Shopware 6 Migration Guide

2024

Eine erfolgreiche Migration von Shopware 5 auf Shopware 6 erfordert eine detaillierte Anforderungsanalyse. Maßgeblich zum Erfolg trägt dabei eine genaue Aufnahme des Status quo bei, anhand dessen ein optimaler Migrationsprozess zum neuen Shopware 6 Shop konzipiert werden kann. Je klarer die Kommunikation der Bedürfnisse vorab ist, desto optimaler wird die Migration ablaufen.

Von:

Michael Holste
Geschäftsführer
Proxation GmbH

Kontakt:

Michael.holste@proxation.de
+49 (0) 89 4275 9987

www.proxation.de

Inhaltverzeichnis

1. Einleitung 2
2. Warum die richtige Formulierung der Anforderungen signifikant Aufwand spart? 2
3. Relevante Fragen für die Anforderungsbeschreibung 3
   3.1. Welche Shopware Version wird aktuell genutzt? 3
   3.2. Welche Community-Store Plugins werden aktuell genutzt? 3
   3.3. Eigenentwicklungen? 3
   3.4. Schnittstellen zu externen Systemen? 3
   3.5. Gibt es mehrere Kundengruppen? 4
   3.6. Wie sieht die Versand- und Bezahlstruktur aus? 4
   3.7. Welchen Hosting-Anbieter nutzt Du? 4
   3.8. Beibehaltung der Sichtbarkeit in Suchmaschinen und SEO 5
   3.9. Welche Daten sollen migriert werden? 5
   3.10. Individuelles Design oder Individualisierung eines Templates 6
      3.10.1 Individuelles Design: 6
      3.10.2 Individualisierung auf Basis eines Templates: 6
4. Beispiel-Anforderung 7
   4.1. Professionelle Aufwandseinschätzung - Schema 8
5. Mach Dich und Deine Mitarbeiter mit Shopware 6 vertraut 8
6. Migrationspartner 9
7. Fazit 10

1. Einleitung

Der Support von Shopware 5 neigt sich dem Ende zu und ab Juli 2024 wird die vollständige Unterstützung eingestellt. Sicherheitsupdates werden dann weitestgehend nicht mehr bereitgestellt. Höchste Zeit, sich mit einer Migration auf Shopware 6 zu beschäftigen.

Dieser Beitrag, verfasst von Michael Holste, der seit 10 Jahren Geschäftsführer der shopware Agentur Proxation GmbH in München ist, soll Händler dabei unterstützen im Migrationsprojekt richtig vorzugehen um das bestmögliche Projektergebnis zu realisieren.

Dieser Beitrag gibt Dir einen Einblick, wie eine Anforderungsbeschreibung gestaltet werden sollte, damit Du ein genau kalkulierbares Angebot bei einem Dienstleister zur Migration einholen kannst – ohne dich zu tief im Thema „Requirements Engineering" zu verlieren. Des Weiteren dient die Ausarbeitung der genauen Anforderungen für Dich dazu, dass das Endergebnis genau reflektiert und visualisiert wird.

Die genaue Planung, Darstellung von Abhängigkeiten und Präsentation von Timelines obliegt den Shopware Experten, denen Du das Projekt anvertraust.

2. Warum die richtige Formulierung der Anforderungen signifikant Aufwand spart?

Eine gute Kommunikation von Anfang an spart natürlich Aufwand auf beiden Seiten. Dabei geht es nicht nur um den benötigten regelmäßigen Austausch, der dadurch reduziert werden kann, sondern auch die Sicherstellung, dass immer in die richtige Richtung gearbeitet wird. Ziel sollte nicht nur sein, den Status Quo zu übernehmen, sondern mit dem neuen Shop in Zukunft bessere Leistungskennzahlen vorzuweisen. Folgende Punkte müssen in der Kommunikation von Anforderungen immer wieder reflektiert werden.

