meistern lassen. Dank der leichten Skalierbarkeit wachsen die Onlineshops und E-Commerce-Plattformen auf mit dem Erfolg und den Anforderungen ihrer Betreiber



mit. Besitzt ein Unternehmen mehrere Marken oder Länderauftritte mit verschiedenen Sprachen und Währungen, so können die unterschiedlichen Instanzen zentral über eine Plattform gemanagt werden.

Ist Adobe Commerce bzw. Magento auch für Kunden-/Serviceportal-Lösungen geeignet?

Auf Basis von Adobe Commerce bzw. Magento realisieren wir vollumfängliche Digitalisierungsprojekte für Kunden, deren Schwerpunkte nicht nur im Commerce Bereich liegen, sondern die einen großen Fokus auf die Plattform als Informations-, Kommunikations- sowie Serviceportal legen. Dabei dient die E-Commerce-Plattform als Grundlage für die Digitalisierung von Unternehmens-Prozessen oder als Startpunkt für neue Prozesse.

Mit welchen Systemen lässt sich Adobe Commerce bzw. Magento integrieren?

Adobe Commerce bzw. Magento lässt sich problemlos in die IT-Landschaft jeden beliebigen

Unternehmens einbinden. Die Integrations-Kompatibilität gehört zu den Königsdisziplinen des E-Commerce-Systems und entscheidet maßgeblich über den Erfolg der jeweiligen Plattform. Aus diesem Grund widmen wir dem Thema Integration einen eigenen Abschnitt: Ab Seite 31 erfahren Sie mehr.

Was ist das Alleinstellungsmerkmal von Adobe Commerce?

Ein wichtiges Alleinstellungsmerkmal von Adobe Commerce ist die Integrationsmöglichkeit in die Adobe Experience Cloud. Die Adobe Experience Cloud vereint vielfältige Services mit Fokus auf dem digitalen Kundenerlebnis. Sie beinhaltet cloud-basierte Tools für Marketing, Analyse und Werbung auf allen Kanälen und Geräten. Die Analytics-Tools von Adobe gelten weltweit als führend und liefern bei korrekter Integration hochqualitative Ergebnisse, die ihresgleichen suchen. Durch den Einsatz des Adobe Experience Platform Connectors eröffnet sich auch Magento-basierten Onlineshops das gesamte Portfolio der Adobe Experience Cloud.

Kapitel 2

Vergleich: Adobe Commerce vs. Magento Open Source Funktionen & Möglichkeiten

Adobe Commerce vs. Magento Open Source: Die Unterschiede im Detail

Was bieten die beiden Shopsysteme und für welche Unternehmen eignen sie sich? Beide Distributionen im detaillierten Vergleich.

Lizenz-Version und frei verfügbare Software

Als im Jahr 2007 Magento vom gleichnamigen Unternehmen auf den Markt gebracht wurde, stand das System zunächst als Open-Source-System auf Basis von PHP zur Verfügung. Im Laufe der Übernahme von Adobe spaltete sich die Open Source-Variante von der kostenpflichtigen Variante ab, sodass sich nun Magento Open Source (kostenlos) und Adobe Commerce (kostenpflichtig) gegenüberstehen. Magento Open Source ist nicht mehr Teil des Update-Kreislaufes von Adobe, bleibt aber weiterhin als kostenloses und performantes Shopsystem auf dem Markt. Die Weiterentwicklung wird durch die sehr aktive Magento Community vorangetrieben. Adobe ist sich der sehr aktiven weltweiten Magento Community bewusst und unterstützt somit auch diese kostenlose Version, die für Adobe ein gutes Einstiegsszenario darstellt für noch wachsende E-Commerce HändlerInnen.

Daher bietet Adobe zwei leistungsstarke Plattformen an, die sich in ihrer Ausrichtung unterscheiden: Adobe Commerce ist lizenzpflichtig, bietet damit direkten Hersteller-Support. Magento Open Source dagegen ist eine frei verfügbare Version, die unter Open Software License (OSL) läuft.

Der Quellcode von Magento Open Source wird von Adobe veröffentlicht und für alles Weitere ist der jeweilige Shop-Betreiber verantwortlich. Das bedeutet, dass z.B. Hosting und mögliche Erweiterungen selbst organisiert werden müssen. Für die kostenpflichtige Adobe Commerce Version bietet Adobe die Möglichkeit, die Shop-Software direkt in der von Adobe verwalteten Cloud zu betreiben. In der Lizenz inbegriffen sind zudem diverse SaaS-Applikationen wie Live Search, Product Recommendations oder auch der neue [Adobe App Builder](#).

Adobe Commerce & Magento: Produkte und Bestandteile

Die nachfolgende Grafik zeigt die Unterschiede der beiden Systeme auf:

| | Magento Open Source | Adobe Commerce |
|---|---------------------|----------------|
| Funktionen | | |
| Zuverlässige Skalierbarkeit | ✓ | ✓ |
| Full-Page Caching | ✓ | ✓ |
| ElasticSearch für In-Store und Admin-Nutzer | ✓ | ✓ |
| Cloud-Hosting über AWS, Google Cloud und Microsoft Azure | ✓ | ✓ |
| Hosting über Adobe Commerce Cloud | - | ✓ |
| Umfangreiche B2B-Features | - | ✓ |
| Hoch-performeranter Katalog-Service | - | ✓ |
| Effizienz und Wartung | | |
| Visuelles editieren von Inhalt und Layout (Page Builder) | ✓ | ✓ |
| Automatisiertes Testing | ✓ | ✓ |
| Unterstützung für simultane Aktualisierungen | ✓ | ✓ |
| Diagnose- und Analyse-Tools | - | ✓ |
| Datenschutz-sichere Historie der Admin-Aktivitäten | - | ✓ |
| Benutzervorteile | | |
| KI-gesteuerte Suche und Produktvorschläge | - | ✓ |
| Mobil optimiertes Shopping | ✓ | ✓ |
| Globaler Verkauf | ✓ | ✓ |
| Umfangreiche Reporting-Tools | - | ✓ |
| B2B Funktionalitäten | - | ✓ |
| Marketing | | |
| Content Management System | ✓ | ✓ |
| Regel-basiertes Ausspielen von Inhalten (Staging) | ✓ | ✓ |
| Integrierte Marketing Tools | ✓ | ✓ |
| Regelbasierte Segmentierung und Preisgestaltung | - | ✓ |
| Automatische Erinnerungs-E-Mails für aufgegebenen Warenkörbe und Wunschlisten | - | ✓ |
| Vollwertiges Content-Management-System (Magento Page Builder) | - | ✓ |

Vorteile von Magento Open Source

Geht es Unternehmen bei der Auswahl des Shopsystems also allen voran um den Kostenfaktor, fahren sie mit der Magento Open Source Variante zunächst günstiger. Dies muss langfristig betrachtet aber nicht so bleiben: Je mehr Funktionen von Adobe Commerce in Magento Open Source nachgebaut werden, desto höher werden Zeit- und Kostenaufwand und es kann sich unter Umständen lohnen, direkt auf die Lizenzversion von Adobe Commerce zu setzen.

Gerade für noch wachsende und/oder stark spezialisierte Unternehmen bietet Magento Open Source jedoch eine vergleichsweise leistungsstarke Basis für den Einstieg in den E-Commerce, die bereits viele Features von Adobe Commerce beinhaltet. Zudem können sich Nutzer der Open Source Variante beispielsweise über folgende Vorteile freuen:

- **Starke Basis für vielfältigen Einsatz:** Als großes und jahrelang gewachsenes E-Commerce-System bietet Magento OS eine erprobte und breite Palette an Basisfunktionen, die auf den Einsatz für unterschiedliche Szenarien ausgerichtet sind. Es werden z.B. etliche Produkttypen unterstützt, viele Filter- und Sortierungsfunktionen angeboten. Auch Tools zum Management von Marketing und Nutzerführung sowie zur Internationalisierung sind enthalten.
- **Flexibel erweiterbar via Marketplace:** Die Erweiterungen von Magento OS sind über einen umfangreichen Marktplatz zu haben, auf dem die große Community an Entwicklern ihre erstellten Extensions teilen. Von dort können flexibel einzelne, benötigte Funktionen ins eigene Shopsystem übernommen werden, dem Open Source Geist entsprechend.
- **Elastic Search:** Das mächtige Plug-in für Katalogsuchen ist seit Magento 2.3 auch im kostenfreien Magento Open Source enthalten.
- **Plug-ins für Bezahldienste:** Mit Paypal Express ist bei Adobe Commerce (Magento) einer der populärsten Bezahldienste bereits integriert. Dies ermöglicht den Shopbetreibern den Zugriff auf ein weitaus größeres Kundenfeld. Weitere Payment Dienste lassen sich per Plug-In integrieren.





- **Professionelles Content-Management-System:** Für ein Open Source Shopsystemen verfügt Magento OS über ein vergleichsweise leistungsstarkes Content-Management-System. Der Magento Pagebuilder als CMS ermöglicht den Anwendern von Magento OS bei einfacher Bedienung eine professionelle Content-Pflege, die etwa auch mobile-optimierte Darstellungen innerhalb des Shops ermöglicht.

Dank der soliden Verfassung von Magento OS bildet die frei verfügbare Shopsystem-Variante von Adobe nicht zuletzt eine gute Grundlage für eine spätere Erweiterung auf Adobe Commerce.

Vorteile von Adobe Commerce

Aufbauend auf allen Vorzügen von Magento Open Source bietet Adobe Commerce eine vollumfängliche E-Commerce-Plattform, die bereits zahlreiche Funktionen enthält, die bei Magento OS erst noch erstellt werden müssen. Folgende Übersicht zeigt, was Adobe Commerce gegenüber Magento OS **zusätzlich** aus- und kennzeichnet:

- **Einbettung in Adobe-Kosmos:** Adobe Commerce ist ein Teil der [Adobe Experience Cloud](#) und lässt sich nahtlos mit anderen Adobe-Produkten wie Analytics, Real-Time CDP, Experience Manager usw. verbinden. Dies ermöglicht detaillierte Analysen und die Bereitstellung relevanterer Marketing- und E-Commerce-Ereignisse.
- **Updates und Support:** Regelmäßige Updates durch Adobe in punkto Technologie, Sicherheit und Funktionalitäten kennzeichnen Adobe Commerce. Außerdem können Lizenznehmer den Adobe Support direkt in Anspruch nehmen.
- **Adobe App Builder:** Der App Builder ist der neuen Architektur von Adobe, Individualisierung zu erleichtern. Adobe Commerce Kunden können Apps in der Infrastruktur von Adobe betreiben. Über die Apps lassen sich z.B. Backend-Systeme integrieren oder einfache UI-Anwendungen realisieren.
- **Dedizierte B2B-Funktionalitäten** Für Adobe Commerce stehen ganz spezielle B2B Funktionalitäten bereit. Diese umfassen u.a. Rechte-Rollen-Konzepte, Unternehmens-Accounts, individuelle Preisgestaltungsmöglichkeiten oder bspw. ein effektives Angebotsmanagement.



- **Inventory Management:** hierbei handelt es sich um ein Lagerverwaltungs-Feature, welches besonders für Shopbetreiber mit mehreren Lagerstandorten interessant ist. Mit IM lassen sich die Bestände von unterschiedlichen Lagerorten verknüpfen und verwalten. Außerdem bietet das Tool eine Art Warenzurückhaltung, um permanent einen gleichmäßigen Bestand und einen performanteren Checkout zu gewährleisten.
- **Order Management:** Besonders Unternehmen mit mehreren Lager-Standorten und Filialen im In- und Ausland stehen einem hohen logistischen Organisationsaufwand gegenüber. Das Adobe Commerce Order Management ist hierfür eine mächtige Funktion: Shopbetreibende können hiermit Aufträge und die dazugehörigen Warenbestände genau einsehen und steuern, Omnichannel-Bestellungen On- und Offline verwalten sowie die Prioritäten für eine automatisierte Standort-Auswahl festlegen.
- **Einsatz von KI:** Adobe Commerce nutzt die Künstliche Intelligenz Adobe Sensei, um stark personalisierte Erlebnisse an allen wichtigen Touchpoints wie Website-Suchen, Produktempfehlungen, Käuferanalysen usw. zu bieten.
- **Advanced Reporting:** Ein besonders für B2B-Kunden wichtiges Feature ist das Report Modul, womit die Nutzer auf eine ausführliche Datenauswertung zurückgreifen können. Diese ermöglicht, Bestellungen, Artikel und Kundendaten (zum Beispiel das Bestellverhalten) genau zu analysieren und die Auswertungen zu visualisieren. Die Ergebnisse werden in einem Dashboard gesammelt, das durch seine intuitive Bedienung viel Aufwand spart.
- **Adobe Live Search:** Schon seit 2016 existiert das Adobe-eigene KI-Tool Adobe Sensei. Im Zuge der Übernahme von Magento durch Adobe, wurde das Tool in verschiedene Dienste integriert. Diese intelligente Suche macht schon während der Eingabe Vorschläge, gibt Alternativen und kann und kann auf Basis von Kundendaten personalisierte Ergebnisse bereitstellen.
- **Product Recommendations:** Auch dieses Feature bekommt durch die Unterstützung von Adobe Sensei ganz neuen Auftrieb. Nun ist das Tool in der Lage, auf Grundlage vieler verschiedener Informationen und Daten genau passende Empfehlungen an den Käufer auszuspielen. Die empfohlenen Ergebnisse können zum Beispiel auf Produktähnlichkeiten, Trends oder Kundenverhalten basieren. Aber auch dieses Verhalten lässt sich durch den Shopbetreiber beliebig konfigurieren.
- **Data Connection (Experience Platform Connector):** Dies ist ein Add-On aus dem Experience Cloud Portfolio und dient dazu, alle möglichen Dienste es eben jener Cloud mit Adobe Commerce zu verbinden. Dadurch kann

die Analyse von Nutzerdaten, das Erstellen von personalisierten Kampagnen oder das Durchführen von A/B-Tests enorm erleichtert und verbessert werden.

