

// Subscription Commerce

// ho.Systeme Hausmesse

// 12.06.2026



Agenda



- Vorstellung
- Was alles ist Subscription Commerce?
- Marktentwicklung
- Anything-as-a-Service
- Subscription Commerce vs. Transaktion
- Case Study
- Wie komme ich zu meinem Use Case?
- Herausforderungen & Chancen
- Fazit

Vorstellung

ShopStrategen - Experten für nachhaltigen Erfolg im E-Commerce



**„Unsere Mission ist die nachhaltige
Verbesserung der Wettbewerbs-
fähigkeit unserer Kunden
im Digital Business.“**



Dipl.-Ing. Nico Klostermann, MBA

Managing Consultant

Head of Commerce Consulting



Die ShopStrategen sind Teil der hd.group

Wir bringen Unternehmen digital nach vorne



- **Mitarbeiter:innen hd.group**

- > 160

- **Umsatzwachstum**

- Konstant > 10%, seit 2001

- **Creditreform Bonitätsindex**

- AAA, ausgezeichnete Bonität

- **Standorte**

- Bielefeld, Werther, Halle, Hamburg

- **Fokus**

- Beratung, Umsetzung und Betrieb von KI-, Digital- und eCommerce-Projekten aus einer Hand



reddot winner 2022

hdgroup 

ShopStrategen 

HDNET  ho.Systeme 

diginea  DIGITAL
BUSINESS
EXPERTS

Mittelstand // Konzerne // Start-Up's // B2B // B2C // D2C

Für wen unsere eCommerce-Consultants schon erfolgreich tätig waren





Subscription Commerce

... da gibt's ja noch mehr!



Subscription Commerce

Einige unterschiedliche Angebote – und das hier sind nur die bekannten!



Abonnements für **Konsumgüter**, wie z. B. Abo-Boxen, bei denen sich die Verbraucher für die regelmäßige Lieferung einer breiten Palette von Artikeln anmelden, von Schönheitsprodukten über Tierbedarf bis hin zu Kleidung und vielem mehr.



Abonnements für **Streaming-Media-Dienste** wie z. B. Netflix, Amazon Prime, Spotify und Audible



Abonnements von **As-a-Service-Produkten**, die hauptsächlich bei Cloud-Services zum Einsatz kommen, z. B. infrastructure as a service (IaaS), platform as a service (PaaS) und software as a service (SaaS)

Function on demand

da gibt's aber noch mehr...



Function on demand

Porsche Connect Store



Aktive Spurführung

Lassen Sie sich nicht aus der Spur bringen. Die Aktive Spurführung entlastet Sie spürbar und macht lange Fahrten besonders komfortabel.

3 Monate kostenlos

Monatliche Laufzeit 20,00 € / Monat

Unbegrenzte Laufzeit 829,00 € einmalig

inkl. 19% MwSt.

[Mehr erfahren](#)



Porsche Dynamic Light System Plus

Wollen Sie nachts besser sehen? PDLs+ passt das Licht Ihrer individuellen Fahrsituation an und sorgt für Komfort und Sicherheit.

3 Monate kostenlos

Monatliche Laufzeit 36,00 € / Monat

Unbegrenzte Laufzeit 1.479,00 € einmalig

inkl. 19% MwSt.

[Mehr erfahren](#)

