

# ChannelPartner

INDIREKTER VERTRIEB

18.12.2008 | 17:20 Uhr

## Shopware umgarnt den Fachhandel



Bisher hat die [1] Shopware AG ihre eigene Shop-Lösung vorwiegend selbst an den Mann gebracht, nun sollen es vornehmlich Fachhändler tun. Aber auch Systemhäuser und Medienagenturen sind aufgefordert, die Webverkaufsplattform "Shopware" ihren Kunden schmackhaft zu machen.

In der Basis-Ausführung kostet "Shopware 3.0" knappe 800 Euro.

Derzeit zählt Shopwares Vertriebs- und Marketingleiter Henning Adam etwa 25 derartige Dienstleister zu seinen Vertriebspartnern. Bisher zog der Hersteller die Projektgrenze, bis zu welcher Partner vom Direktvertrieb unbehelligt blieben, bei 5.000 Euro. Damit betreut Shopware derzeit noch 75 Prozent seiner etwa 350 Kunden direkt. Partner tragen derzeit nur ein Fünftel zum Umsatz von Shopware bei.

### Fokus auf den Fachhandel

Das soll sich 2009 grundlegend ändern. 75 zusätzliche Vertriebspartner sollen bis Ende des kommenden Jahres an Bord kommen. Neueinsteiger und diejenigen, die sich auf den reinen Vertrieb der Software beschränken wollen, bezeichnet der Hersteller als "Shopware Authorized Reseller". "Anfangs werden sicherlich rund 70 Prozent unserer Partner diesen Status erhalten", gibt auch Adam unumwunden zu.



Shopwares Vertriebsleiter Henning Adam möchte Ende des kommenden Jahres 100 Vertriebspartner unter Vertrag haben

Doch das soll sich spätestens 2010 ändern. Shopwares Vertriebsleiter hat sich vorgenommen, etwa der Hälfte seiner Wiederverkäufer den Status eines "Shopware Business Partners" zu verpassen. Diese müssen - im Gegensatz zu den Authorized Resellern - nicht nur mehr Schulungen bei Shopware belegen, sondern sich auch jährlich neu zertifizieren lassen. Für einen Monatsbeitrag von etwa 100 Euro erhalten Business Partner kostenlosen Support von Shopware, aber auch Kundenanfragen ("Leads") bekommen sie vom Hersteller weiter gereicht. Außerdem werden Business Partner auf der Website von Shopware gelistet und erhalten darüber hinaus vom Hersteller zusätzliche Marketingunterstützung.

Diese gibt es - in abgespeckter Form - auch für Authorized Reseller, allerdings fällt für diese die Marge geringer aus als für Business Partners aus. Auch die verpflichtenden Schulungen sind Shopware-Einsteiger keineswegs kostenlos, sie werden zum Selbstkostenpreis abgerechnet. Gleiches gilt auch für Supportanfragen. Dafür erhalten Authorized Reseller auch jeweils eine unverkäufliche Testversion der "Shopware" - derzeit in der neuen Version 3.0.



Der mit Shopware erstellte  
Online-Laden eines Appl-Händlers

Der Hersteller selbst blickt nach wie vor sehr optimistisch in die Zukunft. Zwar glaubt Vertriebsleiter Adam selbst nicht, dass es Shopware gelingen könnte, die Umsatzsteigerung aus dem aktuellen Jahr, nämlich eine glatte Verdreifachung gegenüber 2007, zu wiederholen; er ist aber überzeugt, dass die gegenwärtig Krise in der "Realwirtschaft" keinesfalls dem Online-Business schaden werde. Im Gegenteil: Shop-Anbieter würden 2009 mehr Umsätze machen als je zuvor, so Adam: "Das ist ja für sie meist reines Zusatzgeschäft!"

### Web basiert und gehostet

Attraktiv an der Webverkaufsplattform von Shopware ist schlussendlich auch die Tatsache, dass diese eine rein Web basierte Lösung ist. Das heißt, ein Software-Installation beim Kunden, dem Online-Händler, entfällt, das ganze Paket wird bei einem Hoster betrieben. In der Basisausführung fällt daher für den Kunden lediglich der Kaufpreis in Höhe von 795 Euro für die Software an – inklusive der Einrichtungsgebühr beim Hoster – hinzu kommen die Traffic-, Umsatz- oder die vom Datenvolumen abhängigen monatlichen Hosting-Gebühren. Diese können aber auch über die Vereinbarung einer Flatrate gehalten werden..

Selbstredend kann ein Vertriebspartner bei der Einrichtung einer derartigen "out-of-the-Box"-Lösung selbst nicht viel verdienen, deshalb empfiehlt ihm der Anbieter, möglich viel Service-Umsätze zu generieren, etwa durch kundenindividuelle Anpassungen des Webshops oder durch dessen Anbindung an das kundeneigene Warenwirtschaftssystem. Schnittstellen zur "Büroware" von [2] Softengine und zu Systemen von Sage existieren bereits, an entsprechenden Konnektoren zur ERP-Software von [3] Lexware wird derzeit noch gearbeitet. Alternativ kann der Vertriebspartner dem Kunden aber auch Zusatzmodule zur Shopware verkaufen, etwa welche zum Starten von automatische Marketing-Kampagnen, oder auch Schnittstellen zu den unterschiedlichen Online-Bezahlsystemen, wie PayPal oder Sofortüberweisung. (rw)

### Enthaltene Links:

[1] <http://www.shopware.ag/>

[2] <http://www.channelpartner.de/knowledgecenter/smb/254367/>

[3] <http://www.channelpartner.de/produkteundtechnologien/270342/index.html>

[→ schliessen](#)

© Copyright IDG BUSINESS MEDIA GMBH München

IDG-Publikationen im Internet  
CIO - COMPUTERWOCHE - GamePro -  
GameStar - IDG-Verlag - MacWelt - PC-Welt - tecChannel