- **Catalog Service:** Der Catalog Service ist ein SaaS-Dienst (Software as a Service), der es dank einer zusätzlichen API-Oberfläche ermöglicht, den Zugriff auf Produkt- und Kategorie-Daten enorm zu beschleunigen. Dabei kann der Dienst nahtlos mit anderen Adobe Commerce Funktionen wie Live Search und Product Recommendations integriert werden.

Weitere Funktionen im Adobe Commerce Marketplace

Die hier beschriebenen Funktionen bilden den Kern an „Standard-Features“. Im Zuge der Composable Commerce Strategie hat Adobe damit

begonnen, die meisten Funktionen als optionale Plug-Ins auf den Adobe Commerce Marketplace auszulagern. Das Gleiche gilt auch für Neu-Entwicklungen: Diese werden mit Versions-Updates nicht mehr im Software-Kern implementiert, sondern direkt im Adobe-eigenen App-Store veröffentlicht.

Für Adobe Commerce Kunden sind alle betreffenden Plug-Ins und Add-Ons kostenlos und wie bereits erwähnt optional. Das hat den Vorteil, dass sich jedes Unternehmen den Umfang sowie das Feature-Paket ihrer Adobe Commerce Plattform ganz individuell zusammenstellen kann. Und so können auch umgekehrt nicht benötigte Funktionen entfernt werden – genauso wie kundenzentrierter E-Commerce funktionieren sollte.

Die Adobe Commerce und Magento im Einsatz bei netz98-Kunden

Die **Norma Group** ist ein internationaler Marktführer im Bereich Verbindungstechnik und Fluid-Transportsysteme. Für seine Geschäftskunden brauchte das Unternehmen eine leistungsstarke und userfreundliche E-Commerce-Plattform. Diese hat netz98 in verschiedenen Konzept- und Projektphasen auf Basis von **Adobe Commerce** entwickelt.

Die Infrastruktur des Shops wird in der Adobe Commerce Cloud gehostet und lässt sich flexibel für die Internationalisierung des Norma-Geschäfts skalieren. Einige klassische B2B-Funktionen von Adobe Commerce finden sich im Norma-Shop wieder, z.B. die Negotiable Quotes (verhandelbare Angebote), kundenindividuelle Preise und die Anzeige von Produktverfügbarkeiten in Echtzeit. Zudem kann durch das Adobe Commerce Feature „Grouped Products“ eine hohe Bandbreite an Produktausführungen in der E-Commerce Plattform abgebildet und übersichtlich dargestellt werden.

Maschinenbau Feld ist ein Hersteller maßgefertigter Bleche und bietet seinen Kunden sehr individuelle Lösungen an. Um den daraus resultierenden, speziellen Anforderungen an den Onlineshop gerecht zu werden, hat sich das Unternehmen gemeinsam mit netz98 zu **Magento Open Source** als Software-Basis entschieden.

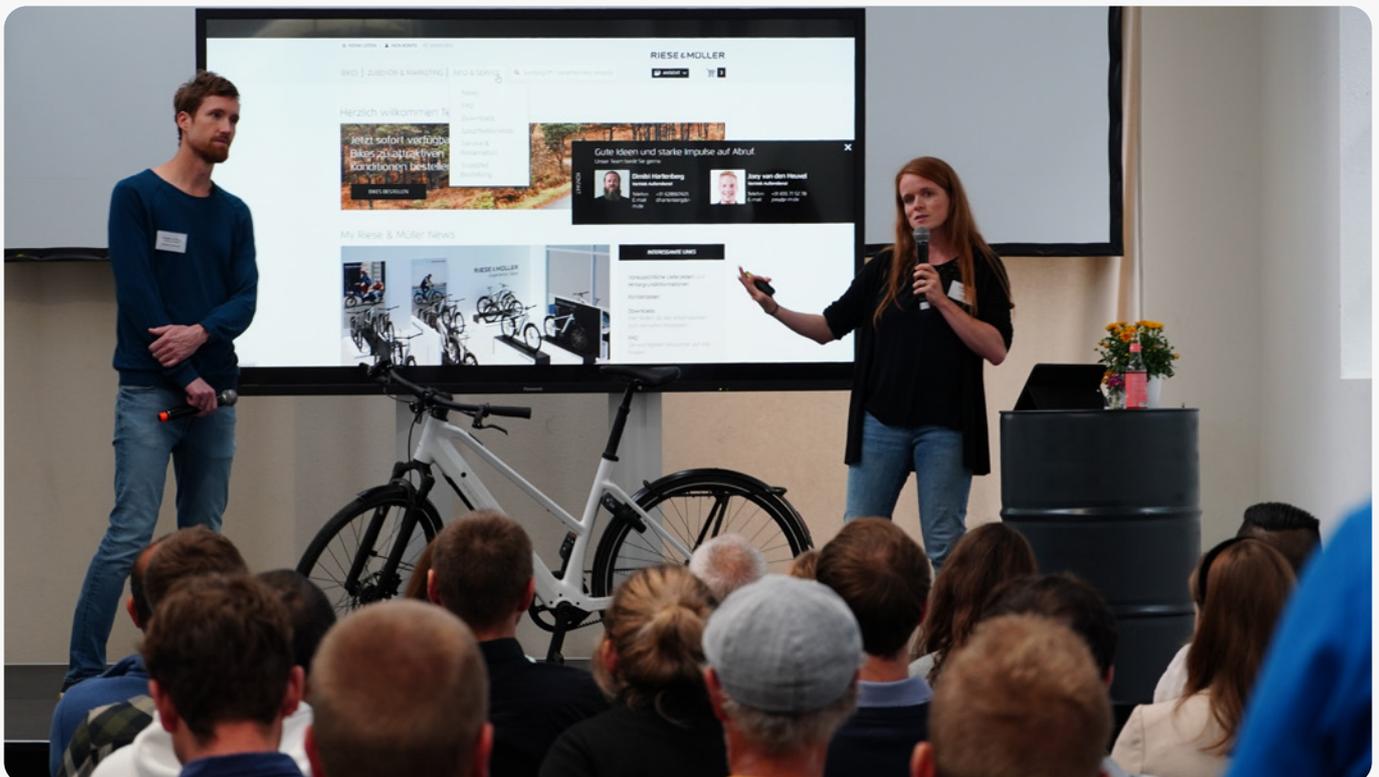
Ein Replatforming von Magento 1 auf Magento 2 brachte eine sichere und performante Shoplösung, auf der das netz98-Team viele individuelle Features und Maßnahmen aufgesetzt hat. Darunter ein innovativer 3D-Produktkonfigurator, umfangreiche SEO- und SEA-Maßnahmen und ein modernes klares Frontend-Design. Durch das flexible Cloud-Hosting unseres Partners maxcluster ist der Webshop optimal skalierbar.

Drei Faktoren entscheiden über System-Auswahl

Insgesamt erhalten Unternehmen für ihren Onlineshop sowohl mit Magento Open Source als auch mit Adobe Commerce belastbare E-Commerce-Systeme. Beide lassen sich flexibel an individuelle Bedürfnisse anpassen. Für welche der beiden Optionen sich ein Unternehmen letztlich entscheiden sollte, hängt von drei Faktoren ab:

- **Ziele:** Was will das Unternehmen mit seinem E-Commerce erreichen? Ist ein schnelles Wachstum des Geschäfts geplant? In diesem Fall kann es sich schon von Beginn an lohnen, auf Adobe Commerce zu setzen und die unmittelbar höheren Kosten in Kauf zu nehmen. Schließlich sorgt die stetige Erweiterung und Anpassung von Magento OS ebenfalls für immer höhere Kosten. Die Skalierbarkeit von Adobe Commerce ist von vorneherein weitaus größer.
- **Zeit:** Sollten sehr viele Basisfunktionen der Adobe Commerce Version in der Open Source Variante nachgebaut werden müssen, lohnt es sich, über die Lizenzversion nachzudenken. In vielen Fällen kann damit der Zeitraum bis zum Go-Live des neuen Shops reduziert werden, denn häufig wird der Aufwand für die Nachbildungen unterschätzt.
- **Größe:** Kleinere Firmen, deren Budget begrenzt ist und die erst einmal im E-Commerce Fuß fassen wollen, können durchaus auf Magento OS bauen. Große Unternehmen, die bestimmte Wachstumsziele vor Augen haben und über eine höhere Finanzkraft verfügen, sollten auf Adobe Commerce gehen. Zwar ist die Lizenzversion generell für den Einsatz in allen Unternehmensgrößen konzipiert, doch gerade in der Erfüllung der hohen System- und Integrationsanforderungen großer E-Commerce-Firmen hat Adobe Commerce seine Stärke und seinen Schwerpunkt.

Es ist das Zusammenspiel dieser drei Faktoren, für welches der beiden E-Commerce-Systeme sich ein Unternehmen entscheiden sollte.





Kapitel 3

Die B2B-Funktionen von Adobe Commerce

B2B Geschäftsprozesse erfordern andere Funktionen & Commerce Schwerpunkte

Das Geschäft mit Unternehmenskunden unterscheidet sich in einigen Aspekten bzgl. der Anforderungen an eine E-Commerce-Plattform. Komplexere Produktkataloge und individuelle Preisfindungen, spezielle Geschäftsabläufe und Organisationsstrukturen sowie personelle Hierarchien wollen auf der Plattform abgebildet werden. Insofern sollte die eingesetzte Shopsoftware spezifische Funktionalitäten für das B2B-Geschäft oder gar eine darauf spezialisierte Version bereithalten.

Ein breites Angebot an einzelnen B2B-Features mit einem hohen Individualisierungsgrad in

der Verwendung bietet Adobe Commerce. Das grundlegende Shopsystem erfordert nicht den Kauf einer kompletten, zusätzlichen Software für B2B-Prozesse. Kunden, die bereits über eine Lizenz der Basisversion von Adobe Commerce verfügen, können aus einer Palette an ergänzenden B2B-Features einzelne Module nach individuellem Bedarf hinzuschalten. Dabei bauen die B2B-Tools teilweise direkt auf den vorhandenen Basismodulen auf und werden mit jedem Versions-Update von Adobe Commerce weiterentwickelt und optimiert.

Rechte und Rollen mit Adobe Commerce managen

In vielen Anwendungsfällen lassen sich diese B2B-Erweiterungen zu geschickten Kombinationen zusammenfügen, die eine



B2B-Commerce-Plattform gezielt voranbringen. Bei unserem Kunden Codesys – einem Anbieter von Automationssoftware für die Industrie – haben wir beispielsweise mehrere B2B-Features implementiert, die gemeinsam der strukturellen Aufstellung des Unternehmens Rechnung tragen.

Mit Hilfe der Company-User-Erweiterung wird Unternehmen die Möglichkeit geboten, selbstständig den eigenen Mitarbeitern individuelle Zugänge zum Webshop zu konfigurieren. Dabei kann jedem Mitarbeiter eine Rolle im Unternehmen zugewiesen werden, welche wiederum mit spezifischen Berechtigungen im Webshop einhergeht. Auf diese Weise kann gezielt gesteuert werden, wer zum Befüllen des Warenkorbs oder für den Kaufabschluss berechtigt ist. Die Einstellungen der Roles and Permissions kann sich für jedes Unternehmen unterscheiden und bietet so eine enorm große Flexibilität. Auf diese Weise eignet sich Adobe Commerce hervorragend, um typische Unternehmensstrukturen in hierarchischer Form abzubilden.

Im Backend der Plattform von Codesys wurde der Shared Catalog implementiert. Dieses B2B-Feature ermöglicht es Codesys, individuelle Produktkataloge- und Preise für seine Geschäftskunden anzulegen. Für jedes Produkt kann ein separater Preis hinterlegt werden. Neue Produkte lassen sich simpel über wenige Klicks hinzufügen. Der administrative Aufwand für das Katalog-Handling bleibt gering, denn allen autorisierten Verantwortlichen bei Codesys wird der Shared Catalog automatisch mit sämtlichen Änderungen zugewiesen.

Flexible Bestellverwaltung in Adobe Commerce

Am Beispiel unseres Kunden VIDEOR, der Lösungen zur Video- und Sicherheitstechnik vertreibt, wird deutlich, wie die Bestellverwaltung über die B2B-Features von Adobe Commerce ablaufen kann. So profitieren Geschäftskunden von VIDEOR beispielsweise von der Requisition List. Dieses Tool optimiert die klassische

Wunsch- bzw. Merkliste, wie sie vor allem aus dem B2C-Bereich bekannt ist, für B2B-Bedürfnisse. Werden bereits bestellte Produkte meist aus einer Wunschliste gelöscht. Werden bereits bestellte Produkte meist aus einer Wunschliste gelöscht, lässt sich das Verhalten bei der Requisition List beliebig konfigurieren. Im einfachsten Fall verbleibt der Artikel auf der Liste, sodass er zu einem späteren Zeitpunkt direkt erneut bestellt werden kann. Auf Basis der Requisition List können die Kunden von VIDEOR zudem individuelle Angebot zu ihren gewünschten Artikeln anfragen.

