

SAP Commerce Cloud: E-Commerce neu gedacht und gemacht

Category: Online-Marketing

geschrieben von Tobias Hager | 5. Februar 2026



SAP Commerce Cloud: E-Commerce neu gedacht und gemacht

Wer heute noch versucht, mit einem Magento 2 auf Steroiden oder einem Shopify-Plus-Abo die komplexen Anforderungen moderner B2B- oder Enterprise-E-Commerce-Strukturen zu bedienen, hat entweder einen sehr guten Entwicklerstab – oder keine Ahnung, was Skalierbarkeit wirklich bedeutet. Willkommen bei SAP Commerce Cloud: der E-Commerce-Lösung, die nicht nur buzzword-tauglich ist,

sondern endlich das Versprechen einlöst, Commerce wirklich als Plattform zu denken – nicht als Shop-System mit Add-ons.

- Was SAP Commerce Cloud wirklich ist – jenseits des SAP-Marketingsprechs
- Headless, APIs, Microservices: Wie SAP Commerce Cloud Architektur neu denkt
- Warum die Plattform besonders für komplexe B2B-Prozesse gebaut wurde
- Wie sich SAP Commerce Cloud in bestehende Systeme (ERP, CRM, PIM) integriert
- Welche Features wirklich liefern – und welche nur auf dem Papier glänzen
- Warum Performance, Skalierbarkeit und Security bei SAP Commerce Cloud keine Afterthoughts sind
- Wie du mit Spartacus, dem Headless-Frontend, wirklich flexibel wirst
- Was man bei der Implementierung beachten muss – und welche Fehler teuer werden
- Vergleich mit anderen Enterprise Commerce Plattformen: Adobe Commerce, Salesforce, Commercetools
- Für wen SAP Commerce Cloud sinnvoll ist – und wer besser die Finger davon lässt

SAP Commerce Cloud erklärt: Enterprise E-Commerce auf Steroiden

Die SAP Commerce Cloud ist kein Baukasten für den schnellen Online-Shop. Sie ist eine vollintegrierte, API-first Commerce-Plattform, die speziell für komplexe, mehrstufige Vertriebsprozesse in B2B- und B2C-Umgebungen entwickelt wurde. Früher bekannt unter dem Namen Hybris, wurde die Plattform von SAP übernommen und in die Cloud migriert – mit dem Ziel, Commerce nahtlos in die SAP-Ökosysteme zu integrieren.

Was SAP Commerce Cloud von typischen SaaS-Shoplösungen unterscheidet, ist die radikale Fokussierung auf Modularität, Skalierbarkeit und tiefgreifende Integration. Die Plattform basiert auf einer Microservice-Architektur, nutzt vollständig dokumentierte REST-APIs und setzt auf Headless-Commerce-Prinzipien. Das bedeutet: Frontend und Backend sind entkoppelt, Anpassungen an der Benutzeroberfläche können unabhängig vom Kernsystem erfolgen – ein Traum für Entwicklerteams, die nicht jede UI-Änderung durch das Backend schleifen wollen.

In der Praxis bedeutet das: Du kannst mit SAP Commerce Cloud nicht nur klassische B2C-Shops bauen, sondern auch komplexe B2B-Portale mit individuellen Preislisten, Angebotsprozessen (RFQ), Genehmigungs-Workflows und Multi-Vendor-Strukturen umsetzen – alles out of the box oder über Erweiterungen. Klingt nach Marketing? Nicht ganz. Die Plattform liefert tatsächlich APIs und Services, die das ermöglichen – vorausgesetzt, man weiß, wie man sie nutzt.

Ein weiteres Unterscheidungsmerkmal: Die tiefe Integration in andere SAP-Systeme wie SAP S/4HANA (ERP), SAP Customer Experience (CRM), SAP CPQ (Configure Price Quote) oder SAP Data Cloud. Wer im SAP-Universum lebt, bekommt hier eine Commerce-Lösung, die nicht nebendran läuft, sondern mittendrin. Das spart im Idealfall Schnittstellen – und im Worst Case macht es dich extrem abhängig vom SAP-Kosmos.

