

## **Mehr als 300 Shop-Betreiber und Entwickler besuchen OXID Commons: „Commercial Open Source ist richtige Strategie“**

- *Ausblick auf die Updates 2010*
- *Commercial Open Source ist der Treiber für Innovation im E-Commerce*
- *Modulare, offene Plattform folgt dem Geschäftsmodell der Shop-Betreiber*

**Freiburg, 12.05.2010 - Namhafte Agenturen, Dienstleister, Entwickler, Juristen und Shop-Betreiber haben sich in Freiburg (6. Mai) zur jährlich stattfindenden OXID Commons getroffen. In mehr als 40 Vorträgen, Workshops und Podiums-Diskussionen tauschten sie sich zu aktuellen Themen wie Shop-Design mit Leidenschaft, agile Software-Entwicklung, Cloud Computing und moderne Geschäftsmodelle aus. Insgesamt nahmen mehr als 300 Besucher an der Veranstaltung teil, rund 1000 Zuschauer folgten ihr über den Live-Stream im Internet.**

### **Innovationen mit Open Source**

Einig waren sich die Experten auf der OXID Commons darüber, dass die Entscheidung für Commercial Open Source von OXID eSales vor zwei Jahren richtig war: „OXID ist das beeindruckende Beispiel dafür, dass Commercial Open Source die Prozesse in atemberaubender Geschwindigkeit vorantreibt und gleichzeitig den Enterprise-Markt positiv beeinflusst“, sagt Björn Schotte, Geschäftsführer der Mayflower GmbH. „Eine E-Commerce-Plattform, die im Kern Open Source ist, setzt innovative Kräfte frei, die die Entwicklung voran treiben. Händler und Software-Hersteller profitieren davon gleichermaßen.“ Das Design und die Usability erfolgreicher Shops leben ebenso von Innovationen. „Usability ist Leidenschaft. Seien Sie leidenschaftlich und entwickeln Sie einen Shop, der anders ist, als andere“, forderte Johannes Altmann, Usability-Experte und Geschäftsführer von Shoplupe.de die Shop-Implementierer in seinem Vortrag auf. Die Podiumsdiskussion um die Zukunft des E-Commerce moderierte Dominik Grollmann, Chefredakteur der InternetWorldBusiness. „Die Zukunft liegt in modularen, offenen E-Commerce-Plattformen“ sagte dort Roland Fesenmayr, Vorstandsvorsitzender der OXID eSales AG. „Sie sind die Basis, auf der Händler ihre individuelle Strategie umsetzen. Die Technologie muss dem Geschäftsmodell folgen, nicht umgekehrt.

Plattformübergreifende Vernetzung und nahtloser Integration von Cloud-Services kommt dabei eine immer entscheidendere Rolle zu.“

### **Roadmap vorgestellt**

Die OXID eSales AG nutzte die Gelegenheit auch zur Präsentation von OXID eShop 4.4.0, der im Juni für den produktiven Einsatz freigegeben wird. Er enthält eine tiefe Facebook-Integration sowie Kernfunktionalitäten für Live- und Private-Sales. Letztere ermöglichen den Händlern beispielsweise die Realisierung von Shopping-Clubs, Group- oder Event-Shopping. Über Facebook können sich Kunden nicht nur im Shop einloggen, sondern auch Produkte empfehlen, diskutieren und kommentieren. „Facebook dominiert immer mehr die Landschaft der Social Networks. Für den Handel bietet sich die Chance, den Kunden direkt dort abzuholen, wo er sich im Netz aufhält“, erklärt Fesenmayr. Die Version 4.5.0, die im September erscheint, enthält ein komplett überarbeitetes Standard-Frontend für den OXID eShop. „Die neuen Templates sollen Kunden, Shop-Betreiber und Agenturen gleichermaßen begeistern und die Basis für ein umfassendes positives Benutzererlebnis schaffen“, sagt Andrea Seeger, Vorstand der OXID eSales AG. „Moderne Shops wie Strenesse.de, veryeickhoff.com oder fressnapf.de bieten bereits ein hochwertiges Marken- und Einkaufserlebnis, wobei Markenwebsite und Onlineshop verschmelzen.“