Kaeser Kompressoren

SIAGMA AIR UTILITY - „Smart, sicher, sorgenfrei“



„Festpreis pro m³“

„Nur die Druckluft kaufen“

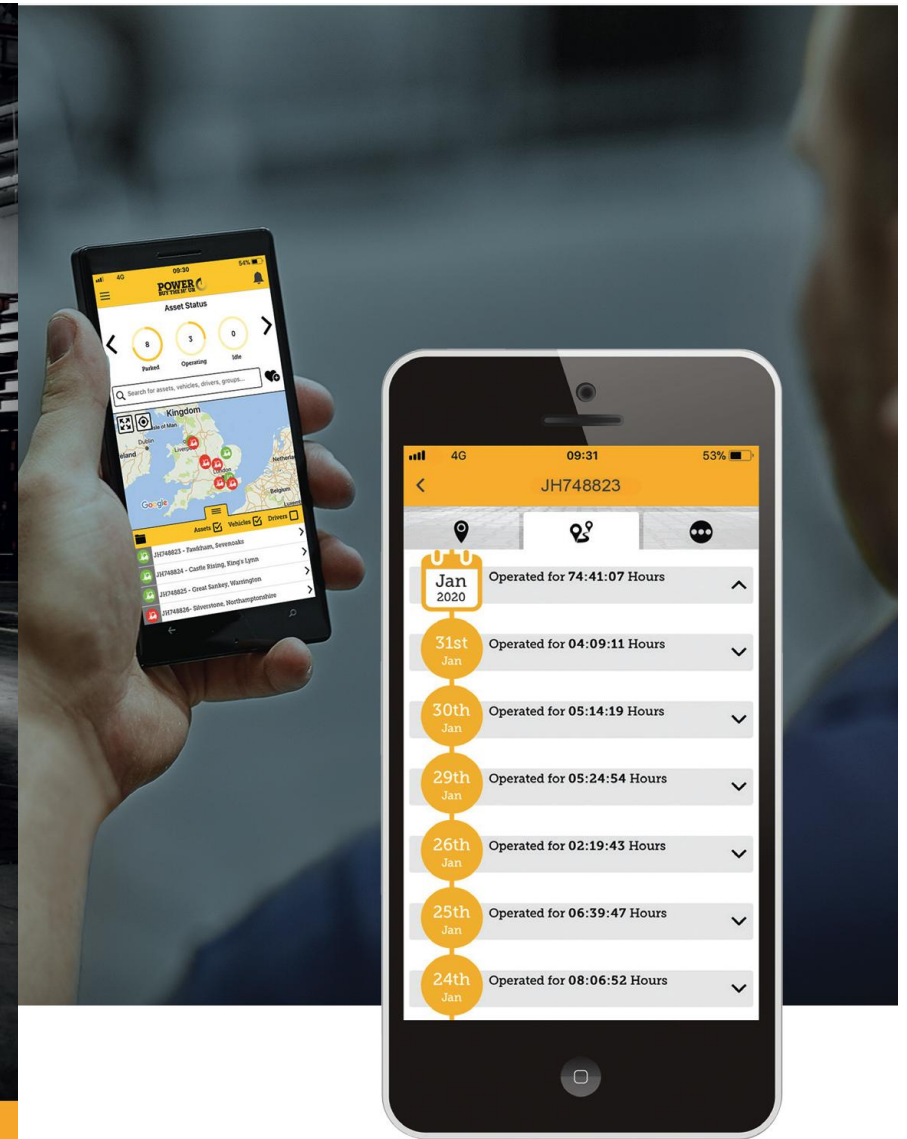
„Alles aus einer kundigen Hand“

„Transparent und verlässlich“

„Variable Kosten statt Fixkosten“

Jungheinrich

Mietprogramme mit Pay-per-Use-Komponente



Ist das ein relevanter Markt?

Anything-as-a-Service Market



Die neue Welt des Subscription-Commerce

Die IMARC-Gruppe prognostiziert, dass der weltweite "Anything-as-a-Service"-Subscription-Markt bis zum Jahr 2033 auf

\$1,192.6 Billion

wachsen wird bei einer CAGR von 15,4%.

QUELLE: IMARC GROUP

Ist das ein relevanter Markt?

Anything-as-a-Service Market



QUELLE: IMARC GROUP

Alles as-a-Service!?

Das sagt ChatGPT



- Infrastructure-as-a-Service (IaaS)
- Platform-as-a-Service (PaaS)
- Software-as-a-Service (SaaS)
- Database-as-a-Service (DBaaS)
- Function-as-a-Service (FaaS)
- Backup-as-a-Service (BaaS)
- Disaster-Recovery-as-a-Service (DRaaS)
- Desktop-as-a-Service (DaaS)
- Communication-as-a-Service (CaaS)
- Mobility-as-a-Service (MaaS)
- AI-as-a-Service (AlaaS)
- Video-as-a-Service (VaaS)
- Data-as-a-Service (DaaS)
- Identity-as-a-Service (IDaaS)
- Security-as-a-Service (SECaaS)
- Analytics-as-a-Service
- Content-as-a-Service (CaaS)
- Function-as-a-Service (FaaS)
- X-as-a-Service (XaaS)
- Everything-as-a-Service (EaaS)
- Equipment-as-a-Service (EaaS)
- Robotics-as-a-Service (RaaS)