Auch über die Quick Order-Funktion lassen sich wiederkehrende Bestellungen schneller aufgeben. Mit geringem Aufwand können VIDEOR-Kunden in ihrem Account eine Schnellbestellung auslösen. Dafür geben sie in eine Suchmaske entweder die bereits bekannte Artikelnummer oder einfach den Artikelnamen ein. Die gewünschte Menge kann dort direkt eingestellt und in den Warenkorb übertragen werden. Außerdem können die Kunden mehrere Artikel gleichzeitig über Quick Order suchen und als komplette Liste zum Warenkorb hinzufügen. Ebenso ist es möglich, Excel-Dokumente mit den gewünschten Artikelnummern und Bestellmengen hochzuladen. Das Quick Order-System erkennt diese und überträgt sie selbstständig in den Warenkorb.

Wichtige B2B-Funktionalitäten im Überblick

Unternehmensaccounts/Debitorenaccounts

- Mehrere Account-Zugänge für multidirektionale Teams.
- Reduzierung von Service-Anfragen durch eine Übersicht der Angebote, Guthaben, Bestände und Rückgaben.
- Umsatzsteigerung durch die Einbindung von verschiedenen Zahlungsweisen je Kunde.

Reibungslose Bestellannahmen

- Mehr Umsatz durch ein schnelles Bestellsystem: Käufer können SKUs eintragen oder eine CSV-Datei hochladen (Quick-Order), Bestelllisten anfertigen (Requisition Lists) und vorherige Bestellungen bequem nochmals ordern.
- Besonderer Service: Bestellungen können für Kunden durchgeführt oder begleitet werden.

Unterstützung von B2B Einkaufsprozessen

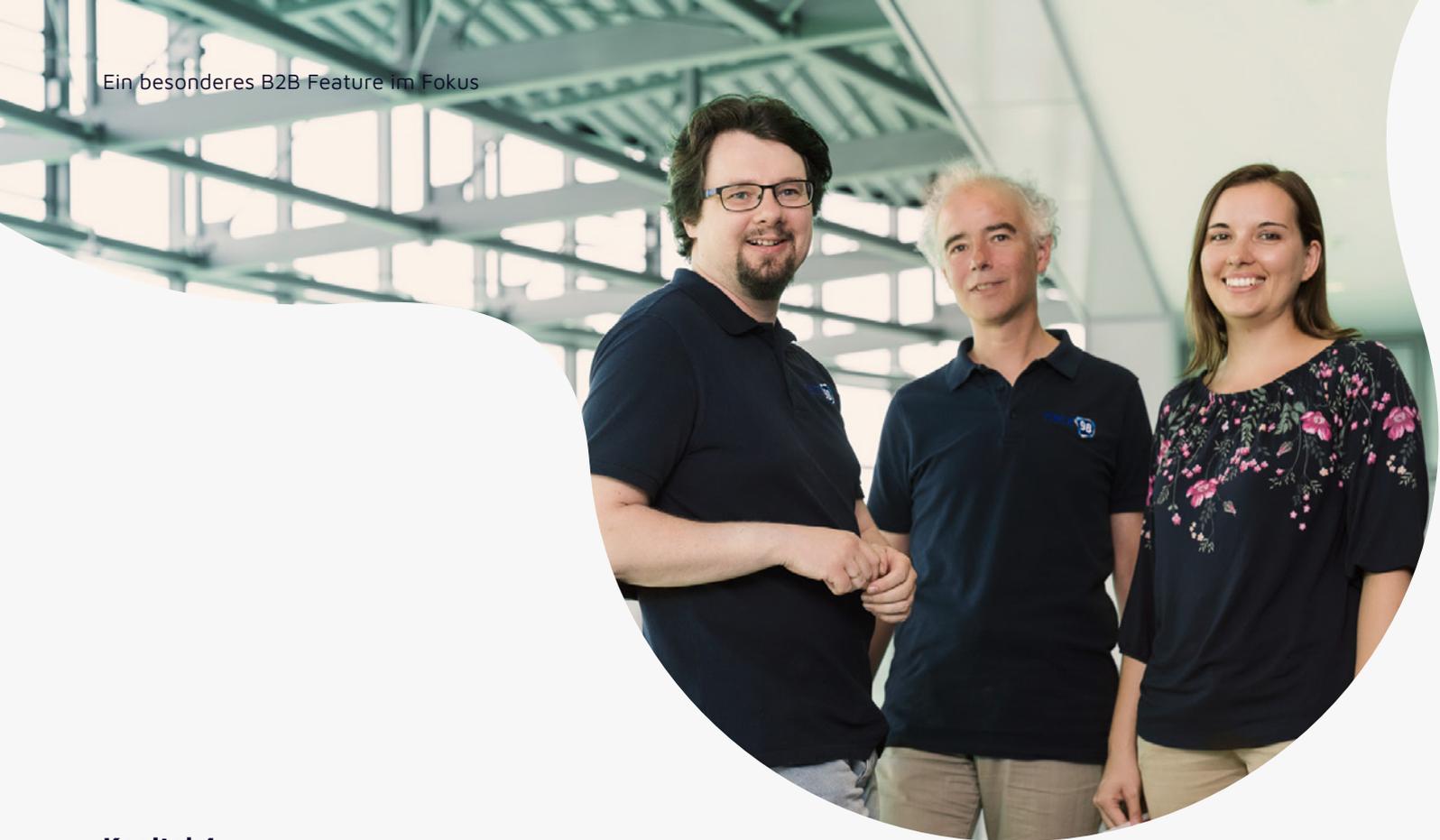
- Shared Catalog: einfaches Erstellen von personalisierten Katalogen, Preislisten und Werbeaktionen für bestimmte Kundengruppen.
- Verbesserte Kundenerfahrung durch die Suchfunktion, die Filternavigation und die automatisierten Up- und Cross-Selling-Möglichkeiten.
- Videos, Bild-Zoom, detaillierte Beschreibungen, Bewertungen und Rezensionen: informative Inhalte sorgen für steigende Verkaufszahlen und weniger Support-Anfragen.

Multichannel

- Erstellung und Betreuung von Websites für mehrere Brands, Sparten, Channel-Partner oder Konten mit nur einem Interface möglich
- Internationalisierung: Unterstützung von mehreren Sprachen, Währungen und Steuersätzen

Optimierte Bestandsanzeige und Bestellprozesse

- Genaue Echtzeitbestandsanzeigen aus allen Quellen und angebotenen Systemen
- Automatische Business-Regeln für niedrigere Verwaltungskosten und schnellere Lieferzeiten.
- Verbesserung der Bestellverwaltung aus allen Bestellkanälen.



Kapitel 4

Ein besonderes B2B Feature im Fokus

mit Negotiable Quotes zu größerem Erfolg im B2B E-Commerce

Negotiable Quotes – ein Schlüssel zum Erfolg im B2B E-Commerce

Im B2B-Commerce sind Flexibilität und Kunden-
nähe wesentliche Schlüssel zum Erfolg. Sie
spielen insbesondere bei der Preisgestaltung
eine entscheidende Rolle. Mit der B2B-Extension
„Negotiable Quotes“ wurde für Adobe Commerce
eine Lösung geschaffen, die den Prozess zur
Vereinbarung von Sonderkonditionen nicht nur
vereinfacht, sondern in weiten Teilen auch auto-
matisiert.

Pricing als zentraler Hebel für mehr Kundenservice

Viele E-Commerce-Unternehmen sehen sich mit
der Herausforderung konfrontiert, dass starre
Strukturen im Onlineshop den individuellen
Bedürfnissen ihrer Geschäftskunden ent-
gegenstehen. Eine stärkere Personalisierung
ist daher dringend notwendig und zugleich
zukunftsweisend. Dementsprechend existieren
inzwischen unterschiedlichste Ausprägungen von
Personalisierung im Onlinehandel. Adobe hat
diese Entwicklung erkannt und gibt Betreibern
von Adobe Commerce Plattformen wertvolle
Tools an die Hand.

Ein zentraler Hebel dabei ist die Preisgestaltung von Produkten. Je individueller und flexibler diese möglich ist, desto positiver wirkt sich das auf den Kundenservice und die Wahrnehmung des Unternehmens aus. In diesem Sinne bietet Adobe mit der auf den [B2B-Commerce](#) zugeschnittenen Extension "Negotiable Quotes" ein Feature, welches den Pricing-Prozess ebenso effektiv wie intuitiv für Shopbetreiber und Endkunden gestaltet.

Aus dem Projektalltag: Sonderkonditionen im Baustoffhandel

Betrachten wir zu Beginn das Beispiel eines Großhändlers für Baumaterialien. In dieser Branche hängt der Gesamtpreis häufig nicht nur von den bestellten Produkten, sondern auch von **weichen Faktoren**, zum Beispiel dem konkreten Bauvorhaben, ab. Gerade hier bietet das Negotiable Quotes-Feature eine ideale Plattform, um auf individuelle Kundenvereinbarungen einzugehen. Das System erfasst automatisch alle relevanten Auftragsdaten, die Kundenstammdaten sowie beliebige Kommentare, sobald der Benutzer eine entsprechende Anfrage erstellt.

Die Daten werden an zentraler Stelle gespeichert und die jeweils Beteiligten automatisch informiert. Sobald das individuelle Angebot vom Händler erstellt ist, hat der Kunde die

Möglichkeit, dieses zu akzeptieren, falls es seinen Vorstellungen und Anforderungen entspricht. Das Feature beschleunigt dadurch nicht nur den Verhandlungsprozess, sondern bietet beiden Seiten eine optimale Transparenz. Es ermöglicht dem Großhändler, zeitnah auf Markttrends und Kundennachfragen zu reagieren und stärkt die Kundenbeziehung durch Berücksichtigung individueller Bedürfnisse.

Adobe-eigene Lösung für höchste Flexibilität

Das von Adobe selbst entwickelte Negotiable Quotes-Feature ist nahtlos in die Plattform integriert und entspricht höchsten Qualitätsstandards. Dies garantiert nicht nur eine hohe Sicherheit, sondern auch eine langfristige Unterstützung durch regelmäßige Updates. Als Teil der gesonderten [B2B-Features](#) steht Negotiable Quotes als optionale Erweiterung Adobe Commerce Kunden exklusiv zur Verfügung. Wie alle Erweiterungen der spezialisierten Sammlung, bietet auch diese eine maximale Flexibilität, so dass sich auch hochkomplexe B2B-Prozesse mit Negotiable Quotes abbilden lassen.

Ein weiteres Beispiel anhand des Großhändlers für Baumaterialien demonstriert diese Anpassungsfähigkeit: Zur Preisfindung benötigt



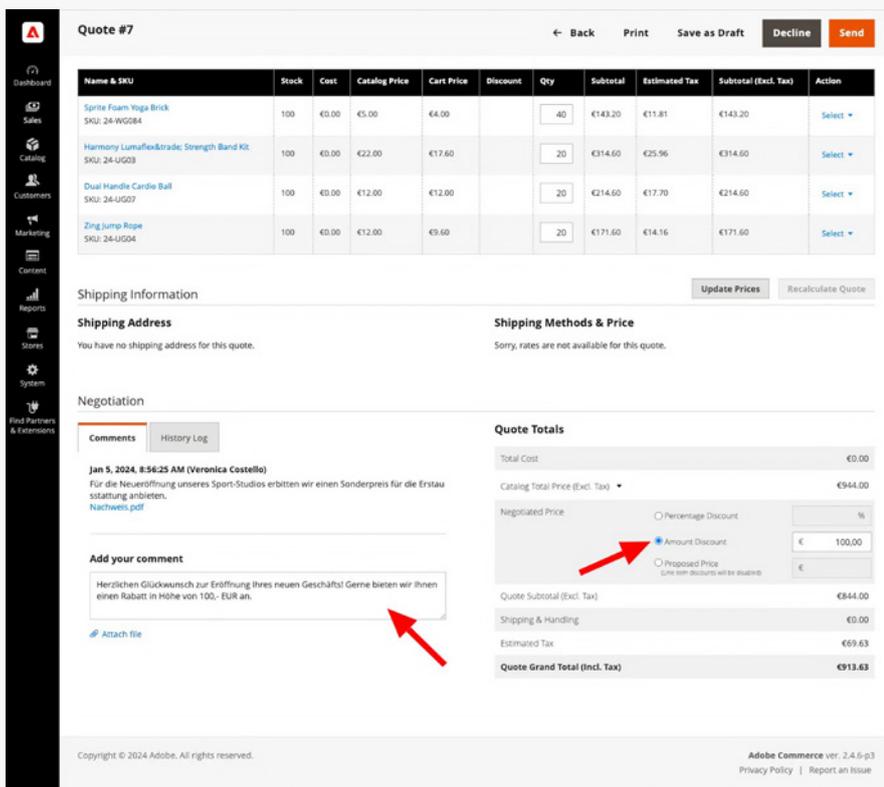
der Händler zusätzliche Informationen über die Bauprojekte seiner Kunden. Durch ein minimales Customizing lässt sich so unter anderem die konkrete Lieferanschrift schon bei der Angebotsanfrage vom Kunden erfassen. Auf diese Weise kann eine individuell implementierte Validierung direkt überprüfen, ob beispielsweise eine Reduzierung der Frachtkosten infrage kommt. So können nach und nach weitere Schritte hinzugefügt und der Angebotsprozess beliebig individualisiert und letztlich automatisiert werden.