- Vermeidung von Missverständnissen: Eine klare Anforderungs-formulierung hilft, Missverständnisse in der Umsetzung und Planung zu vermeiden
- Effizienz: Die klare Definition von ToDo's spart Zeit auf allen Seiten
- Qualität: Klare Anforderungen führen zu einem qualitativ hochwertigeren Endergebnis
- Risikominimierung: Durch genaue Anforderungen können potenzielle Probleme (bspw. Inkompatibilitäten) frühzeitig identifiziert und geprüft werden

- Zielausrichtung: Sicherstellung, dass das Migrationsprojekt den Geschäftszielen und Performance-Kennzahlen (bspw. Pagespeed) entspricht.

3. Relevante Fragen für die Anforderungsbeschreibung

3.1. Welche Shopware Version wird aktuell genutzt?

Für die Datenmigration und die Verwendung des Migrations-Connectors ist diese Frage relevant.

3.2. Welche Community-Store Plugins werden aktuell genutzt?

- Gibt es von den genutzten Plugins bereits eine Shopware 6 Version? → Wenn ja, bringen diese auch wirklich den exakten Funktionsumfang mit sich?
- Werden aktuell genutzte Plugins gar nicht mehr benötigt, da diese nun im Standard-Umfang von Shopware 6 enthalten sind?
- Welche Alternativen mit ähnlichem Funktionsumfang gibt es für Shopware 6?

3.3. Eigenentwicklungen?

Gibt es Eigenentwicklungen, dessen Funktionen auch in Shopware 6 abgebildet werden sollten? Viele Funktionen, die man in Shopware 5 nur mit Plugins aus dem Community Store oder durch Eigenentwicklungen ermöglichen konnte, sind in Shopware 6 im Standard enthalten.

Es gilt daher zu prüfen, inwieweit die Funktionen mit Shopware 6 bereits abbildbar sind. Dafür benötigt es eine Funktionsbeschreibung des Features, idealerweise die Bereitstellung des Plugin-Codes, damit die Experten für die Shop-Migration genau evaluieren können, wie das Feature in Shopware 6 funktionieren soll.

Unser Tipp: Funktionale Erweiterungen sind oft sinnvoll mit dem neuen Rule-Builder oder Flow-Builder zu integrieren, um für den Shop-Betreiber maximale Flexibilität sicherzustellen.

3.4. Schnittstellen zu externen Systemen?

Gibt es Schnittstellen zu externen Systemen, die weiterhin benötigt werden? Ein Shop ist oft von externen Anbietern abhängig – sei es Payment, Versand, Marketing, PIM oder Warenwirtschaft. Damit alle bisherigen Prozesse auch

weiterhin funktionieren, muss genau geprüft werden, ob bereits fertige Schnittstellen dieser Anbieter zu Shopware 6 existieren.

Sehr wichtig ist auch, ob sich der Funktionsumfang der Shopware 5 Integration mit dem Funktionsumfang der Shopware 6 Integration deckt. In vielen Fällen ist das leider nicht selbstverständlich und eine genaue Prüfung innerhalb einer Testumgebung wird viel Zeit und Geld im Migrationsprojekt sparen.

3.5. Gibt es mehrere Kundengruppen?

Innerhalb dieser Frage ist auszuarbeiten, was genau sich zwischen den Kundengruppen unterscheidet. Sind es nur die Preise, Versand- und Zahlungsarten oder betrifft dies auch die Sichtbarkeit von bspw. Produkten oder Kategorien?

Die Nutzung von mehreren Kundengruppen (bspw. „Privatkunden“ und „Händler“) ist in Shopware 6 über den Rule-Builder konfigurierbar und entspricht einem anderen Workflow als in Shopware 5. Die Prüfung ist relevant, da bspw. die Darstellung unterschiedlicher Inhalte pro Kundengruppe das “Dynamic Access” Feature von Shopware erfordert. Dieses Feature ist aber erst ab der Evolve Edition enthalten.

3.6. Wie sieht die Versand- und Bezahlstruktur aus?

Über den Rule-Builder können viele Szenarien für die Gestaltung der Versandkosten einfach abgedeckt werden. Geht es aber darum, technische Daten wie Höhe x Breite x Länge etc. für variable Speditionskosten darzustellen, kann sich Mehraufwand ergeben. Entsprechend sollten die Versandkosten vorab genau spezifiziert werden (auch ggf. länderabhängig!).