Begriffe und Begriffsabgrenzung

Basics im Überblick

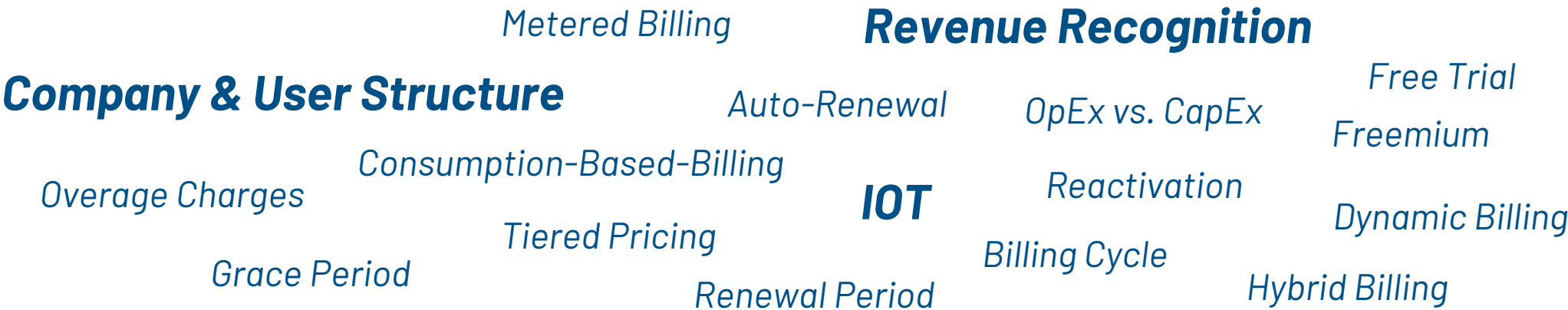


Subscription:

Wiederkehrendes Zahlungsmodell, um regelmäßig Zugang zu Produkten, Dienstleistungen oder Inhalten zu bekommen.

Recurring Order:

Wiederkehrende Bestellung, bei der Kunden in festen Zeitintervallen automatisch Produkte oder Dienstleistungen erhalten, die sie zuvor ausgewählt haben.



Subscription... Wo ist das Problem?



Was ist der Unterschied zu einem „normalen“ Verkauf?

Ein transaktionales Geschäft bezieht sich auf eine Geschäftsbeziehung, bei der der Schwerpunkt auf **einzelnen Transaktionen** liegt, die den Austausch von Waren, Dienstleistungen oder finanziellen Vermögenswerten zwischen zwei Parteien umfassen. Diese Transaktionen können **einmalige Käufe oder Verkäufe** sein, bei denen keine langfristige Bindung oder Beziehung zwischen den Parteien besteht.

Im transaktionalen Geschäftsumfeld stehen in der Regel der schnelle Abschluss von Geschäften, Effizienz und die Minimierung von Transaktionskosten im Vordergrund. Es gibt oft wenig oder keine persönliche Beziehung zwischen den Transaktionsteilnehmern, und die Interaktionen werden durch klare und festgelegte Regeln oder Vereinbarungen gesteuert.

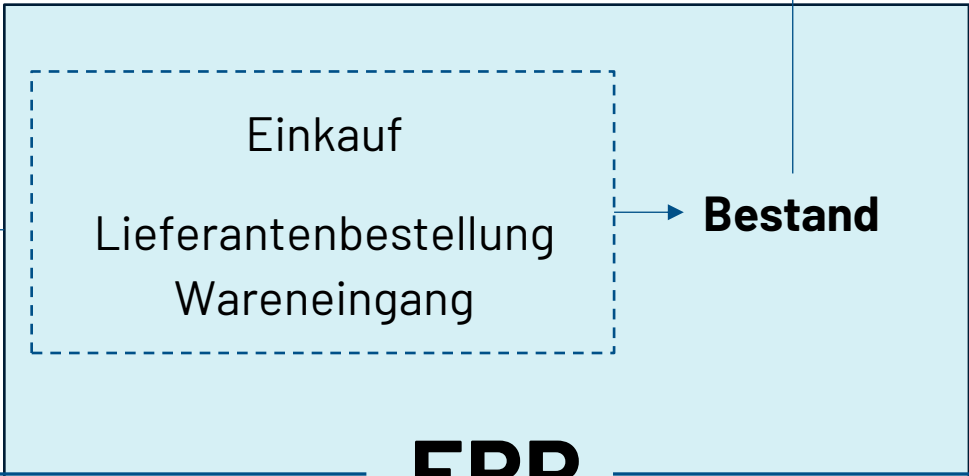
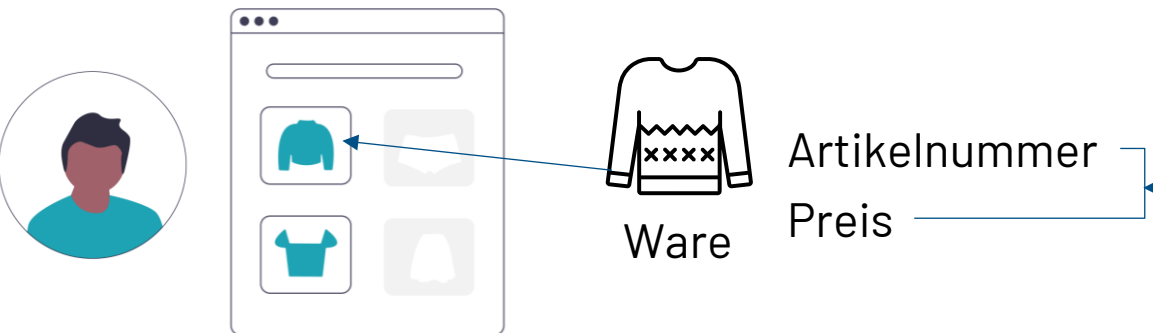
Beispiele für transaktionale Geschäfte sind der **Kauf von Waren** im Einzelhandel, Online-Einkäufe, Finanztransaktionen wie Aktienhandel oder Devisenwechsel, und viele andere Formen von Handels- oder Geschäftsabschlüssen, bei denen der Fokus auf der **einzelnen Transaktion** liegt und keine langfristige Bindung zwischen den Parteien besteht.