Ablauf der Preis-Verhandlung

Der Verhandlungsprozess in Adobe Commerce mit dem Negotiable Quotes-Feature ist vielschichtig und berücksichtigt unterschiedliche Aspekte, die für B2B-Transaktionen entscheidend sind. Dazu zählen neben Bestellinformationen

wie Artikel und Menge, auch Kundengruppe und -segmente sowie projektspezifische Daten. Kunden haben darüber hinaus auch die Möglichkeit, eine individuelle Nachricht an den Händler zu hinterlassen.

Der Angebotsprozess lässt sich am einfachsten über den Kundenkontobereich starten. Sobald eine solche Anfrage eingeht, wird der Händler umgehend informiert und kann darauf reagieren. Dies initiiert einen interaktiven Kommunikationsprozess zwischen allen Beteiligten, der zentral im Shopsystem zusammenläuft. Der Händler hat nun die Möglichkeit, auf verschiedene Weise auf das Angebot zu reagieren: Er kann den Preis anpassen, Rabatte anbieten oder andere spezifische Bedingungen festlegen, beispielsweise in Form eines individuellen Textes.



Blick ins Adobe Commerce Backend: Der Shopbetreiber kann im Backend auf die Anfrage des Kunden antworten und den Preis des Auftrags beliebig anpassen sowie mit eigenen Kommentaren ergänzen. Sobald der Kunde mit dem Angebot zufrieden ist, kann es akzeptiert und der Checkout begonnen werden. Im Kaufprozess werden die getroffenen Sonderkonditionen berücksichtigt.

Effizientes Management und Tracking der Anfragen

Adobe Commerce spielt eine zentrale Rolle bei der Verwaltung und dem Tracking dieses Prozesses. Das Shopsystem benachrichtigt alle relevanten Beteiligten über den jeweiligen Status der Verhandlung und ermöglicht dem Händler über das Magento-Backend, einen umfassenden Überblick über aktuelle oder archivierte Anfragen zu behalten.

Sobald eine Einigung zwischen Kunde und Händler erzielt wurde, kann das verhandelte Angebot nahtlos in den regulären Checkout-Prozess überführt werden. Der Abschluss des Kaufs erfolgt zu den ausgehandelten Konditionen, wodurch eine reibungslose und effiziente Transaktion gewährleistet wird. Sollte der Kunde jedoch das Angebot nicht direkt annehmen wollen, bietet das System auch die Möglichkeit, in eine weitere Verhandlungsrunde zu gehen. In diesem Fall wird der Prozess erneut angestoßen, wobei die vorangegangenen Verhandlungen und Konditionen als Ausgangspunkt dienen können. Diese Flexibilität im Verhandlungsprozess trägt dazu bei, dass beide Parteien zu einer zufriedenstellenden Vereinbarung gelangen.

Strategische Vorteile durch Negotiable Quotes

Die Einführung des Negotiable Quotes-Features in Adobe Commerce bringt eine Fülle von Vorteilen mit sich, die entscheidend zur Optimierung von Verkaufsprozessen und der Stärkung von Kundenbeziehungen beitragen. Dies wirkt sich nicht nur positiv auf den Umsatz und Marktanteil von Unternehmen aus, sondern bietet auch eine Reihe strategischer Vorteile:

- **Stärkung der Kundenbeziehungen:** Wie bereits im Abschnitt „Ablauf der Verhandlung“ beschrieben, ermöglichen individuelle Verhandlungen einen direkten Dialog zwischen

Händler und Kunde. Dies fördert Vertrauen und Loyalität, da Kunden sich in ihren Bedürfnissen ernst genommen fühlen.

- **Erhöhte Conversion Rate:** Durch die Möglichkeit zur Preisverhandlung können Unternehmen mehr Interessenten anziehen. Dies erhöht die Wahrscheinlichkeit, dass Anfragen in tatsächliche Käufe umgewandelt werden.
- **Differenzierung im Wettbewerb:** Maßgeschneiderte Angebote, wie im Beispiel des Großhändlers für Baumaterialien erläutert, helfen Unternehmen, sich von der Konkurrenz abzuheben.
- **Flexibilität bei der Preisgestaltung:** Die Anpassungsfähigkeit an Marktveränderungen und individuelle Kundenbedürfnisse, wie im gesamten Verhandlungsprozess demonstriert, wird durch das Negotiable Quotes-Feature erheblich erleichtert.
- **Besseres Verständnis der Kundenbedürfnisse:** Die direkte Interaktion mit Kunden liefert wertvolle Einblicke in ihre Präferenzen und Anforderungen, was zu einer besseren Kundenorientierung führt.
- **Effizienzsteigerung:** Wie gezeigt, ermöglicht das Feature automatisierte Prozesse, die Zeit und Ressourcen sparen, die sonst für manuelle Preisverhandlungen aufgewendet werden müssten.
- **Datengesteuerte Entscheidungen:** Unternehmen können Daten aus dem Verhandlungsprozess sammeln und analysieren, um ihre Geschäftsstrategien und Preisgestaltungen zu informieren und zu optimieren.

Fazit: Mehr Kundenzentrierung im B2B

Zusammengefasst stellt das Negotiable Quotes-Feature von Adobe Commerce eine bedeutende Innovation dar, die es Unternehmen ermöglicht, ihre Verkaufsprozesse zu optimieren, stärkere Kundenbeziehungen aufzubauen und letztlich ihren Umsatz sowie Marktanteil zu steigern.

Kapitel 5

Zukunftssicher mit Composable Commerce

Composable Commerce: Die Strategie von Adobe für Zukunftssicherheit

Mit den letzten Versionen von Adobe Commerce hat Adobe den Grundstein für den sogenannten Composable Commerce Ansatz gelegt. Composable Commerce lässt sich als Überbegriff für

eine Auslese aus unterschiedlichen Komponenten definieren, die in ihrer Gesamtheit eine mächtige Kombination für eine moderne E-Commerce-Landschaft ergeben.

Mit dem Adobe Commerce als Zentrale, liegt der Fokus dabei auf maximale Kompatibilität

Adobe makes composable commerce easier

Modern composable platform enables business agility and speed-to-market through easy extensibility & simplified integrations

Easily Deploy Composable SaaS Services

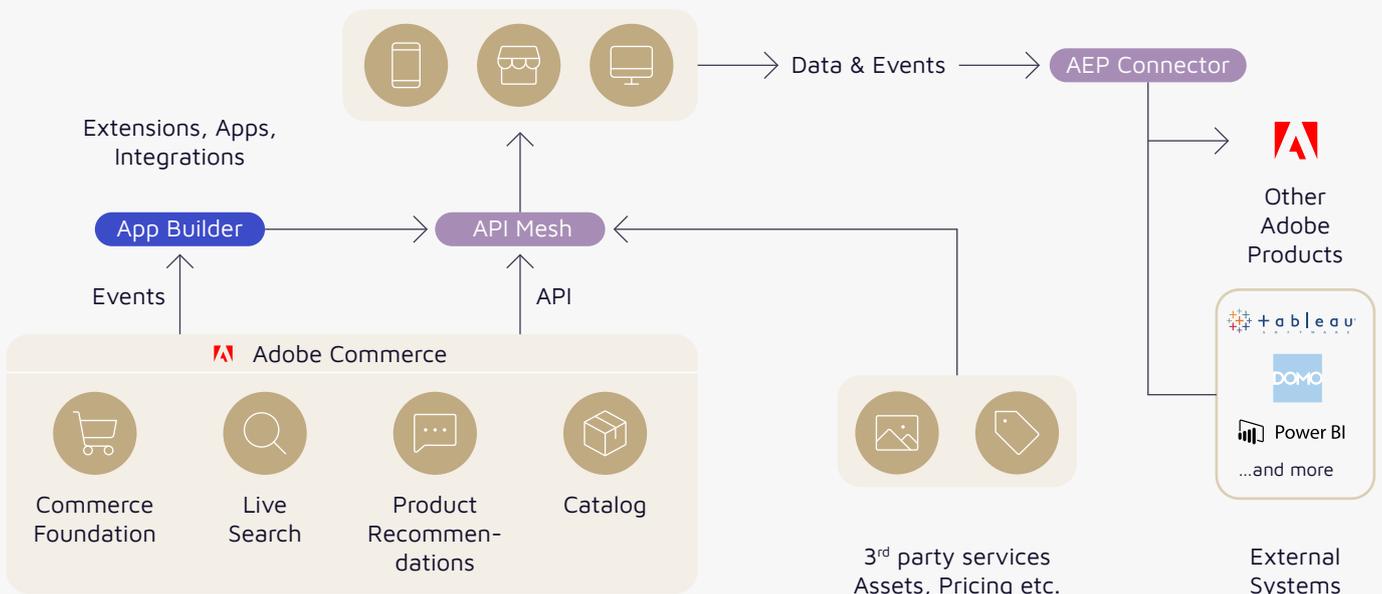
API-first SaaS based services such as Live Search, product recommendations, catalogs, and payments
API Mesh: Orchestration layer to add, upgrade, and replace Adobe or 3rd party services

Integrate, Extend, & Innovate at Low Cost

App Builder: Cloud native, event driven, and low-code environment for building integrations and customizations
Low cost of ownership: Applications built on App Builder require no provisioning or scaling of infrastructure and minimal code to maintain

Standardize Data Sharing for Personalization

Capture shopper data & events across any Adobe or 3rd party storefront technologies
Share to Adobe & 3rd party services via standardized schema to enable analytics, personalized journeys, and more





und Anbindbarkeit. Diese technologische Herangehensweise erinnert sehr an den Headless-Ansatz – und das ist kein Zufall. Das Konzept, große Systeme in die wichtigsten Bestandteile aufzuteilen und sie somit unabhängig arbeiten zu lassen hat sich hier bereits bewährt und bringt eine ganze Reihe von Vorteilen.

Die MACH-Grundlage

Adobe setzt bei seiner Composable Commerce Strategie auf die **MACH**-Grundlage:

- **M**icroservices
- **A**PI-First
- **C**loud
- **H**eadless

Angesichts dieser vier Technologien und Ansätze wird deutlich, dass Adobe eine klare Vorstellung davon hat, wie moderner E-Commerce aussehen sollte – und ist zugleich ein Bekenntnis gegen monolithische Systeme. Kein Wunder also, dass Headless ein wesentlicher Bestandteil der Composable Commerce Strategie von Adobe ist.

Die einzelnen Bestandteile der **MACH**-Grundlage im Detail:

Microservices

Monolithische Anwendungsarchitekturen sind große Funktionspakete, die in der Regel nach dem alles-in-einem-Motto strukturiert sind. So können nahezu alle Anforderungen eines Shopbetreibers in nur einem System erfüllt werden,

ohne großen Aufwand bei der Zusammenstellung der passenden Tools investieren zu müssen. Allerdings sind solche Monolithen sehr schwerfällig und lassen sich nur umständlich erweitern und auf neue Technologien umstellen.

Im Gegensatz dazu stehen Microservices: Dies sind eigenständig entwickelte Anwendungen, die über die reine Ressourcen-Funktion hinaus spezifische Aufgaben innerhalb eines Systems erfüllen. Ein Beispiel wäre die Produktempfehlung bei Adobe Commerce. Allein das ist ein einzelner Microservice.

Der Hauptvorteil von Microservices ist, dass die Entwicklung systemunabhängig geschieht. Das bedeutet, ein spezifischer Microservice kann in jedes beliebige System eingebunden werden – die richtigen Schnittstellen vorausgesetzt. Im Umkehrschluss bedeutet das auch: Ein System,



dessen Funktionen sich allein aus Microservices zusammensetzt, ist genau das, was Composable Commerce definieren soll: Fragmentiert, unabhängig, headless. Dieser Aufbau lässt sich natürlich endlos erweitern, daher ist auch Skalierbarkeit ein ganz großer Faktor bei Microservices.

Aber auch hier gilt wieder: Grundvoraussetzung sind die richtigen Schnittstellen. Und so wird auch langsam klar, wieso die MACH-Grundlage sich auf genau die vier genannten Kernthemen konzentriert, denn das eine bedingt das andere.

API-first Commerce

Wie bereits erwähnt hat jedes moderne System, welches aus verschiedenen Anwendungen (Microservices) besteht, den Knackpunkt, dass Verbindung und Kommunikation funktionieren müssen. Dies geschieht durch standardisierte Schnittstellen. Für eine umfangreiche Systemarchitektur setzt Adobe logischerweise verstärkt auf den Ausbau des sogenannten API-first Commerce.

Denn APIs werden von Adobe Commerce schon seit einiger Zeit eingesetzt, die bekanntesten Vertreter sind REST, SOAP und GraphQL. Es gilt, diese Technologien und deren Fähigkeiten weiter auszubauen, denn das steigert automatisch auch

die Performance und den Funktionsumfang von Adobe Commerce deutlich.

API-first ist in erster Linie eine an Schnittstellendefinitionen orientierte Entwicklung. Das bedeutet das schon bereits vor der Entwicklung festgelegt und dokumentiert ist, wie die Implementierung aussehen wird. Funktionalität, Ein- und Ausgangsdaten und Leistungsfähigkeit – all das ist bereits im Vorfeld definiert. Das gilt dann unter auch für die Benutzeroberfläche, denn die wird ebenfalls entsprechend der API integriert. Dies beschleunigt und vereinfacht die Projektentwicklung enorm. Außerdem haben APIs in dieser Strukturierung die gleichen Vorteile wie Microservices: Es geht vor allem um Flexibilität und eben Skalierbarkeit.

