

# Shopsystem-Checkliste

Auswahlkriterien & Vergleichsmatrix  
für die Wahl eines Onlineshops

# So nutzt du die Shopsystem-Checkliste

Diese Checkliste begleitet dich von den ersten Anforderungen bis zur Entscheidung für ein Shopsystem. Arbeite sie idealerweise Schritt für Schritt durch.

## Tipp:

Nutze die Checkliste nicht, um „das perfekte System“ zu finden – das gibt es selten. Ziel ist, ein Shopsystem zu wählen, das zu euren Zielen, Ressourcen und Wachstumsplänen wirklich passt.

### Schritt 1: Anforderungsprofil ausfüllen

Trage auf der nächsten Seite deine wichtigsten Rahmenbedingungen ein:

- **Geschäftsmodell & Sortiment**
- **Zielgruppen & Märkte**
- **Kanäle & Integrationen**
- **Budget, Ressourcen & Zeitplan**
- **Prioritäten & No-Gos**

Dieses Anforderungsprofil ist die Grundlage, um später bewerten zu können, ob ein Shopsystem wirklich zu deinem Geschäftsmodell passt.

### Schritt 3: Kriterien gewichten

Für jedes Kriterium kannst du eine **Gewichtung** vergeben:

- 1** = „nice to have“
- 2** = „wichtig“
- 3** = „kritisch / Dealbreaker“

Markiere Kriterien mit Gewichtung 3 sehr bewusst! Erfüllt ein System mehrere dieser Punkte nicht, ist es meist nicht die richtige Wahl, auch wenn andere Werte gut aussehen.

### Schritt 2: 2–3 Shopsysteme als Kandidaten eintragen

Recherchiere anschließend 2–3 Shopsysteme, die grundsätzlich zu deinem Anforderungsprofil passen (z. B. nach erster Online-Recherche, Gesprächen mit Agenturen, Empfehlungen).

Trage ihre Namen oben in der Vergleichstabelle ein, zum Beispiel:

- **System A:** Shopify
- **System B:** Shopware
- **System C:** JTL-Shop

Diese Kandidaten vergleichst du im nächsten Schritt anhand derselben Kriterien.

### Schritt 4: Systeme bewerten & Notizen ergänzen

Bewerte für jedes Kriterium, wie gut das jeweilige Shopsystem zu euch passt (z. B. **Punkteskala 1–5**). Nutze die Notizspalte für:

- Stärken & Schwächen pro System
- Besonderheiten (z. B. Zusatzkosten, Einschränkungen)
- Fragen, die du im Gespräch mit Anbietern oder Agenturen klären möchtest

Am Ende erhältst du ein **transparentes Gesamtbild**, mit dem du die Entscheidung begründen kannst – intern gegenüber Stakeholdern oder extern gegenüber Dienstleistern.

# Anforderungsprofil: Geschäftsmodell & Sortiment

Anforderung	Auswahl / Eintrag		Notizen / Details
Geschäftsmodell	B2C B2B	Hybrid Sonstiges	
Produkte	Physisch Digital	Abo/Subscription Dienstleistungen	
Sortimentsumfang (Start)	Anzahl Kategorien:	Anzahl Produkte:	
Sortimentswachstum (12–36 Monate)	gering Was wächst (Produkte, Kategorien, Länder)?	mittel stark	
Varianten/Komplexität	wenige	mittel viele	
Preislogik	Standard B2B-Listen	Staffelpreise Kundengruppenpreise	
Rechtliche Besonderheiten im Sortiment	keine Gefahrgut	altersbeschränkt reguliert	

# Anforderungsprofil: Zielgruppen & Märkte

Anforderung	Auswahl / Eintrag	Notizen / Details
Zielgruppen	Endkunden Unternehmen Händler Nische	
Beratungsbedarf	niedrig      mittel      hoch Benötigte Features: Guides, Konfigurator, Downloads?	
Startmarkt	DE      DACH EU      International Spezifische Länder:	
Sprachen	Start: Später:	
Währungen	Start: Später:	
Internationalisierung	Subshops      Steuern/OSS länderspez. Rechtstexte Spezielle Anforderungen:	
Gerätefokus	Desktop      Balanced      Mobile-first	

# Anforderungsprofil: Kanäle & Integrationen

Anforderung	Auswahl / Eintrag	Notizen / Details
Verkaufskanäle (Start)	Shop eBay Social Commerce (Instagram, TikTok, ...) Weitere: Amazon Otto POS/Filiale B2B-Portal	
Warenwirtschaft/ERP vorhanden	nein Must-have? ja:	
Weitere Systeme vorhanden	PIM POS Weitere: CRM Helpdesk Buchhaltung	
Pflicht-Schnittstellen (Must-have)	/ / (z. B. WaWi, Versand, Payment)	
Nice-to-have Integrationen	/ /	