Die Architektur: Headless, APIs, Microservices – SAP Commerce Cloud unter der Haube

Die SAP Commerce Cloud ist alles andere als monolithisch. Die Plattform orientiert sich an modernen Architekturprinzipien: Lose Kopplung, serviceorientierte Strukturen, API-Zugänglichkeit und strikte Trennung von Präsentations- und Geschäftslogik. Das bedeutet: Du kannst jede Komponente austauschen, erweitern oder durch eigene Services ersetzen – ohne das System zu zerschießen.

Im Zentrum steht das Commerce Core System, das die zentralen Geschäftsprozesse wie Produktkataloge, Preise, Bestände, Warenkörbe und Bestellungen abbildet. Dieses Backend ist über RESTful APIs vollständig steuerbar. Darüber hinaus stellt SAP eine ganze Reihe von Microservices bereit, etwa für Promotions, Personalisierung, Suche (Solr), Checkout oder Kundendatenverwaltung. Diese Services lassen sich je nach Bedarf aktivieren oder durch eigene Implementierungen ersetzen.

Das Frontend ist vollständig headless und basiert auf Spartacus – dem Angular-basierten Open-Source-Frontend-Framework von SAP. Spartacus kommuniziert ausschließlich über APIs mit dem Commerce Backend und ermöglicht so höchste Flexibilität bei Layout, Usability und Gerätetypen. Mobile First? Kein Problem. PWA? Nativ unterstützt. Custom Frontend in React oder Vue? Ebenfalls möglich – Spartacus ist optional.

Die gesamte SAP Commerce Cloud läuft in der SAP Business Technology Platform (BTP), was bedeutet: Infrastruktur, Deployment, Skalierung und Monitoring werden zentral über SAP-Tools wie Kyma, Cloud Foundry oder die SAP Cloud Integration Suite gesteuert. Wer Kubernetes liebt, fühlt sich hier zu Hause – alle anderen sollten sich auf eine steile Lernkurve einstellen.

Die Konsequenz: SAP Commerce Cloud ist kein Out-of-the-Box-Tool für den schnellen Shop-Launch. Es ist ein Framework für komplexe Commerce-Infrastrukturen. Wer keine Architekturstrategie hat, wird hier nicht glücklich. Aber wer weiß, was er tut, bekommt eine Plattform, die performt – auch bei Millionen Produkten, Tausenden Kunden und global verteilten Märkten.

Use Cases & Stärken: Wo SAP Commerce Cloud wirklich punktet

Die SAP Commerce Cloud spielt ihre Stärken besonders in komplexen B2B-Szenarien aus. Warum? Weil sie genau dafür gebaut wurde. Während andere Plattformen B2B als Erweiterung verstehen, ist es hier Kernfunktionalität. Die Plattform unterstützt unter anderem:

- Mehrstufige Genehmigungsprozesse im Checkout
- Individuelle Preislisten und Vertragskonditionen pro Kunde
- Self-Service-Portale mit Account-Management
- RFQ-Prozesse (Request for Quote) direkt im Shop
- Multi-Catalog-Management für verschiedene Märkte und Regionen

Aber auch im B2C kann SAP Commerce Cloud punkten – vor allem, wenn es um Personalisierung, Promotions, Loyalty und kanalübergreifende Customer Journeys geht. Die Commerce-Services lassen sich nahtlos mit anderen SAP-CX-Komponenten verbinden, etwa mit SAP Emarsys für E-Mail-Automation oder SAP Customer Data Cloud für Consent-Management und Identity Resolution.

Ein weiteres Plus: Die Plattform ist multilingual, multiwährungsfähig und mandantenfähig – ideal für Unternehmen, die international arbeiten und unterschiedliche Marken oder Shop-Fronts unter einer Infrastruktur betreiben wollen. Auch Omnichannel-Strategien, etwa mit POS-Integration oder Click & Collect, lassen sich realisieren – sofern die Systeme dahinter mitspielen.

Ein unterschätzter Vorteil: Die Plattform ist extrem belastbar. Skalierbarkeit ist kein Marketingversprechen, sondern technisches Konzept. Dank Cloud-native Deployment skaliert SAP Commerce Cloud horizontal über Kubernetes – was bedeutet: Belastungsspitzen wie Sales Events, Black Friday oder saisonale Peaks sind kein Problem, solange das Frontend mitzieht und die Server sauber konfiguriert sind.