Ähnliches gilt für das Thema Zahlungsarten. Gibt es hier bestimmte Zahlungsanbieter die Du gerne einbinden möchtest oder sogar gewisse Einschränkungen in Deinem Zahlartenangebot? Bspw., dass Kunden “Kauf auf Rechnung” erst ab der zweiten Bestellung tätigen dürfen?

3.7. Welchen Hosting-Anbieter nutzt Du?

Teil des Shopware Ökosystems sind mittlerweile sehr viele zertifizierte Hosting-Partner. Hier solltest Du abklären, ob Dein Hosting Anbieter die Hardware-Anforderungen von Shopware 6 erfüllt und Dein Webspace eine zusätzliche Shopware 6 Installation zulässt.

Unser Tipp: Unsere erste Wahl bei Proxation: maxcluster.de

3.8. Beibehaltung der Sichtbarkeit in Suchmaschinen und SEO

- Evaluiere, ob sich die URL-Struktur ändern muss oder ob diese beibehalten werden kann
- Falls eine Änderung unvermeidbar ist, sollten 301-Weiterleitungen gesetzt werden, um Broken-Links und den Verlust von Suchmaschinen-Rankings entgegenzuwirken
- Das Ziel bei einer Migration sollte eine Verbesserung sein, aber mindestens die Beibehaltung des Status-Quo. Entsprechend sollte als Anforderung auch mindestens die Beibehaltung des aktuellen Pagespeed-Score genannt werden
- Damit auch weiterhin das Tracking funktioniert, ist die Integration des Tag Managers zu berücksichtigen
- Sollten migrierte Texte interne Verlinkungen aufweisen, so ist auch hier zu prüfen, ob die dort genutzten Links durch 301-Weiterleitungen weiterhin funktionieren
- Backlinks aus wichtigen Quellen sollten auch nach der Migration nicht ins Leere laufen, auch aus diesem Grund sind 301-Weiterleitungen essentiell
- Die Einreichung der neuen Sitemap-URL in der Google Search Console und die Erstellung einer robots.txt sollte vorgesehen werden
- Die Suchmaschinen-Rankings und der organische Traffic sollte nach der Migration genau überwacht werden um eventuelle Probleme schnell identifizieren zu können

3.9. Welche Daten sollen migriert werden?

Ziel der Migration ist in den meisten Fällen auch die vollständige und fehlerfreie Übertragung aller Produktdaten, Kundeninformationen, Bestellungen, usw.. Bedingt durch Plugins ist zu beachten, dass viele Teilbereiche (bspw. Produktadministration) wahrscheinlich mit Freitextfeldern angereichert wurden. Für eine gut geplante Migration ist es unabdingbar zu definieren, welche dieser Zusatzfelder (=Freitextfelder) weiterhin benötigt werden. Dadurch wird sichergestellt, dass Shopware 6 frei von Altlasten oder Datenmüll ist.

Für die Datenmigration dient meist der Migrationsconnector von Shopware als Basis. Dieser berücksichtigt jedoch den Shopware Standard. Für die Migration

von Datenstrukturen, die durch externe Plugins erstellt wurden, solltest Du Rat bei einem Shopware Experten suchen.

3.10. Individuelles Design oder Individualisierung eines Templates

Wenn du deinen Shop von Shopware 5 auf Shopware 6 migrierst, steht eine wichtige Entscheidung an: Solltest du ein komplett individuelles Design entwickeln lassen oder lieber auf die Individualisierung eines vorgefertigten Templates setzen? Beide Optionen haben Vor- und Nachteile, die es sorgfältig abzuwägen gilt.

3.10.1 Individuelles Design:

Vorteile: Ein maßgeschneidertes Design bietet dir die Möglichkeit, einen einzigartigen und unverwechselbaren Online-Shop zu schaffen, der genau auf deine Marke und deine Zielgruppe zugeschnitten ist. Es ermöglicht maximale Flexibilität und Individualität in der Gestaltung.

Nachteile: Die Entwicklung eines individuellen Designs ist in der Regel zeitaufwändiger und kostspieliger. Außerdem erfordert sie oft mehr Ressourcen sowohl in der Entwicklungs- als auch in der Wartungsphase.