Cloud Hosting

Etwas abseits der beiden zuvor aufgeschlüsselten Technologien steht das Cloud Hosting, das aber nicht minder wichtig in der Strategie von Adobe ist. Grundsätzlich stehen den Shopbetreibern mehrere Varianten zu Verfügung. Entweder ein klassisches Hosting bei einem Managed Service (AWS, Azure, etc.), eine Nutzung der Adobe Commerce Cloud Infrastructure oder aber auch ein bspw. von valantic verwaltetes Cloud Hosting. Im E-Commerce ist Cloud Hosting nicht mehr wegzudenken und ist mittlerweile mit großem Abstand die meistgenutzte Hosting-Variante.



Dies ist auch der Grund, warum das Thema Cloud ebenfalls Teil der Grundlage zur Composable Commerce Strategie von Adobe ist.

Natürlich will Adobe vorrangig seinen eigenen Dienst vertreiben, allerdings bieten beide der letztgenannten Varianten die gleichen Vorteile. Beide haben ein Docker-basiertes Setup, sind auf die Verwendung mit Adobe Commerce / Magento optimiert und lassen sich vollautomatisch deployen. Außerdem sind Skalierbarkeit und Stabilität auf dem gleichen Level.

Trotzdem gibt es für Shopbetreiber ebenfalls einige entscheidende Unterschiede zwischen einem valantic-managed Cloud Hosting und der Adobe Commerce Cloud Infrastructure:

- **Ansprechpartner:** Entsprechend dem Dienstleistervertrag sind bei uns direkte Ansprechpartner für den Kunden verfügbar, wohingegen bei Adobe zunächst ein Ticket erstellt werden muss, dass durch die Kalifornische Zeitzone von -9 Stunden oft verzögert bearbeitet wird. Das gleiche gilt auch für die allgemeine Projektkommunikation.
- **Individualisierung:** Bei valantic haben wir die Möglichkeit, das Server Setup genau nach den Bedürfnissen der jeweiligen Shopbetreiber anzupassen, bei Adobe sind die Möglichkeiten eingeschränkter.

Headless

Unter Headless oder Headless Commerce wird eine E-Commerce Plattform verstanden, dessen Backend vollständig vom Frontend entkoppelt ist. Die gesamte Business-Logik kann dann durch verschiedene Anwendungen (Stichwort Microservices), die durch Schnittstellen (Stichwort APIs) miteinander verbunden sind, abgebildet werden.

Die Vorteile von Headless sind vielschichtig und weitreichend. Ein paar der wichtigsten wurden von Adobe direkt mit entsprechenden Bezeichnungen benannt.

- **Unified Extensibility Framework**
Durch gleichbleibende Schnittstellen lassen sich schnell und einfach Erweiterungen des bestehenden E-Commerce-Systems umsetzen
- **Out of Process Extensibility**
Erweiterungen werden einfach „angedockt“ – Core-Funktionen des Shops müssen nicht geändert werden, wenn eine Drittanwendung deployed wird
- **Easy Upgrades**
Die Software as a Service-Infrastruktur erlaubt Updates der externen Services, ohne dass die Shop-Anwendung an sich aktualisiert werden muss (keine aufwändigen Adobe Commerce-Updates)

Kapitel 6

Die Hosting-Möglichkeiten von Adobe Commerce und Magento

Adobe Commerce ist die Basis für die Digitalisierung von Unternehmen

Adobe Commerce bietet sowohl eine Cloud- als auch eine On-Premises-Option an. Viele fragen sich, ob mit der Verfügbarkeit der Cloud-Version das On-Premises-Angebot verschwinden würde. Die Antwort ist eindeutig: Nein! Adobe Commerce bleibt als On-Premises-Lösung bestehen. Es ist wichtig, beide Optionen sorgfältig zu prüfen und die richtige Wahl für Ihr Unternehmen zu treffen.

Das bedeutet: Adobe Commerce soll zwar weiterhin verstärkt als Cloud-Angebot wahrgenommen werden, doch diesem Weg müssen Sie nicht folgen. Das E-Commerce-System lässt sich weiterhin wie bisher selbst hosten. Als Kunde mit einer Adobe-Commerce-Lizenz bekommen Sie Zugriff auf den Quellcode. Damit ergibt sich die Möglichkeit, die eigene Digitalplattform auf der eigenen Server-Infrastruktur oder in den eigenen Cloud-Systemen zu betreiben.

So setzen Sie Adobe Commerce On Premises ein

Viele Kunden, insbesondere jene mit Sitz in Deutschland oder anderen EU-Ländern, ziehen es aufgrund interner Regelungen oder gesetzlicher Vorschriften vor, ihre digitale Infrastruktur eigenständig zu managen und zu kontrollieren. Für sie bietet Adobe Commerce unterschiedliche Ausbaustufen der On-Premises-Variante an. Dies kann im eigenen Rechenzentrum, auf selbst-verwalteten Cloud-Plattformen oder in klassischen, verwalteten Serverumgebungen erfolgen.

Welche Vorteile bietet Cloud-Hosting?

Unter Cloud-Hosting versteht man eine Dienstleistung im Bereich des Infrastructure as a Service (IaaS), die Hosting-Services auf Basis einer Cloud-Infrastruktur zur Verfügung stellt. Nutzer erhalten hierbei Zugang zu virtualisierten Hardware-Ressourcen – via Netzwerk miteinander verbunden – die es ermöglichen, speziell auf ihre Bedürfnisse zugeschnittene Computer-Cluster einzurichten. Zu den wichtigsten Vorteilen des Cloud-Hostings zählen dessen Skalierbarkeit, Zuverlässigkeit, Sicherheit und Leistungsfähigkeit. Für komplexe Hosting- oder hybride Cloud-Lösungen haben Adobe



Commerce bzw. Magento Kunden die Möglichkeit, auf verschiedene Anbieter zurückzugreifen wie beispielsweise Microsoft Azure Germany, Google Cloud oder AWS (Amazon Web Services).

Was sind die Besonderheiten der Adobe Commerce Cloud?

Adobe Commerce Cloud wurde als eine skalierbare und maximal individualisierbare PaaS-Lösung (Platform as a Service) geschaffen. Die Infrastruktur und die Pflege liegen beim Implementierungspartner. Sie als Kunde besprechen mit ihm Ihre Ressourcen- und Performance-Anforderungen. Während die Infrastruktur durch Adobe bereitgestellt wird, ist der Integrationspartner weiterhin für Implementierung und Wartung des Portals zuständig. Für den Betrieb kann aus unterschiedlichen Hosting-Optionen gewählt werden. Typischerweise wird

hier auf die AWS-Cloud mit Rechenzentren in Deutschland oder der EU gesetzt, so dass dem Datenschutz vollumfänglich entsprochen wird.

Fazit

Adobe Commerce Cloud macht durchaus Sinn, um eine weltweit erreichbare und maximal skalierbare Plattform aufzubauen. Wenn Sie jedoch mehr Kontrolle über Ihre digitale Infrastruktur haben möchten, besitzen Sie immer noch die Möglichkeit, Adobe Commerce komplett selbst zu betreiben.

Das Besondere hierbei ist: Wer Adobe Commerce lizenziert, bekommt den Quellcode und alle Updates und Patches zur Verfügung gestellt. So kann man nach Belieben seine eigene Plattform aufbauen, um zum Beispiel die Digitalisierung des Unternehmens flexibel voranzutreiben.

Klassische Systeme vs. Cloud Systeme

Klassische Systeme



Cloud Systeme



Kapitel 7

Wertstiftende Commerce-Migration: Vorteile durch einen qualifizierten Adobe Partner

Datenmigration mit Magento und Adobe Commerce

Viele Unternehmen betreiben einen E-Commerce Plattform, die über die Zeit wertvolle Kunden-, Produkt- und weitere Daten angesammelt hat. Beim Wechsel auf Magento bzw. Adobe Commerce sehen sich Händler dann immer mit der Herausforderung konfrontiert, dass diese Daten ins neue System überführt werden müssen. Zwar existieren Tools, die eine solche Datenübertragung versprechen, doch in der Praxis zeigen diese oft Schwächen – etwa wegen firmenspezifischer Anpassungen, Eigenentwicklungen oder anderer technischer Besonderheiten. Hier bieten wir, basierend auf unserer jahrelangen Erfahrung in der Shop-Migration, eine effektive Lösung: MIGRON®, ein valantic-Produkt, das für einen reibungslosen und verlässlichen Datentransfer steht.

Welche Systeme sind kompatibel für eine Migration zu Magento bzw. Adobe Commerce?

Bei jeder Datenmigration steht zu Beginn stets die Frage nach der Kompatibilität des Quellsystems: Kann das Ursprungssystem seine Daten erfolgreich an Magento bzw. Adobe Commerce übermitteln? Es lässt sich festhalten, dass nahezu alle bedeutenden E-Commerce-Plattformen

kompatibel sind. Zu den typischen Ausgangsplattformen für eine Migration gehören nicht nur bekannte Namen wie Shopware, Spryker und Oxid, sondern auch viele andere Shopsysteme.

Welche Daten können migriert werden?

Ein Onlineshop setzt sich aus diversen Entitäten, also unterschiedlichen Typen von Datensätzen, zusammen. Jede dieser Entitäten bringt bei einer Datenmigration eigene Herausforderungen und Besonderheiten mit. Oftmals erfordert dies ein tiefes Verständnis der zugrundeliegenden Daten und Prozesse. Ein Beispiel hierfür ist die Zuordnung von Kundengruppen. Während diese in vielen Shops eine untergeordnete Rolle spielen, stellen sie in anderen Systemen einen kritischen Datensatz dar und erfordern besondere Sorgfalt bei der Übertragung.

An diesem Beispiel wird deutlich, dass jedes Migrationsprojekt eine gründliche Vorbereitung und Analyse der zu migrierenden Inhalte benötigt. Typischerweise sind folgende Entitäten bei den meisten Migrationen von Bedeutung:

Produkt- und Kategoriedaten

Artikelinformationen, Produktattribute, Kategoriebäume und ihre Verknüpfungen repräsentieren nur einen Ausschnitt moderner Katalogdaten in



Commerce Plattformen. Solche Grunddaten sind essenziell und können in der Regel zuverlässig ins neue System transferiert werden.

Kundenstammdaten, Bestellarchiv und Listen

Für einen Onlineshop sind personalisierte Inhalte, wie Kundenstammdaten, vergangene Bestellungen oder auch Merklisten, kritisch. Ziel ist es, dass Kunden trotz Plattformwechsel nicht auf die gewohnten Inhalte verzichten müssen. Eine durchdachte Strategie ermöglicht die Übertragung dieser Daten, inklusive sensibler Passwörter und unter Berücksichtigung des Datenschutzes.

Content-Seiten und -Elemente

Ein sorgfältig gepflegter Content-Bereich ist wertvoll und sollte, sofern relevant, in das neue System übernommen werden. Dabei sind oft tiefgreifende Transformationen notwendig, um Unterschiede zwischen Quell- und Zielplattform

auszugleichen. Passende Algorithmen für diesen Zweck sind Bestandteil des von valantic eingesetzten Migrationstools.

Systemeinstellungen und Konfigurationen

Obwohl viele Systemeinstellungen plattform-spezifisch sind, kann die Migration bestimmter Konfigurationen, wie Kundengruppen oder Steuerregeln, nützlich sein. Mit den richtigen Lösungen können diese individuellen Daten meist erfolgreich migriert werden.

Proprietäre Daten

Innovative Online-Shops nutzen oft einzigartige, proprietäre Daten für spezielle Funktionen. Sind diese Daten für das neue System relevant, muss auch hierfür eine passende Migrationslösung gefunden werden. Ein enger Austausch zwischen den Projektbeteiligten sorgt für das notwendige Verständnis und letztlich zur zuverlässigen Überführung der relevanten Inhalte.

Abschließend lässt sich sagen, dass alle kritischen Daten für den Betrieb einer E-Commerce-Plattform übertragen werden können und müssen. Dazu ist neben einer verlässlichen Technologie vor allem ein erfahrenes Entwickler- und Beratungsteam unerlässlich, das den gesamten Migrationsprozess verantwortet und eng begleitet.

Mit welchem Aufwand ist die Datenmigration verbunden?

Die Datenmigration stellt im Prozess des Technologiewechsels einen kritischen Schritt dar. Neben den grundlegenden Anforderungen liegt ein Hauptaugenmerk auf der Implementierung der Migrationsanweisungen, also Vorschriften zur Datenübertragung mit zugehörigen Code-Fragmenten, die notwendige Transformationen beschreiben. Obwohl diese Anweisungen technischer Natur sind, können die anfallenden Aufwände durch eine gründliche Analyse vorab und einen engen Austausch zwischen allen Projektverantwortlichen drastisch reduziert werden.

Ein entscheidender Vorteil im Migrationsprozess ist die umfangreiche Sammlung von Adaptern, auf die wir zurückgreifen können. Viele Aspekte der Migration, wie beispielsweise die

Übertragung von grundlegenden Produktdaten, ähneln sich häufig über verschiedene Projekte hinweg. Daher können wir oft eine vorgefertigte Konfiguration verwenden und diese dann für das jeweilige Projekt individualisieren, wodurch der Migrationsprozess erheblich erleichtert und beschleunigt wird.