### **Partnerschaft mit DHL auf OXID eFire**

Neuigkeiten gibt es auch zur E-Commerce-Intelligence-Plattform OXID eFire: Die Plattform soll über eigene Web-Services mittelfristig für Dritt-Integrationen geöffnet werden. Zudem verkündete OXID auf der Veranstaltung die Partnerschaft mit dem Logistik-Anbieter DHL. Ende 2010 wird eine entsprechende Schnittstelle auf der E-Commerce Intelligence Plattform verfügbar sein. In der Cloud-Plattform sind renommierte Dienste, so genannte Portlets, eingebunden. Shop-Betreiber wickeln damit unter anderem Bonitätsprüfungen mit CreditPass ab, binden die FACT-Finder-Suche im Shop ein und bieten Zahlungen per PayPal an. „Strategische Partnerschaften wie zwischen OXID und PayPal sind maßgeblich für den Erfolg im E-Commerce“, sagt Arnulf Keese, Geschäftsführer des Geschäftskundenbereichs PayPal für Deutschland. „Branchentreffs wie die OXID Commons bringen potenzielle Partner zusammen. Hier werden Trends gesetzt und innovative Ideen entwickelt. So bleibt der E-Commerce auch 2010 Wachstumsbranche Nummer eins.“

## **Agile Entwicklungsprozesse für modulare E-Commerce-Plattformen**

Head of Development Ralf Trapp und Chief Software Architect Erik Kort zeigten in ihren Vorträgen die agile Software-Entwicklung bei OXID eSales. Sebastian Bergmann, Mitbegründer von thePHP.cc, erklärte auf den OXID Commons, worauf es bei der Modulentwicklung ankommt: „Bei der Entwicklung von OXID Erweiterungen sollte von Beginn an auf die Softwarequalität geachtet werden, um langfristig und nachhaltig auf die Anforderungen des Kunden und des Marktes reagieren zu können“, sagt er.

Auf der anschließenden OXID Unconference am 7. Mai besprachen die Entwickler unter anderem eigene Projekte zur Integration von Drittsystemen, Web 2.0 Applikationen und Update-Prozessen im Shop und tauschten Tipps zu Programmierung und Code-Qualität aus.

### **Links:**

Die Vorträge der Referenten sind über die OXID Website zum Download verfügbar:

<http://www.oxid-esales.com/de/news/oxid-commons-2010/programm>

Die OXID Commons als Stream im Internet:

<http://www.oxid-esales.com/de/news/oxid-commons-2010/live-stream>

### **Bildunterschriften:**

Roland Fesenmayr, Vorstandsvorsitzender OXID eSales präsentiert die Trends im E-Commerce auf der OXID Commons 2010: „Die Zukunft liegt in modularen E-Commerce-Plattformen. Sie sind das Werkzeug, mit denen die Händler eigene Ideen umsetzen. Die Plattformen folgen der Strategie des Shop-Betreibers.“

[http://frische-fische.de/popup\\_bilddetail.php?lid\\_pi=1332](http://frische-fische.de/popup_bilddetail.php?lid_pi=1332)

Die Podiumsdiskussion, moderiert von Dominik Grollmann, Chefredakteur InternetWorldBusiness. Die Teilnehmer, v.l.n.r.: Robert Rieser, Geschäftsführer mobilemojo, Orlando Noor, Geschäftsführer Werbewelt Interactive, Johannes Altmann, Geschäftsführer shoplupe.de, Roland Fesenmayr, Vorstandsvorsitzender OXID eSales, Björn Schotte, Geschäftsführer Mayflower GmbH.

[http://frische-fische.de/popup\\_bilddetail.php?lid\\_pi=1331](http://frische-fische.de/popup_bilddetail.php?lid_pi=1331)

#### **Über OXID eSales:**

OXID eSales ist einer der führenden Hersteller von eCommerce Lösungen. Mit OXID eShop bietet das Unternehmen eine modulare und skalierbare Online-Shopping Software mit außergewöhnlichem Preis-/Leistungsverhältnis. Die ergänzende eCommerce Intelligence Plattform OXID eFire integriert die wichtigsten Cloud-Services aus allen Wertschöpfungsbereichen über eine einzige Plattform direkt in den Shop. Seit November 2008 verfolgt das Unternehmen eine Commercial Open Source Strategie, welche auf einer engen Partnerschaft mit der Community basiert, ihr Wertvolles überlässt und im Austausch von erhöhter Entwicklungsgeschwindigkeit und Qualität ihrer Produkte und Services profitiert, die allen zugutekommt und insbesondere auch die Bedürfnisse der Enterprise-Kunden adressiert. [www.oxid-esales.com](http://www.oxid-esales.com)

#### **Pressekontakt**

OXID eSales AG

Caroline Helbing

Bertoldstraße 48, D-79098 Freiburg

e-mail: [caroline.helbing@oxid-esales.com](mailto:caroline.helbing@oxid-esales.com)

fon: +49 (0) 761 36889 214