Der „normale“ Kauf

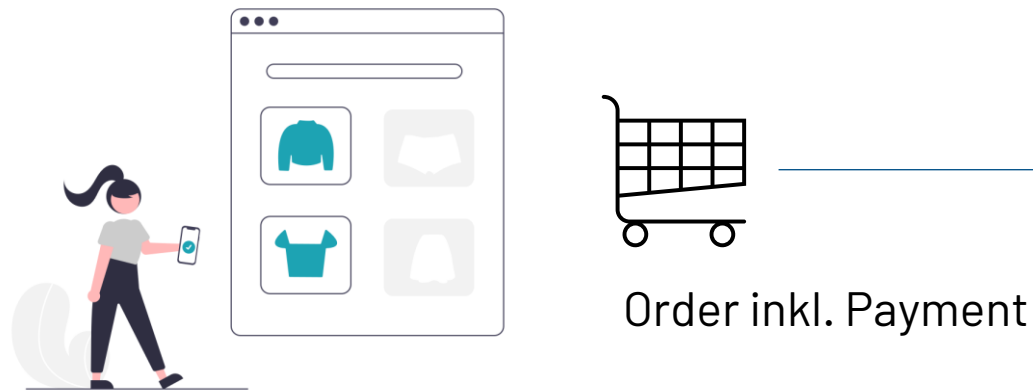
Darstellung der üblichen Prozesse in transaktionalen Geschäftsmodellen (Handel)



Verkäufer



Käufer



Subscription

Abrechnung für kontinuierliche Nutzung (einfachstes Modell)



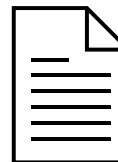
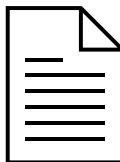
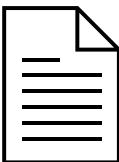
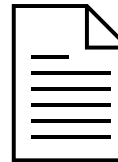
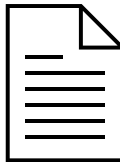
Anbieter



Preis

Zugriff /
Nutzung

Rechnungen



Payment

Payment

Payment

Payment

Payment

Payment

Nutzer



Abschluss Abo

Zeit



Subscription Commerce

Alles ganz einfach und kein Problem!?



Vorgehensmodell Subscription Commerce

Von der Idee zum Go-Live in 4 Schritten



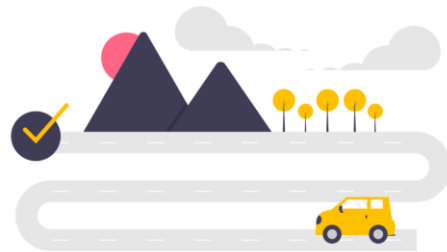
Schritt 1



Potenzial-Workshop

Wir starten unseren Workshop mit einer IST-Analyse Ihres bestehenden Geschäftsmodells. Anschließend analysieren wir in einer Marktanalyse Ihre Wettbewerber und vergleichbare Anbieter. Interviews und Umfragen unter Ihren Kunden können bei der Validierung erster Ideen unterstützen. Das Ergebnis ermöglicht eine fundierte Managemententscheidung zum weiteren Vorgehen.