3.10.2 Individualisierung auf Basis eines Templates:

Vorteile: Diese Option ist kostengünstiger und schneller umsetzbar als ein komplett individuelles Design. Templates bieten eine solide Grundlage und sind in der Regel bereits für eine gute User Experience und SEO optimiert.

Nachteile: Ein Template kann Einschränkungen in der Gestaltung mit sich bringen und die Einzigartigkeit deines Shops könnte unter der Verwendung eines weit verbreiteten Designs leiden.

Die Entscheidung hängt von verschiedenen Faktoren ab, bspw. Budget, Zeitplan, den spezifischen Anforderungen deines Geschäfts und dem Wunsch nach Einzigartigkeit. Bei einer kleineren Marke oder einem engeren Budget könnte die Anpassung eines Templates die praktischere Lösung für dich sein. Für ein Unternehmen, das stark auf Markenidentität und -differenzierung setzt, ist ein individuelles Design die bessere Wahl.

4. Beispiel-Anforderung

Für Händler ist es hilfreich, folgende Fragen zu stellen, damit der Umsetzungspartner ein gutes Verständnis für die Anforderungen bekommt.

Die bisher dargestellten Themen wollen wir anhand eines Beispiels auf Basis der fiktiven Anforderung "Ich möchte diverse Produkte als Abo im Shop anbieten" verdeutlichen.

- Was ist das Ziel?
  Hier sollte der Zweck der Erweiterung erläutert werden. Das Ziel ist, den Umsatz der Verbrauchsartikel signifikant zu erhöhen und die Kundenzufriedenheit zu steigern, da diese Artikel automatisch regelmäßig versendet werden und somit keine erneuten Bestellprozesse der Kunden stattfinden müssen.

- Welches Problem soll gelöst werden?
  In diesem Fall geht es darum, dass viele Kunden in regelmäßigen Abständen immer dieselben Produkte bestellen und wir durch eine Abo-Funktion diesen Aufwand verringern können.

- Welche Funktionen und Features sind erforderlich?
  Beschreibe hier die benötigten Funktionen, die für die Abbildung der gewünschten Funktionalität -dringend- benötigt werden. In unserem Fall wäre das die Konfiguration von Lieferintervallen (Tage, Monate, Wochen?), die Konfiguration von Laufzeiten (Abo mit Laufzeit X Monate) oder mit welchen Zahlarten die Abo-Buchung kompatibel sein soll. Wie soll die Kündigung kundenseitig ablaufen? Wie soll die Darstellung auf Produkt-, Warenkorb- und Checkout-Seite aussehen, als auch in E-Mails? Gerade in dieser Frage ist es essentiell zu reflektieren, welche Konfiguration man als Shop-Betreiber benötigt und wie die Darstellung im Frontend aussehen soll.

Auf Basis der gesammelten Informationen ist bereits eine erste Prüfung durch Shopware Experten möglich. Im Anschluss werden Detailfragen geklärt, bspw.:

- Was genau soll passieren, wenn der Kunde einen Mischwarenkorb (Abo- und Nicht-Abo-Produkte) hat?
  - Option A: Abo-Produkte gehen ins Abo, Nicht-Abo-Produkte werden nur einmal geliefert.
  - Option B: Wenn mind. ein Abo-Produkt im Warenkorb ist, ist der ganze Warenkorb Teil des Abos.

4.1. Professionelle Aufwandseinschätzung - Schema

Eine fachmännische Aufwandsschätzung inkl. der einzelnen Komponenten sollte wie folgt aussehen.: (h steht dabei für Stunden)

[29-43h] Schätzung:

- [11-17 h] Plugin Fundament anlegen
  - [1-2h] Plugin Grundgerüst anlegen und konfigurieren
  - [10-15h] PayPal Grundstruktur anlegen
    - Es gibt hier faktisch kein PHP-SDK mehr, "nur noch" REST APIs
    - Sonstige Struktur anlegen
      - DTOs, Klassen, Helfer, Hydratoren, …
- [3-5 h] Produkt-Abo Entität anlegen
  - [3-5h] Anlage sobald bei einem Produkt "Abo aktivieren" gewählt wird
    - Inklusive Assoziation zum Produkt
- [7-10 h] Abo-Entität anlegen
  - [2-3h] Wird angelegt sobald im Checkout Subscription bestellt wird
  - [5-7h] Enthält die Subscription ID von PayPal
    - Somit könnte man zukünftig bspw. "Reaktivieren" oder alte Subscriptions anzeigen
- [6-8 h] Bestellposition-Erweiterung
- [2-3 h] Abo-Daten Cart persistieren
  - [2-3h] Übergeben ob Abo-Produkt in den WK gelegt wurde oder normales Produkt

Anhand einer übersichtlichen Aufwandsschätzung ist eine effiziente Arbeitsweise mit dem Entwicklungspartner möglich. Die genaue Darstellung der Aufwände ermöglicht eine große Transparenz mit nachvollziehbarem Workflow und der Aufstellung eines realistischen Zeitplans.

5. Mach Dich und Deine Mitarbeiter mit Shopware 6 vertraut

Die Umstellung auf Shopware 6 ist nicht nur ein technischer Prozess sondern wirkt sich auch auf den Arbeitsalltag aus. Es ist unabdingbar, dass sich Du und/oder Deine E-Commerce Mitarbeiter mit der neuen Shopware 6 Version vertraut machen - idealerweise schon vor dem Start des Migrationsprojekts mithilfe einer Testumgebung.

Auch ist risikofreies Experimentieren möglich: Du kannst verschiedene Funktionen ausprobieren, Anpassungen vornehmen und die Auswirkungen verschiedener Einstellungen erkunden. Dadurch entwickeln du und dein Team ein tiefes Verständnis für die neuen Features (bspw. Rule- und Flow-Builder) und die veränderte Benutzeroberfläche von Shopware 6.

Zudem ist die Testinstallation ein ideales Schulungsumfeld. Durch praktische Erfahrung und das Lösen realer Aufgaben in dieser Test-Umgebung können sich Du und Deine Mitarbeiter wesentlich effektiver fortbilden, als es durch theoretische Schulungen (bspw. Shopware Dokumentation oder YouTube-Videos) möglich wäre.

Des Weiteren können bei intensivem Testing neue Fragen bei der Benutzung aufkommen, Defizite lokalisiert werden und ggf. neue Funktionswünsche aufkommen.

6. Migrationspartner

Die Wahl des richtigen Partners für die Migration von Shopware 5 zu 6 ist entscheidend für den Projekterfolg. Für viele Unternehmen stellt der Online-Shop den wichtigsten Vertriebskanal dar, entsprechenden Stellenwert sollte auch dem Projekt zugeschrieben werden, damit für die kommenden Jahre eine solide Basis für Wachstum und Weiterentwicklung entsteht.

- Referenzen und Expertise: Shopware-Zertifizierungen und nachweisliche Erfahrung (Referenzen) mit Shopware Migrationen geben eine gute Indikation über die Kompetenz und Vertrauenswürdigkeit des möglichen Partners.

- Discovery und Proaktivität: Ein Partner, der Wert auf Umsetzungsqualität legt, nimmt sich auch die Zeit, Dein Geschäftsmodell, Deine Prozesse und Deine Ziele zu verstehen. Ein Grundverständnis für den Status Quo als auch das Endergebnis ist für die Angebotsphase essentiell. Ein erfahrener Shopware Partner muss auf Basis der von Dir übermittelten Anforderungen weitere Fragen stellen und ergänzt die Anforderungen um optional sinnvolle Erweiterungen.

- Transparente Angebotserstellung: Um im weiteren Projektverlauf möglichen Budget-Diskussionen vorzubeugen ist zu empfehlen, jegliche Arbeiten in „Arbeitspakete“ aufzugliedern (bspw. „Einrichtung Versandarten“)

- Projektplanung: Von Anfang an sollte klar sein, wie das Projekt abläuft und bei wem welche Verantwortlichkeiten liegen. Wir sind in diesem Beitrag auf die Anforderungsdefinition seitens Shop-Betreiber eingegangen, die genaue Projektplanung sollte der Partner bei Auftragsvergabe darstellen. Darin enthalten ist nochmal eine Übersicht mit den Anforderungen, Fälligkeitsdaten, Abhängigkeiten, Akzeptanzkriterien und zu jeder Aufgabe – im weiteren Projektverlauf – kontinuierliche Status-Updates.