Integration & Erweiterbarkeit: Das SAP-Ökosystem als Vorteil – oder Risiko?

Wer SAP Commerce Cloud einführt, tritt in ein Ökosystem ein – und zwar mit allem, was dazugehört. Die Plattform ist darauf ausgelegt, tief mit anderen SAP-Systemen integriert zu werden: ERP, CRM, PIM, Analytics, Marketing – alles kann (und soll) miteinander sprechen. Das ist Fluch und Segen zugleich.

Vorteil: Die Datenflüsse sind konsistent, die Prozesse durchgängig, und du

vermeidest Datensilos. Ein Preisupdate im ERP wird automatisch im Shop aktualisiert. Kundeninformationen aus dem CRM steuern personalisierte Angebote im Frontend. Und der Lagerbestand im PIM beeinflusst die Anzeige im Shop in Echtzeit. Klingt nach Utopie, ist aber technisch machbar – mit den richtigen Integrationen.

Nachteil: Du bist im SAP-Universum gefangen. Wer SAP Commerce Cloud nutzt, muss sich auf SAP-Technologien, SAP-Standards und SAP-Schnittstellen einlassen. Custom Integrationen zu Drittsystemen sind möglich, aber aufwendig. Und wer glaubt, mit einem Magento-Dev-Team mal eben ein SAP-Projekt stemmen zu können, wird ziemlich schnell von der Realität eingeholt.

Die gute Nachricht: SAP bietet mit der Business Technology Platform (BTP) eine zentrale Integrationsschicht, über die sich nahezu alle SAP- und Non-SAP-Systeme verbinden lassen – per REST, OData, GraphQL oder via Event-basierten Architekturen mit SAP Event Mesh. Wer das Spiel beherrscht, gewinnt. Wer halbherzig integriert, verliert – Zeit, Geld und Nerven.

Für wen SAP Commerce Cloud (nicht) geeignet ist

Die SAP Commerce Cloud ist nicht für jeden. Wer nur einen hübschen B2C-Markenshop mit ein paar Produkten und netter UI braucht, ist mit Shopify Plus, Shopware Enterprise oder BigCommerce besser bedient. Wer hingegen global denkt, komplexe B2B-Strukturen abbilden will, tief in SAP integriert ist und Commerce als Plattform – nicht als Website – versteht, findet hier ein mächtiges Werkzeug.

Besonders geeignet ist SAP Commerce Cloud für:

- Großunternehmen mit SAP-Backend (S/4HANA, ERP ECC)
- B2B-Unternehmen mit komplexen Preisen, Rollen, Workflows
- Global agierende Unternehmen mit Multi-Market-Strategien
- Organisationen mit dedizierten DevOps- und IT-Teams

Weniger geeignet ist die Plattform für:

- KMU ohne SAP-Anbindung oder Cloud-Know-how
- Start-ups mit begrenztem Budget und Time-to-Market
- Unternehmen ohne dediziertes Tech-Team

Fazit: SAP Commerce Cloud ist kein Spielzeug. Wer sie einführt, sollte wissen, was er tut – und warum. Wer das tut, bekommt eine der leistungsfähigsten Commerce-Plattformen am Markt. Wer es halbherzig versucht, bekommt ein Projekt, das nie live geht.

Die SAP Commerce Cloud ist kein weiterer SaaS-Shop, sondern ein Commerce-Betriebssystem für Unternehmen, die Skalierung, Integration und Kontrolle ernst meinen. Sie verlangt viel – technisches Know-how, Architekturverständnis, Prozesskompetenz – liefert aber auch viel. Vor allem:

Freiheit, Stabilität und Zukunftssicherheit. Wer Commerce wirklich als Plattform denkt, kommt an SAP Commerce Cloud kaum vorbei.

Aber: Diese Plattform ist kein magischer Zaubertrank. Ohne klare Ziele, saubere Daten und ein echtes Tech-Team wird sie zum teuersten Fehler deiner IT-Geschichte. SAP Commerce Cloud ist mächtig – aber nur in den richtigen Händen.