# Anforderungsprofil: Budget, Ressourcen & Zeitplan

Anforderung	Auswahl / Eintrag	Notizen / Details
Budget Einmalinvestition	Lizenz-/Setup-Kosten (einmalig): ca. Design / Template-Anpassung: ca. Datenmigration / Technik: ca.	
Budget laufender Betrieb	Lizenzen / SaaS-Gebühren pro Monat: ca. Hosting / Serverkosten pro Monat: ca. Agentur-/Entwicklungskosten pro Monat: ca.	
Interne Ressourcen	Verfügbare Rollen / Personen: E-Commerce-Management: IT / Technik: Content / Redaktion: Marketing / SEO: Kundenservice:	
Externe Unterstützung	Agentur geplant Freelancer geplant Bereits vorhandene Partner / Dienstleister:	
Zieltermin Go-live	Noch offen / Geplant:	
Kritische Abhängigkeiten	WaWi            Datenbereinigung Content        Rechtstexte	

# Anforderungsprofil: Prioritäten & No-Gos

Anforderung	Auswahl / Eintrag	Notizen / Details
Top 3-Ziele mit Shopsystem	1) 2) 3)	
Must-have Kriterien	(ohne diese Eigenschaften kommt ein System nicht in Frage)	
No-Gos	(z. B. nur SaaS, nur proprietäre Schnittstellen, kein DE-Hosting ...)	
Besondere Risiken oder Bedenken	(z. B. Vendor Lock-in, stark begrenztes Budget, fehlende interne IT)	

# Kategorie 1: Strategische Rahmenbedingungen & Ziele

Kategorie	Kriterium / Fragestellung	Gewichtung	(System A)	(System B)	(System C)	Notizen
Strategische Rahmenbedingungen & Ziele	Passt das Shopsystem zu unserem Geschäftsmodell (B2C, B2B, Hybrid)?					
	Unterstützt das System unsere Zielmärkte (Länder, Sprachen, Währungen)?					
	Kann das System unser geplantes Wachstum (Sortiment, Kanäle, Volumen) tragen?					
	Wie gut lässt sich unser Markenauftritt im System abbilden?					



## Kategorie 2: Systemtypen & Architektur

Kategorie	Kriterium / Fragestellung	Gewichtung	(System A)	(System B)	(System C)	Notizen
Systemtypen & Architektur	Welches Betriebsmodell (SaaS, On-Premise, Open Source) passt zu unseren IT-Ressourcen?					
	Wie skalierbar ist das System bei stark steigendem Traffic und Bestellvolumen?					
	Eignet sich das Hosting-Konzept für unsere Datenschutz- und Compliance-Anforderungen?					

## Kategorie 3: Funktionale Anforderungen

Kategorie	Kriterium / Fragestellung	Gewichtung	(System A)	(System B)	(System C)	Notizen
Funktionale Anforderungen	Wie komfortabel ist das Backend in der täglichen Nutzung (Usability, Geschwindigkeit)?					
	Können unsere Produkttypen (Varianten, Bundles, Sets, digitale Produkte) sauber abgebildet werden?					
	Bietet das System flexible Content-Optionen (Landingpages, Ratgeber, FAQ, Blog)?					
	Welche Such- und Filterfunktionen sind standardmäßig verfügbar?					
	Wie gut sind Marketing- und SEO-Funktionen integriert (Meta-Daten, URL-Struktur, Markups, Redirects)?					
	Welche Zahlungsarten und Versandoptionen können wir ohne großen Zusatzaufwand anbinden?					
	Gibt es stabile Schnittstellen zu WaWi/ERP, CRM, Buchhaltung und Marktplätzen?					

# Kategorie 4: Technische, rechtliche & Sicherheitsaspekte

Kategorie	Kriterium / Fragestellung	Gewichtung	(System A)	(System B)	(System C)	Notizen
Technik, Recht & Sicherheit	Wie performant ist das System (Ladezeiten, Skalierbarkeit, Erfahrungen anderer Händler)?					
	Ist der Code sauber und aktuell (Grundlage für Sicherheit & Erweiterbarkeit)?					
	Lässt sich das System DSGVO-konform betreiben (Datenstandort, Consent-Management, Logs)?					
	Wie werden Sicherheitsupdates und Patches bereitgestellt und eingespielt?					
	Wie gut unterstützt der Anbieter Migration (Datenexport, SEO-Schutz bei Systemwechsel)?					

# Kategorie 5: Betrieb, Support & Kosten

Kategorie	Kriterium / Fragestellung	Gewichtung	(System A)	(System B)	(System C)	Notizen
Betrieb, Support & Kosten	Wie transparent ist das Kostenmodell (Lizenzen, Hosting, Transaktionsgebühren, Plugins)?					
	Wie sehen die Gesamtkosten über 3–5 Jahre aus (TCO)?					
	Wie gut ist der Support erreichbar und wie sind die SLA geregelt?					
	Gibt es ausreichend Dokumentation, Schulungen und Best-Practice-Material?					
	Wie groß und aktiv ist die Community (Agenturen, Entwickler, Erweiterungen)?					

# Deine Entscheidung – Zusammenfassung

	(System A)	(System B)	(System C)
Top 3 Stärken von System A / B / C			
Größte Risiken / Bedenken			
Welche Anforderungen sind für unser Geschäftsmodell kritisch?			

Favorisiertes System	
Begründung in 3–5 Stichpunkten:	
Nächste Schritte (z. B. Proof of Concept, Angebot, Referenzkunden sprechen):	