Warum valantic für Sie ein guter Adobe Implementierungspartner ist

Die valantic-Lösung für eine gelungene Datenmigration

Die Kernprinzipien von MIGRON® sind Flexibilität und Performance. Dies bedeutet nicht nur die Freiheit bei der Wahl des Quellsystems, sondern vor allem auch eine rasante Datenübertragung. Ein praktisches Beispiel hierfür ist die Übertragung von nahezu 200.000 Kundenstammdaten in weniger als fünf Minuten, wodurch ein nahtloser Übergang zwischen Alt- und Neusystem für den Endkunden sichergestellt wird. Insgesamt beweist MIGRON® eindrucksvoll, dass mit der richtigen Technologie und Erfahrung eine reibungslose und effiziente Datenmigration möglich ist.



Kapitel 8

Systemintegrationen mit Adobe Commerce und Magento

Nahtlose Systemintegration

In der anspruchsvollen Welt des E-Commerce auf Enterprise-Level reicht eine eigenständige Plattform oft nicht aus, um den steigenden und vielschichtigen Anforderungen gerecht zu werden. Es bedarf des koordinierten Zusammenspiels zahlreicher Systeme. Zentral dabei ist vor allem die effiziente Datenübertragung und -kommunikation zwischen den beteiligten Anwendungen.

Viele Gründe sprechen für eine Integration

Ab einem gewissen Punkt wird eine allein-stehende Commerce Plattform den vielseitigen Anforderungen moderner Unternehmen und deren Kunden nicht umfassend gerecht. Eine isolierte Plattform bleibt oft eingeschränkt in ihrer Flexibilität und Anpassungsfähigkeit, während integrierte Systeme eine umfangreichere Funktionspalette und verbesserte Effizienz bieten. Die Integration externer Systeme stellt in einem umkämpften Markt einen entscheidenden Vorteil dar. Auch wenn die genauen Beweggründe für eine Integration von Projekt zu Projekt variieren können, gibt es doch einige Gemeinsamkeiten.

Digitalisierung und Optimierung von Prozessen: Um eine erfolgreiche, schnelle und zuverlässige Bestellabwicklung sicherzustellen, müssen Prozesse digitalisiert und optimiert werden. Das ermöglicht Ihrem Unternehmen, Bestellungen

effizienter zu bearbeiten und Kundenanforderungen schneller gerecht zu werden.

Steigerung des Automatisierungsgrades: Die Automatisierung von Prozessen befreit Mitarbeiter von wiederkehrenden Routineaufgaben. Diese Befreiung von manuellen Tätigkeiten ermöglicht eine Fokussierung auf strategische und wertschöpfende Aufgaben.

Reduzierung von Fehlern: Fehler in manuellen Prozessen können zu Bestellverzögerungen, falschen Lieferungen und einer schlechten Kundenzufriedenheit führen. Eine integrierte Plattform hilft diesen Fehlern entgegenzuwirken.

Hochwertige Daten: Ein weiterer Vorteil ist die Erhöhung der Datenquantität und -qualität. Diese Inhalte können von unschätzbarem Wert sein und als Grundlage für datengetriebene Entscheidungen dienen.

Verbesserte Kundenerfahrung: Schließlich trägt die Integration aller relevanten Systeme dazu bei, eine konsistente und verbesserte Customer Experience über alle Kanäle hinweg zu bieten. Dies resultiert wiederum in einer höheren Kundenzufriedenheit sowie stärkeren Kundenbindung an das eigene Unternehmen.

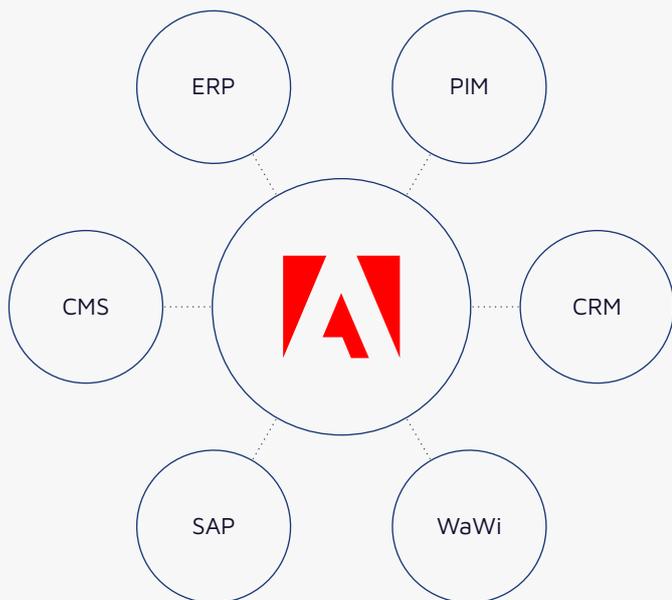
Die Integration externer Systeme ist für moderne Unternehmen also nicht nur eine Option, sondern fast schon eine Notwendigkeit. Sie garantiert die Wettbewerbsfähigkeit in der digitalen Landschaft von heute und morgen.



Welche Systeme lassen sich integrieren?

Durch die Spezialisierung von Drittsystemen und der E-Commerce-Plattform auf bestimmte Aufgabenbereiche ergibt sich zwangsläufig die Notwendigkeit, diese Systeme miteinander zu integrieren. Die zentrale Herausforderung besteht darin, eine strategische und reibungslose Datenübertragung sicherzustellen. Aufgrund der Ausrichtung von Magento bzw. Adobe Commerce auf professionelle Unternehmensanforderungen

werden zahlreiche Systeme bereits standardmäßig unterstützt. Aber auch die schnelle und unkomplizierte Integration zusätzlicher Anwendungen ist dank des umfangreichen Ökosystems von Adobe Commerce bzw. Magento kein Problem. Selbst für individuelle und proprietäre Systeme existieren maßgeschneiderte Lösungen oder lassen sich unkompliziert implementieren. Relevante Drittsysteme lassen sich in unterschiedliche Kategorien unterteilen, sind aber nicht in allen Fällen auf die hier beschriebenen Anwendungsfälle beschränkt.



ERP (Enterprise Resource Planning)

Das ERP-System stellt oft das digitale Herzstück eines Unternehmens dar. Es ermöglicht die nahtlose Abwicklung von Bestellungen, steuert die Lagerverwaltung und verarbeitet Kundendaten. Für moderne E-Commerce-Plattformen, insbesondere auf Enterprise-Level, ist die Integration eines solchen zentralen Systems mittlerweile Standard und weit verbreitet. Adobe Commerce bzw. Magento bietet hier Unterstützung für führende Systeme der Branche an. Dazu gehören Schwergewichte wie SAP ERP und Microsoft Dynamics, aber auch spezialisierte Lösungen wie Infor oder Timeline.

Integration von SAP ERP über den valantic Connector

Seit über 15 Jahren unterstützen wir Unternehmen bei der Integration von Magento und Adobe Commerce an Ihre SAP-Unternehmensprozesse wie SAP ECC 6.x oder SAP S/4HANA – in der Cloud oder On Premise.

Um ein erfolgreiches Integrations-Projekt mit SAP und Magento bzw. Adobe Commerce im geplanten Zeit- und Budgetrahmen umzusetzen, ist ein umfassendes Schnittstellen- und

Prozess-Know-how notwendig. Mit unserer Eigenentwicklung dem Adobe Commerce-SAP-Connector setzen wir eine performante und skalierbare Middleware ein, in der die SAP Business Technology Platform (BTP) als Brücke dient zwischen dem SAP-System und dem E-Commerce-System von Adobe. In der Regel ist die BTP mit einem SAP S/4 Hana System verbunden, das als Rückgrat für viele Unternehmensprozesse dient. Die Fachleute von valantic haben einen speziellen Adapter für die BTP entwickelt, der eine Vielzahl von E-Commerce-optimierten Endpunkten bietet.

Der Adapter deckt eine breite Palette von Funktionen ab, die speziell für den E-Commerce optimiert sind. Dazu gehören das Benutzermanagement in SAP, die Zuordnung von Benutzern zu Buchungskreisen und Verkaufsorganisationen, Verfügbarkeitsprüfungen (ATP), Bestellsimulationen, die Übertragung von Bestelldaten und die Anlage von Benutzern im SAP-System. Diese Funktionen sorgen für eine nahtlose Integration und eine effiziente Datenverarbeitung.



PIM (Product Information Management System)

Das PIM-System ist für die zentrale Verwaltung von Produkt- und Katalogdaten zuständig. Zusätzlich zu dieser Kernfunktion können viele PIM-Systeme auch medienneutrale Inhalte verwalten, dynamische Produktvarianten erzeugen oder komplexe Kategoriehierarchien abbilden. Da diese Systeme naturgemäß einige der wichtigsten Daten für den E-Commerce bereitstellen, ist ihre Integration in Magento unkompliziert und häufig anzutreffen. Zu den prominenten



Vertretern dieser Kategorie zählen Akeneo, Pimcore, Contentserv und viamedici.

DAM/MAM (Digital / Media Asset Management)

Ein DAM- oder MAM-System dient der zentralen Speicherung, Verwaltung und Verteilung digitaler Assets wie Bilder, Videos, Dokumente und anderer Medieninhalte. Solche Systeme sind essenziell, um sicherzustellen, dass Inhalte konsistent und aktuell über alle Vertriebskanäle hinweg präsentiert werden. Die Integration in Adobe Commerce bzw. Magento kann genutzt werden, um ein einheitliches Markenerlebnis zu gewährleisten und den Medienworkflow zu optimieren. Zu den bekannten Lösungen in diesem Bereich gehören Systeme wie Adobe Experience Manager Assets, Canto, Bynder und Widen.

CRM & CDP (Customer Relationship Management / Data Platform)

In erfolgreichen Commerce Plattformen basiert die Kundenansprache auf einem tiefen Verständnis jedes einzelnen Kunden. Kontaktdaten, Kundenpräferenzen und eine lückenlose Kontaktgeschichte sind dabei von zentraler Bedeutung. Diese essenziellen Kundeninformationen werden in der Regel in einem CRM-System zentral erfasst und fortlaufend aktualisiert. Zu den marktführenden Systemen dieser Art zählen Salesforce, Microsoft Dynamics, SAP und HubSpot. Darüber hinaus arbeiten viele CRM-Systeme eng mit anderen Anwendungen, beispielsweise ERP-Systemen, zusammen. Hier bietet Adobe

Commerce bzw. Magento den Vorteil, nicht nur eine direkte Anbindung an diese zu ermöglichen, sondern auch eine zuverlässige Referenzierung der unterschiedlichen Datensätze zueinander zu ermöglichen.

CMS (Content Management System)

Ein CMS-System dient der Erstellung, Verwaltung und Publikation von digitalen Inhalten. Diese Systeme sind insbesondere in der E-Commerce-Landschaft von großer Bedeutung, da sie es ermöglichen, Inhalte effizient und konsistent über verschiedene Plattformen und Kanäle hinweg zu verteilen. Die jüngsten Trends in dieser Kategorie sind sogenannte Headless CMS-Anwendungen, die eine noch größere Flexibilität in Bezug auf die Auslieferung von Inhalten bieten. Hierzu zählen bspw. innovative Plattformen wie Storyblok oder Contentful. Die Integration eines CMS in Adobe Commerce bzw. Magento kann dazu beitragen, das Einkaufserlebnis für Kunden zu optimieren und den redaktionellen Workflow beträchtlich zu vereinfachen und zu professionalisieren.

Weitere Systeme und Anwendungen

Natürlich beschränkt sich die Integration in Adobe Commerce bzw. Magento nicht nur auf die bisher genannten Systeme. Es existieren zahlreiche andere Anwendungen, die auf spezielle Aspekte der Customer Journey ausgerichtet sind. Dank der flexiblen Architektur und den umfangreichen Schnittstellen-Optionen von Adobe Commerce bzw. Magento ist es möglich, auch diese Systeme problemlos zu integrieren und

somit das Potenzial Ihrer E-Commerce Plattform voll auszuschöpfen.