- Technischer Support: Probleme können immer auftreten; wichtig ist, dass der Partner schnell zur Verfügung steht, um diese effizient und effektiv zu lösen. Wie sieht der Support nach der Migration weiterhin aus?

7. Fazit

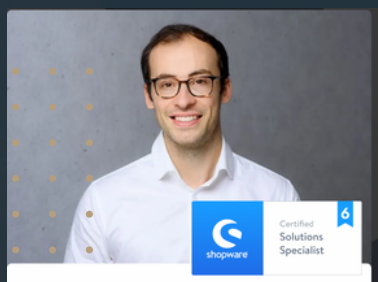
Abschließend möchten wir festhalten, dass die Migration von Shopware 5 zu Shopware 6 eine hervorragende Gelegenheit bietet, Deinen Online-Shop zukunftssicher zu gestalten.

Es ist ein Prozess, der sorgfältige Planung bedarf und ein tiefes Verständnis sowohl der technischen als auch der geschäftlichen Anforderungen erfordert. Um sicherzustellen, dass Deine Migration reibungslos verläuft und Deinen Erwartungen entspricht, empfehlen wir die Zusammenarbeit mit einem erfahrenen Partner wie der Proxation GmbH - Der Shopware Agentur aus München.

Wenn Du auf der Suche nach maßgeschneiderter Beratung und Unterstützung für Dein Migrationsprojekt bist, zögere nicht uns zu kontaktieren:

Michael Holste
eMail: michael.holste@proxation.de
Tel.: +49 (0) 89 4275 9987

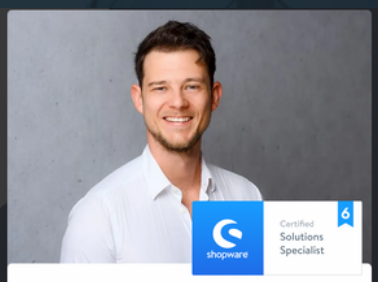
Über Proxation



Michael Holste

GESCHÄFTSFÜHRER

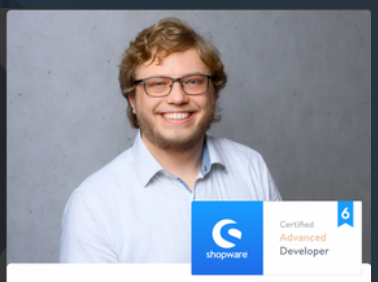
Als Gründer ist Michael seit Jahren für den beeindruckenden Erfolg von Proxation verantwortlich. Er ist für Neukunden der erste Kontakt und übernimmt Teile des Projektmanagements.



Benny Löhnert

PROJECT LEAD

Benny stellt täglich sicher, dass die Projektplanung- und ausführung rund läuft und berät dich bei der Optimierung deines Online-Shops.



Niklas Gödde

TECHNISCHER LEITER

Niklas lebt seit über 8 Jahren shopware, übernimmt die technische Konzeption unserer angebotenen Lösungen und programmiert zahlreiche shopware Plugins für unsere Kunden.

Entspannt durchs Migrationsprojekt?
Immer - mit den Experten von Proxation

Proxation ist als Silver Partner seit über 10 Jahren als Shopware Experte positioniert und beschäftigt u.a. auch Entwickler, die jahrelang bei der shopware AG gearbeitet haben. Neben Händlern betreuen wir auch zahlreiche Software-Anbieter (Brevo, Elopage oder Braintree) deren Shopware Integrationen wir von Grund auf entwickelt haben. Unsere Eigenentwicklungen im Community Store sind in über 3.000 Shops aktiv.
Wenn ein proaktiver Partner mit umfassender Shopware Erfahrung gesucht wird bist Du bei Proxation an der richtigen Adresse.

Kontakt:

Telefon
+49 (0) 89 4275 9987

Mail
info@proxation.de