

E-COMMERCE-FREIHEIT FÜR ALLE

Symfony als hochflexibles Framework für den Mittelstand

VON DR. GUNNAR FUELLE

Bei E-Commerce-Software herrscht bisher eine Zweiklassengesellschaft: auf der einen Seite mittelständische Nutzer von günstigen, aber unflexiblen Standardprodukten, auf der anderen die großen Player mit kreativen, aber sündteuren Individuallösungen und Frameworks. Symfony durchbricht diese Trennlinie – und macht flexiblen E-Commerce allen verfügbar.

„Unser Shop soll sein wie Amazon oder Zalando, die Suche wie Google!“ – das ist eine häufige Zusammenfassung der Anforderungen vieler B2B-E-Commerce-Einsteiger aus dem Mittelstand. Und diese Forderung wird mit vollem Recht erhoben, sollen doch auch die Nutzer im B2B-E-Commerce eine User Experience erleben, wie man sie von den bekanntesten, meist genutzten und funktional besten Shops kennt.

Das ist durchaus machbar – solange es um die Schnittmenge der Funktionen geht, die Amazon und Zalando mit vielen anderen guten Shops gemeinsam haben. Produktnavigation und Übersichtsseiten, Suche, Up- und Cross-Selling, Kundenbewertungen, Merklisten, Warenkorb, Check-out, Anbindung von Payment-Systemen, Benutzerkonto – übliche Standard-Shopssoftware kann das alles.

Standardsoftware kann allerdings nur wirtschaftlich entwickelt werden, wenn sie sich auf die Funktionalitäten beschränkt, die am stärksten nachgefragt sind. Das muss für den Nutzer kein Nachteil sein – solange man ein Standard-B2C-Business mit Standardsoftware betreibt, ist der Funktionsumfang meist völlig ausreichend.

Der Teufel steckt jedoch wie immer im Detail. Bei genauerem Hinsehen weisen Shops wie Amazon und Zalando eine Vielzahl an Besonderheiten auf, die sich aus ihrem ganz spezifischen Geschäftsmodell ergeben.

Das gilt auch und gerade für den B2B-Bereich. Dort werden oft mehrere Produktgruppenstrukturen benötigt, die die unterschiedlichen Sichten verschiedener Anwenderbranchen abbilden, es gibt überaus vielfältige Beziehungen zwischen den Produkten – vom Ersatzteil bis zum lösungsorientierten Baukastensystem, Produkte mit Dutzenden Parametern, oft Hunderte Varianten eines Produkts, international ausgerichtete Märkte mit Dutzenden Sprachen, markt- und kundenspezifische Preisstaffelungen, Kundenkonten mit mehreren

Nutzern und unterschiedlichen Rechten, Sonderfunktionen wie Musterbestellungen, Trainings- und Loyaltyprogramme, Erzeugung und Zurverfügungstellung von Dokumenten wie Produktdatenblätter, Preislisten und Dokumentationen und so weiter.

Bei der Umsetzung derartiger Anforderungen kommt bestenfalls das Pareto-Prinzip zum Tragen: Für 80 Prozent der Anforderungen werden 20 Prozent der Kosten benötigt (Lizenzkosten und Basis-Einrichtung eines Standardshops), für den Rest verhält es sich umgekehrt (kundenspezifische Anpassungen und Erweiterungen). Allerdings kann es noch weit schlimmer kommen: Oft setzt die technologische Architektur der Standardsoftware der Erweiterbarkeit harte Grenzen, die entweder gar nicht gesprengt werden können – oder nur durch den Hersteller selbst, der aber seine Prioritäten auf optimale Abbildung von Standardanforderungen und nicht auf individuelle Erweiterungen setzt (selbst wenn er diese optional anbietet).

Da Art und Umfang der benötigten Erweiterungen nur selten bis zum Ende des initialen Projekts absehbar sind und später viele weitere, unabsehbare hinzukommen, stellt der Einsatz von Standardsoftware immer ein hohes Risiko dar. Aus diesem Grund nutzt keiner der großen E-Commerce-Player Standardsoftware. Die Fähigkeit zur freien und schnellen Implementierung von Funktionen für den Kunden zur Datenanalyse oder zur Steuerung von Abläufen ist bei ihnen geschäftskritisch. Sie arbeiten daher durchweg mit Eigenlösungen und in der Regel auch mit eigenen Entwicklerteams. Dies ist freilich die kostenträchtigste und langwierigste Variante.