Vorgehen für eine erfolgreiche Integration

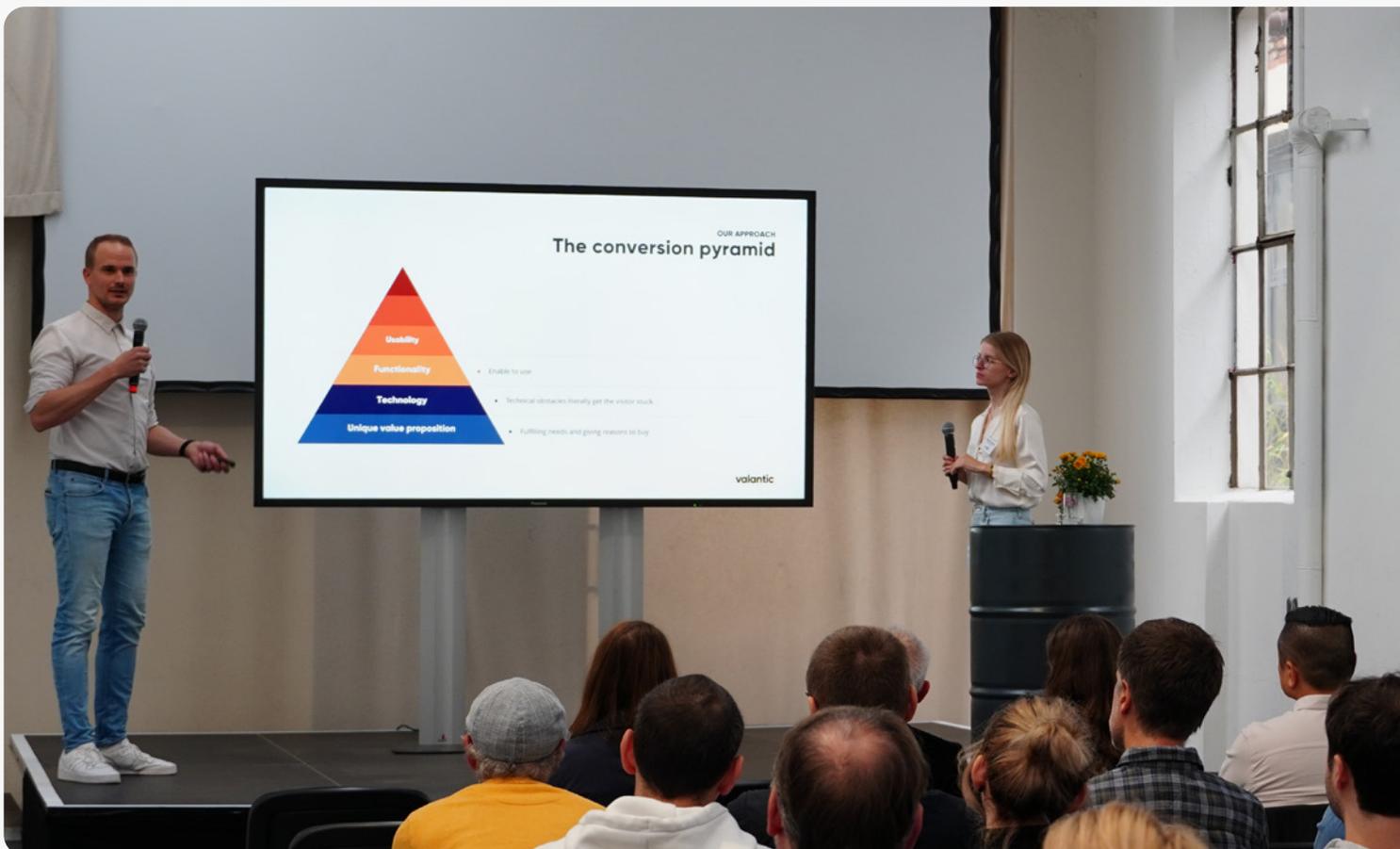
Adobe Commerce bzw. Magento schreibt keinen festen Weg vor, wie externe Dienste zu integrieren sind. Vielmehr zeigt die Erfahrung aus zahlreichen durchgeführten Projekten, dass die Einbindung von Drittsystemen oftmals evolutionär, in mehreren Stufen, erfolgt. Ein solches Vorgehen ermöglicht einen schnellen und zielgerichteten Einstieg in die Nutzung. Gleichzeitig bleibt aber die Flexibilität erhalten, individuell auf geänderte Geschäftsanforderungen und neue Marktsituationen zu reagieren.

Für einen reibungslosen Integrationsprozess steht valantic mit einem Team von ExpertInnen bereit. In enger Zusammenarbeit mit den Stakeholdern erfolgt zunächst eine detaillierte

Bestandsaufnahme aller relevanten Systeme. Wir vergleichen die spezifischen Anforderungen mit den bestehenden Inhalten und skizzieren im direkten Austausch eine maßgeschneiderte Integrationsstrategie. Dank der umfangreichen Expertise von valantic im Zusammenspiel mit Adobe Commerce bzw. Magento kann sichergestellt werden, dass für jede Herausforderung und jedes System die optimale Integrationslösung gefunden wird.

Fazit

Die Integration von Systemen in Adobe Commerce bzw. Magento bietet Unternehmen eine leistungsstarke Lösung, um ihre E-Commerce-Prozesse effizient zu gestalten. Ob ERP, PIM, CRM oder CMS - jedes System hat seine spezialisierten Aufgabenbereiche und bringt wertvolle Daten und Prozesse mit. Adobe Commerce bzw. Magento punktet durch seine herausragende Integrationsfähigkeit und Anpassungsoptionen.



Kapitel 9

Was macht Adobe Commerce & Magento so besonders?

Wettbewerbsfähigkeit von Adobe Commerce & Magento

Der Markt für E-Commerce-Lösungen, insbesondere im KMU- und Enterprise-Umfeld, ist umkämpft und zeichnet sich durch einen intensiven Wettbewerb aus. Mit einer Vielzahl von Anbietern können Einsteigern die Orientierung und Entscheidungsfindung schwerfallen. Während etablierte Dienste ihre Position gegenüber innovativen Newcomern, die frischen Wind in den Markt bringen, verteidigen, haben sich bestehende Lösungen bereits in zahlreichen Herausforderungen bewährt. Vor diesen

schrecken neue Anbieter bislang oft noch zurück. Um als Händler nicht selbst zum Testballon zu werden, bedarf es Experten für eine nachhaltige und wertstiftende Entscheidung.

Bei Erstgesprächen mit Interessenten erleben wir oft, dass die Anforderungen in B2B- als auch in B2C-Digitalisierungsprojekten darin bestehen die Flexibilität die Plattform modular zu erweitern – daher spielen Mandantenfähigkeit und Internationalisierungsmöglichkeiten eine große Rolle. Die meisten Kunden starten mit einem MVP Projekt, d.h. es gibt die Idee, klein in einen Markt im E-Commerce zu starten und dann aber die Plattform zu skalieren. Dabei soll natürlich auf technische und inhaltliche Synergien zurückgegriffen werden.

Technisch gesehen geht es ganz entscheidend um die Anbindung der E-Commerce Plattform an teils schon existierende Systeme im



Unternehmen wie ERP- oder PIM-System. Perspektivisch ist die Anbindung an weitere neue Systeme, wie bspw. ein CMS-System oder eine CDP-Plattform gefragt. Hier geht es dann nicht nur um die Anbindung an sich, sondern auch darum, die passende Architektur zu schaffen, in der alle Systeme performant Hand in Hand zusammenarbeiten.

Mit folgenden Vorteilen grenzt sich Adobe Commerce bzw. Magento von der Konkurrenz am Markt ab:

- **Skalierbarkeit & Wachstumsunterstützung**

Dieser Aspekt bezieht sich unter anderem darauf, wie gut eine Plattform den steigenden Anforderungen des Unternehmens gewachsen ist – sei es durch zunehmende Benutzerzahlen, mehr Transaktionen oder einem wachsenden Produktkatalog. Einige Anbieter haben sich auf Lösungen für bestimmte Unternehmensgrößen spezialisiert, so dass diese Plattformen oft in ihrem Leistungsumfang begrenzt sind. Sie lassen sich, wenn überhaupt, nur mit Mühe auf neue Herausforderungen anpassen. SaaS-Anbieter (Software as a Service) sehen hier eine große Chance, da ihre Infrastruktur flexibel an unterschiedliche Besucherzahlen angepasst werden kann. Der Dienstleister ist dabei in der Regel für eine stabile und performante Auslieferung des Shop-Frontends verantwortlich. Diese Abhängigkeit zum Anbieter ist aber nicht immer von Vorteil und sollte daher sorgfältig abgewogen werden. Magento und besonders Adobe Commerce heben sich in diesem Bereich ab. Bereits bei selbstgehosteten Lösungen bieten sich vielfältige Möglichkeiten und Technologien zur Skalierung an. Noch weiter geht die Adobe Commerce Cloud, die zusätzliche Optionen auf Enterprise-Niveau einschließt. Ein Beispiel hierfür ist der Einsatz von Fastly, einem CDN- und Caching-Dienstleister, der sich auf eine schnelle Auslieferung von Webinhalten spezialisiert hat. So ist gewährleistet, dass auch stark frequentierte

Webshops zuverlässig, stabil und mit optimaler Leistung bedient werden.

- **Internationalisierung:** Die Plattform bietet darüber hinaus eine größere Flexibilität in Bezug auf Internationalisierung als die meisten anderen Plattformen. Neben der Abbildung verschiedener Ländern, einschließlich Mehrsprachigkeit und der Handhabung verschiedener Währungen, sind hochkomplexe Preis-, Steuer- sowie Versandgestaltungen möglich (z.B. kundenindividuell in Abhängigkeit vom jeweiligen Markt) und erlauben dennoch manuelle Eingriffe durch den Administrator (z.B. per Preisregeln). Andere Systeme erfordern hier teils sehr tiefe Anpassungen im Code und sind entsprechend schwerfälliger.

- **Anpassungsfähigkeit**

Dieser Aspekt kennzeichnet, inwieweit eine E-Commerce-Plattform durch Erweiterungen, Plugins oder maßgeschneiderte Programmierung individuell auf die Geschäftsbedürfnisse und -anforderungen zugeschnitten werden kann. Besonders im B2B-Segment sind oft maßgeschneiderte Prozesse und Funktionen gefragt, die deutlich umfangreicher als bestehende Standardlösungen sind. Viele Plattformen, die primär auf den B2C-Handel ausgerichtet sind, stoßen hier an ihre Grenzen. SaaS-zentrierte Lösungen wie Shopify bieten zwar eine einfache Handhabung und eine verhältnismäßig schnelle Implementierung, doch ihre Möglichkeiten für tiefgreifende, individuelle Anpassungen sind begrenzt. Die Architektur solcher Plattformen lässt komplexe Customizings oft nicht zu. Im Gegensatz dazu steht Magento bzw. Adobe Commerce: Mit seiner grundlegend flexiblen Architektur ermöglicht es umfangreiche Anpassungen. Features, Prozesse und Schnittstellen können nahezu beliebig angepasst, erweitert oder ganz neugestaltet werden.

- **Spezialisierte B2B-Funktionalitäten:** Mit Features wie Self-Service-Kundenportalen, kundenspezifischen Katalogen und Preisgestaltungen, sowie der Verwaltung von

Unternehmenskonten mit verschiedenen Rollen und Berechtigungen, ist Adobe Commerce ideal, um den spezifischen Anforderungen von B2B-Kunden im Rahmen eines User Hubs gerecht zu werden.

- **KI-gestützte Personalisierung:** Durch den Einsatz von Künstlicher Intelligenz bietet Adobe Commerce fortschrittliche Personalisierungsoptionen, die es ermöglichen, individuelle Kundenerlebnisse zu schaffen. Diese reichen von personalisierten Produktvorschlägen bis hin zu maßgeschneiderten Inhalten und Promotions, die direkt auf die Bedürfnisse und das Verhalten der Nutzer abgestimmt sind.
- **Erweiterte Integrationen:** Adobe Commerce bietet einen Marketplace mit einer breiten Palette an hochwertigen Erweiterungen und Optimierungen sowie Integrationen mit Drittanbieter-Tools wie Marketing-Automatisierungssystemen, CRMs und ERPs. Die Plattform erleichtert somit die Integration mit CRM-, ERP-Systemen und anderen Geschäftsanwendungen, was eine zentrale Verwaltung von Kundeninteraktionen und -transaktionen ermöglicht und somit die Effizienz und das Kundenerlebnis verbessert.
- **Erweiterung durch weitere Adobe Produkte:** Neben den schon angesprochenen Themen wie Internationalisierung, Kundengruppen oder Preisgestaltung, lässt sich Adobe Commerce darüber hinaus durch die Adobe Produktwelt ideal erweitern, um das Beste aus der E-Commerce Plattform rauszuholen. So eignen sich Adobe Target, Adobe Analytics und Adobe Sensei, um die Personalisierung, Segmentierung und Vermarktung im Shop zu optimieren.
- **Datenhoheit und -schutz**
Erfolgreicher E-Commerce beruht auf korrekten und möglichst vollständigen Daten. Daher kommt dem Aufbau einer guten Produktdatenbasis häufig große Aufmerksamkeit zu. Darüber hinaus sind auch Kundendaten äußerst wertvoll und müssen vor unberechtigten Zugriffen, sei es durch Böswilligkeit oder

Unachtsamkeit, geschützt werden. Alle E-Commerce-Plattformen beherrschen die grundlegenden Regeln zum Schutz dieser Daten. Jedoch gibt es eine grundlegende Schwachstelle: Beim Einsatz in SaaS-Umgebungen ist der Betreiber eines Online-Shops in gewisser Weise grundsätzlich der Willkür des Dienstansbieters ausgesetzt. Ändert dieser beispielsweise die Bestimmungen zum Zugriff auf die Daten ihrer Kunden, ist dem aus Sicht des Händlers wenig entgegenzusetzen. In diese Reihe reißen sich zusätzlich noch gesetzliche Bestimmungen, wie zum Beispiel die europäische Datenschutzgrundverordnung, ein. Deren Berücksichtigung ist essenziell und wird häufig von nicht-europäischen Diensten falsch oder nur unvollständig umgesetzt. Der Funktionsumfang von Magento bzw. Adobe Commerce wird immer durch den Händler selbst bestimmt. Dieser hat die vollständige Kontrolle darüber, welche Komponente auf welche Datensätze zugreifen kann – so besteht jederzeit eine volle Gewissheit. Auch bei Einsatz der Adobe Commerce Cloud werden Daten in einer individuellen Systemlandschaft verwaltet, was unbefugte Zugriffe durch die zugrundeliegende Architektur ausschließt. Letztlich muss immer bedacht werden, dass die endgültige Verantwortung zur Einhaltung gesetzlicher und geschäftlicher Vorgaben stets beim Unternehmen selbst liegt.