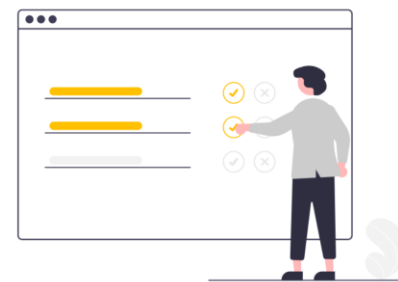
Schritt 2



Strategie & Roadmap

Nach der erfolgreichen Potenzialanalyse erarbeiten wir zusammen Ziele und eine konkrete Strategie-Roadmap. Darin enthalten ist eine Zielgruppenanalyse, die Entwicklung des konkreten Produkts inkl. Preis-, Marketing- und Vertriebsstrategie. Unsere Strategie stellt Ihre Kunden in den Fokus. Wir liefern konkrete Maßnahmen und nötige Komponenten zur Umsetzung eines erfolgreichen Projekts.

Schritt 3



Systemauswahl

Ausgehend von der IT-Roadmap ermitteln wir die Anforderungen an die notwendigen Software-Systeme zur Abwicklung und Abrechnung der Subscriptions. Wir erstellen eine Anbieterliste (Long- und Shortlist) und bewerten die Lösungen. Die Systemauswahl und die Wahl möglicher Implementierungspartner ermöglicht uns eine dedizierte Empfehlung für die Umsetzung des Projekts.

Schritt 4



Implementierung & PMO

Wir begleiten Sie auf dem gesamten Weg bis zum Go-Live. Wir unterstützen die Projektplanung und steuern die Integration. Durch unsere Qualitätskontrolle stellen wir die reibungslose Funktionsweise der Systeme sicher. Zusätzlich schulen wir Ihre Mitarbeiter und unterstützen Sie beim internen Change Management zur erfolgreichen Implementierung des neuen Geschäftsmodells.

Zusammenfassung: Subscription Commerce

Technische Herausforderungen



Komplexe IT-Infrastruktur

Aufbau einer skalierbaren, cloudfähigen Plattform für wiederkehrende Zahlungen und Abrechnungen.

Systemintegration

Nahtlose Verbindung von Shop, CRM, ERP und Payment – Daten müssen in Echtzeit fließen.

Automatisierte Abrechnung

Dynamische Preis-, Rabatt- und Nutzungsmodelle müssen fehlerfrei verarbeitet werden.

Datensicherheit & Compliance

Schutz personenbezogener Daten, DSGVO-Konformität und sichere Zahlungsabwicklung.

Transparenz & Monitoring

Laufende Kontrolle von Nutzung, Performance und Churn – erfordert leistungsfähige Analytics.

Flexibilität & Anpassbarkeit

Systeme müssen sich einfach an neue Tarife, Services oder Märkte anpassen lassen.

Zusammenfassung: Subscription Commerce

Chancen und Möglichkeiten



Planbare Umsätze

Wiederkehrende Zahlungen schaffen stabile, kalkulierbare Einnahmen.

Kundenbindung & CLV

Dauerhafte Beziehungen statt Einzelkäufe ermöglichen tiefere Loyalität. Abo-Modelle verlängern den Ertragszeitraum pro Kunde.

Kundendaten & Innovation

Laufende Nutzung liefert wertvolle Insights für Personalisierung und Upselling. Feedbackschleifen aus der Nutzung fördern kontinuierliche Produktverbesserung.

Schnellere Markteinführung

Digitale Services lassen sich durch flexible Plattformen einfacher skalieren.

Geringere Preissensibilität

Nutzer zahlen für Nutzen und Komfort statt für Besitz – dies steigert die Zahlungsbereitschaft.

Nachhaltige Kundenbeziehungen

Fokus auf Service, Vertrauen und langfristige Zufriedenheit.



Subscription Commerce **transformiert Geschäftsmodelle** von Transaktion zu Beziehung – wer diese Veränderung geschickt steuert, baut planbare Erträge auf, bindet Kunden **langfristig** und setzt Daten gezielt für Innovation ein

Ohne skalierbare, sichere und integrierte IT-Lösungen lässt sich kein stabiles Subscription-Modell aufbauen – **Technologie ist hier der Schlüssel**, nicht das Beiwerk

Vielen Dank für die Aufmerksamkeit



LinkedIn 

ShopStrategen ECC GmbH
Hohe Bleichen 28
D-20354 Hamburg

Standort Bielefeld:
Detmolder Straße 30
D-33604 Bielefeld

Ansprechpartner:
Nico Klostermann
Tel.: +49 151 423 823 21
Mail: nico.klostermann@shopstrategen.de