In die Lücke zwischen Standardsoftware und Eigenlösungen sind in den letzten Jahren mehr und mehr E-Commerce-Frameworks getreten. Diese bestehen aus Modulen, bei denen der Fokus auf einfache Änderbarkeit und Rekombination gelegt wurde. Hier gibt es keine direkt nutzbaren Funktionalitäten – diese müssen erst durch Entwickler aus den Modulen erzeugt werden. Dabei können sie allerdings genau so gestaltet werden, wie der Kunde es benötigt – und auch leicht wieder geändert werden. In Sachen Flexibilität sind die Frameworks vergleichbar mit einer Individuallösung. Der Entwicklereinsatz ist bei Frameworks zwar deut-

lich geringer als bei einer Individuallösung, aber klar höher als bei der Anpassung von Standardsoftware.

Bisher handelt es sich jedoch bei diesen Frameworks um kommerzielle Produkte – in Deutschland beispielsweise Spryker und Commercetools –, die daher neben dem Projektaufwand Lizenzkosten verursachen und eine Abhängigkeit vom Hersteller begründen. Diese Lösungen sehen sich auf dem Enterprise Level angesiedelt und sind eher für Unternehmen gedacht, deren Budget ein eigenes E-Commerce-Entwicklerteam möglich macht. In jedem Fall liegen sie kostenseitig eine Liga höher als Standardsoftware. Sie sind dadurch und durch den hohen Entwicklungsaufwand nur selten für den Mittelstand geeignet.

Für dieses Anwendersegment bietet seit Neustem das Symfony-2-Framework eine attraktive Alternative. Hierbei handelt es sich um ein neues Open-Source-Framework, das die Integration unterschiedlicher Funktionsmodule auf ein neues Level hebt. Diese Module, sogenannte Bundles, sind voneinander unabhängig lauffähig, können jedoch im Framework einfach und flexibel miteinander verbunden werden. Ebenso einfach ist es, die Module zu ändern oder eigene Module zu ergänzen. Neben der hohen Flexibilität wird dabei auch eine sehr gute Testbarkeit und ein hohes Qualitätslevel erreicht.

Für Symfony steht eine Vielzahl an Open-Source-Bundles zur Verfügung, mittlerweile auch für den E-Commerce. Eine Symfony-basierte E-Commerce-Lösung besteht dabei aus einem Set von Bundles, die jeweils einzelne Funktionsbereiche wie zum Beispiel Nutzerverwaltung, Warenkorb, Versandkostenberechnung, Steuerberechnung, Payment-Anbindung abbilden und miteinander verbinden. Diese Bundles können wiederum mit weiteren Symfony-Lösungen integriert werden.

So können ein CMS für den Unternehmensauftritt samt Produktprogramm und eine E-Commerce-Lösung auf einer gemeinsamen Symfony-Installation laufen. Dabei können sie so eingerichtet werden, dass sie auf ein gemeinsames Frontend, einen gemeinsamen Produktbestand, eine gemeinsame Userverwaltung und ein gemeinsames Administratoren-Backend zurückgreifen. Auf diese Weise stehen integrierte Funktionalitäten zur Verfügung, die weit über das hinausgehen, was separate oder lose gekoppelte Lösungen leisten könnten.

In Symfony kommen also der Best-of-Breed-Ansatz, bei dem

für jeden Funktionsbereich die jeweils beste Lösung gewählt wird, eine hohe Flexibilität und ein hohes Integrationslevel zusammen. Da es sich um eine Open-Source-Lösung handelt, fallen keine Lizenzkosten an.

infolox geht hierbei den Weg, das CMS eZ Publish, die E-Commerce-Lösung Sylius und eigene Module zu einer Komplettlösung zu verbinden. Dabei steht ein Standard-Funktionsumfang zur Verfügung, der typische B2B-E-Commerce-Szenarien abdeckt, insbesondere für den technischen Handel und Hersteller technischer Produkte. Aufgrund der Flexibilität des Symfony-Frameworks sind zugleich beliebige Erweiterungen und Anpassungen der Lösung möglich.

Dieser Ansatz verbindet mithin die Vorteile von Standardsoftware, nämlich schnelle Implementierung und übersichtlicher Projektaufwand, mit der Offenheit einer Framework-Lösung und den Kostenvorteilen von Open Source. Damit eröffnen sich auch für den Mittelstand die Welt der individuellen E-Commerce-Lösungen und die damit einhergehenden Wettbewerbsvorteile im vollen Umfang.

INTEGRATOR

Full-Service für Omnichannel-Marketing, E-Commerce und Produktkommunikation. B2B-Lösungen für Industrie und technischen Handel mit Web/Mobile/Print/PIM. Strategie, Konzeption, Implementierung und Betrieb aus einer Hand.

infolox GmbH
alexander.pircher@infolox.de
infolox.de