Diese Schlüsselfunktionen machen Adobe Commerce zu einer robusten sowie flexiblen und skalierbaren Plattform für Unternehmen, die eine Commerce Plattform implementieren und betreiben wollen, die nicht nur heute, sondern auch in Zukunft den Bedürfnissen ihrer Kunden entspricht und ein außergewöhnliches Einkaufserlebnis bietet. Darüber hinaus unterstützt Adobe Commerce nicht nur die vorhandene Infrastruktur von Unternehmen, sondern ist auch offen für zukünftige Änderungen und Verbesserungen.



Kapitel 10

Best Practices & Top Projekte mit Adobe Commerce und Magento

Verschiedene Projektbeispiele

Wir von valantic haben im letzten Jahrzehnt zahlreiche Commerce Projekte im B2B und B2C Umfeld erfolgreich umgesetzt. Lesen Sie hier rein in verschiedene Best Practices im B2B- und

B2C-Commerce, in Digitalisierungsstrategien sowie in Integrationen in die kundenindividuellen IT-System-Landschaften unserer Kunden. Die Projektbeispiele umfassen verschiedene Branchen und sowohl Adobe Commerce als auch Magento Projekte mit verschiedenen Schwerpunkten:

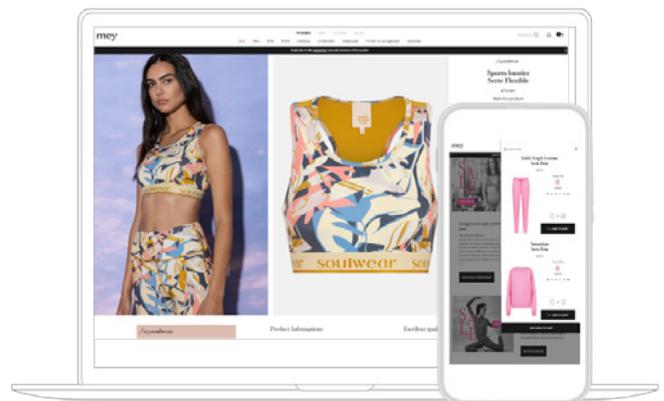
mey

[mey](#): Leistungsstarke B2C E-Commerce-Plattform dank Adobe Commerce und modernem Hyvä-Theme

B2C – Fashion – Adobe Commerce - Hyvä Frontend – AWS Cloud

Seit Beginn der Zusammenarbeit haben wir gemeinsam mit mey das E-Commerce-Geschäft des Traditionsunternehmens erfolgreich weiterentwickelt. Nach dem Aufbau einer komplett neuen E-Commerce-Plattform innerhalb von nur fünf Monaten haben wir für

mey viele weitere Optimierungen umgesetzt – darunter ein flexibles, hoch performantes Hyvä-Frontend mit verbessertem UX-Design sowie eine einfache Möglichkeit der Content Pflege über den Magento PageBuilder.



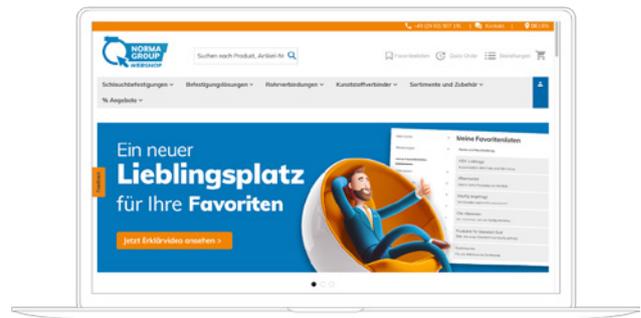


NORMA Group: Zukunftsweisende B2B-Plattform

B2B – Maschinenbau – Adobe Commerce – Adobe Commerce Cloud – Dynamics 365

Ein leistungsstarker Verkaufs- und Kommunikationskanal, der alle analogen Arbeitsschritte im B2B digitalisiert – mit diesem Ziel ist die NORMA Group zu Beginn der Kooperation an uns herangetreten. Nachdem

die E-Commerce-Plattform auf der starken Basis von Adobe Commerce als Fundament für das Geschäft im DACH-Raum stand, haben wir mit NORMA weitere B2B Funktionen wie bspw. die Negotiable Quotes umgesetzt.

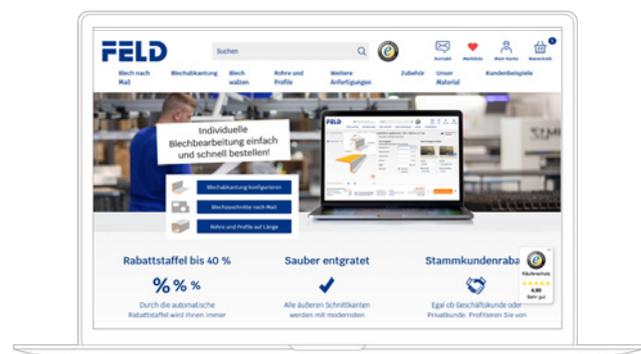


Maschinenbau Feld: Individuelle Blechzuschnitte in höchster Qualität

B2B & B2C – Maschinen- und Anlagenbau – Magento Open Source – 3D Produktkonfiguratoren

Um seinen Kunden weiterhin die Möglichkeit zu geben, deren Produkte bequem über den Onlineshop zu bestellen, entschied sich das Familienunternehmen Maschinenbau Feld nach dem End of Life von Magento 1 weiterhin für die bewährte Shoplösung Magento

(Open Source) und für die Umsetzung des Replatformings mit uns. Neben verschiedenen Optimierungsmaßnahmen wurden im Projekt auch zwei neu entwickelte 3D-Konfiguratoren umgesetzt.





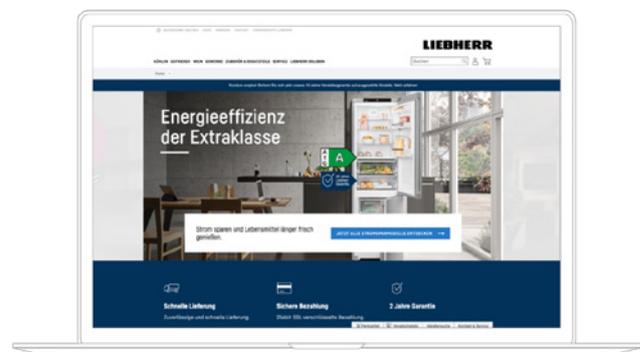
LIEBHERR

LIEBHERR: Neue, leistungsstarke Composable Commerce Architektur für LIEBHERR

B2C & B2B – Konsumgüter – Adobe Commerce – Composable Commerce – FirstSpirit

Das Familienunternehmen LIEBHERR wollte die Software Architektur der Sparte Haushaltsgeräte auf ein zukunftssicheres Niveau heben. Ein wachsendes Produktsortiment sowie Internationalisierung erfordern mehr Skalierung. Zusammen mit dem valantic Team

sowie weiteren Partnern wurde eine Headless-Technologie auf der Basis der Composable Commerce Architektur von Adobe Commerce eingeführt.





Bosch Tiernahrung: Replatforming von Shopware 5 auf Adobe Commerce

B2C - Konsumgüter - Adobe Commerce - Hyvä-Theme
- Adobe Commerce Cloud

Firmen-Website und Onlineshop in Einem, moderner Look des Webdesigns dank Hyvä-Theme – so überzeugt das Onlineportal von bosch Tiernahrung. Im Zentrum des Projektes stand das Replatforming von Shopware 5 hin zu Adobe Commerce mit seinen effizienten

Features – inklusive Hosting in der Adobe Commerce Cloud. Das Ergebnis: Ein homogener Auftritt auf Höhe der Zeit mit einem optimalen Nutzungserlebnis für die Endkunden.

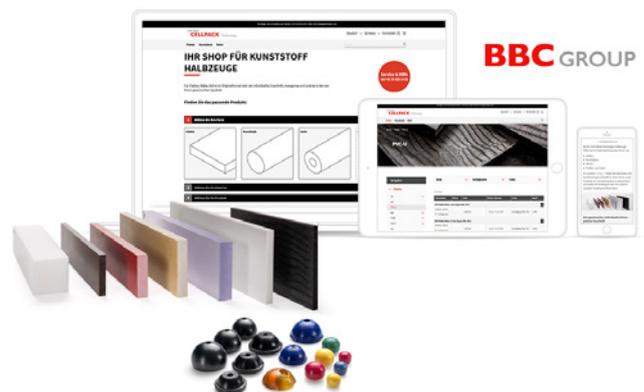


BBC Group: mit Adobe Commerce als Basis zur zukunftsweisenden B2B Digitalisierungsstrategie

B2B – Maschinen- und Anlagenbau – Adobe Commerce
- Adobe Cloud – SAP-Integration

Auf dem Weg zu einem zukunftsweisenden Onlinegeschäft und einer ganzheitlichen Digitalisierung unterstützt valantic die BBC Group über mehrere ihrer Business Units hinweg. So sind bereits leistungsstarke Onlineshops und

ein gut strukturierter Produktkatalog für die Schweizer Unternehmensgruppe entstanden. Ein Schwerpunkt der Arbeit lag auch auf der SAP- und PIM-Integration.





Magento®

Schlusswort

Adobe Commerce ist die logische Fortführung von einem bereits exzellenten Shopsystem, das sich unter anderem durch eine zukunftsfähige Architektur auszeichnet. Über die jahrelange Erfahrung und den daraus folgenden Weiterentwicklungen durch Adobe ergibt sich ein Funktionspaket, das es zu dem marktbeherrschenden Produkt macht, wie es E-Commerce-treibende Unternehmen schätzen.

Mit Adobe Commerce beziehungsweise Magento erhalten Unternehmen eine anpassbare und leistungsfähige Lösung. Sie bietet einerseits eine optimale Balance zwischen Flexibilität und Stabilität und

ermöglicht darüber hinaus den Einstieg (oder den Wiedereinstieg) in den digitalen Vertrieb mit niedrigen Kosten und einem hohen Return of Invest.

Leistungsstarke Extensions erlauben es, den Funktionsumfang der ohnehin schon sehr leistungsfähigen Anwendung beliebig zu erweitern, um damit schnell auf Marktveränderungen in einem sehr dynamischen Umfeld zu reagieren.

Zudem entwickelt Adobe seine Commerce-Lösung stetig weiter und bringt die Plattform immer näher zusammen mit weiteren marktführenden Adobe Produkten wie bspw. Adobe Target

oder Adobe Analytics. Adobe nimmt im Bereich der GenAI zunehmend eine führende Rolle ein und integriert künstliche Intelligenz konsequent in die Produkte. Dies sichert Händlern, die Adobe Commerce nutzen, ihre Wettbewerbsfähigkeit ab.

Haben Sie noch Fragen? Möchten Sie noch mehr über Magento oder Adobe Commerce wissen? Dann zögern Sie nicht, mich und meine Kollegen zu kontaktieren! Wir stehen Ihnen gerne mit Rat und Tat in Sachen Magento, großen E-Commerce-Projekten und Plattformen für die Digitalisierung Ihres Unternehmens zur Verfügung.

Ihr Pascal Menger



Hartwig Göttlicher

Head of Business
Development



Pascal Menger

Head of Operations



Über valantic

valantic ist die N°1 für die Digitale Transformation und zählt zu den am schnellsten wachsenden Digital Consulting-, Solutions- und Software-Gesellschaften am Markt. Über 500 Blue Chip Kunden vertrauen bereits auf valantic – davon 33 von 40 DAX-Konzernen sowie eine Vielzahl internationaler Marktführer. Mit mehr als 4.000 Digitalisierungs-Expertinnen und -Experten ist valantic in 18 Ländern weltweit vertreten und wird in 2024(e) voraussichtlich einen Umsatz von 600 Mio. Euro erwirtschaften.

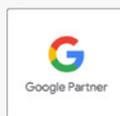
Etwa 2.000 erfolgreiche Digitalisierungsprojekte in den letzten fünf Jahren haben gezeigt, dass die Expertinnen und Experten von valantic die Herausforderungen ihrer Kunden genauestens verstehen. Von der Strategie bis zur handfesten Umsetzung verfügen diese über die notwendige Expertise, Projekte von Anfang bis Ende zu begleiten und erfolgreich zu machen. Dabei verbinden sie technologische Kompetenz mit Branchenkenntnis und Menschlichkeit.

valantic berät Unternehmen zu allen Herausforderungen der Digitalen Transformation, hilft diesen, ihre Corporate Performance besser zu managen und die Potenziale von Daten und Künstlicher Intelligenz zu heben. Darüber hinaus unterstützt valantic seine Kunden dabei, die Customer Experience optimal zu gestalten, Kerntechnologien der Digitalisierung gewinnbringend einzusetzen und Unternehmensprozesse durchgängig zu optimieren.

netz98 als eine der führenden E-Commerce Agenturen in Deutschland ist seit 2019 Teil der valantic. Innerhalb von valantic ist netz98 der Spezialist für Magento und Adobe Commerce und realisiert seit über 20 Jahren zukunftsweisende B2B- und B2C Commerce Plattformen sowie Digitalisierungsprojekte namhafter Unternehmen.

www.valantic.com/de

Unsere Partner im Magento und Adobe Commerce Umfeld





**netz98 GmbH –
a valantic company**
Hattenbergstraße 10
55122 Mainz
Deutschland

Telefon +49 6131 90798-98
Telefax +49 6131 90798-99
info@netz98.de

www.netz98.de

valantic

Mai 2024