eEvolution®
CONNECTING BUSINESS TO SUCCESS



Shopware für den perfekten Neustart

Erfolgreiche Strategien für Ihren Shop-Relaunch



Whitepaper „Erfolgreiche Strategien für Ihren Shop-Relaunch“

Modernisierung für Ihren E-Commerce-Erfolg 4

Wann wird ein Shop-Relaunch notwendig? 5

Die größten Herausforderungen beim Shop-Relaunch 6

Warum Shopware die ideale Plattform für Ihren Relaunch 8

Erfolgreiche Relaunch-Strategien:
Ein praxisorientierter Fahrplan 10

Handlungsempfehlungen und Best Practices 12

Langfristige Perspektiven und Erfolgsfaktoren 13

Neustart mit Wirkung:
Eine Erfolgsgeschichte aus der Praxis 14

Über eEvolution 15



Modernisierung für Ihren E-Commerce-Erfolg

Ihr Online-Shop ist das Herzstück Ihres digitalen Geschäfts. Mit fortschreitender Technologie, sich wandelnden Kundenbedürfnissen und veränderten Marktbedingungen ist es oft notwendig, den Shop zu modernisieren – technisch, strategisch und gestalterisch. Ein gezielter Shop-Relaunch eröffnet dabei nicht nur Chancen, bestehende Schwächen zu beheben, sondern auch neue Potenziale auszuschöpfen.

Dieses Whitepaper zeigt Ihnen auf, wie Sie mit Shopware als leistungsfähiger Basis nicht nur ihren Shop modernisieren, sondern eine E-Commerce-Plattform schaffen, die bereit für die Zukunft ist. Profitieren Sie von unseren Erkenntnissen aus mehr als 100 erfolgreichen Relaunch-Projekten. Wir zeigen Ihnen, wie Sie Schritt für Schritt aus einem alten Shop eine moderne Erfolgsgeschichte machen.

Wann wird ein Shop-Relaunch notwendig?

Es gibt verschiedene Anzeichen und Faktoren, die auf einen notwendigen Relaunch hindeuten. Wir haben Ihnen hier die wichtigsten Gründe zusammengefasst.

Wenn veraltete Technologie zum Stolperstein wird Ihr Shop ist langsam, auf Mobilgeräten nicht full responsive und fühlt sich einfach nicht mehr zeitgemäß an? Veraltete Technologien kosten Tag für Tag Umsatz – durch ungeduldige Nutzer, schlechte Rankings und ineffiziente Prozesse.

- **Performance-Probleme:** Langsame Ladezeiten sind nicht nur frustrierend, sie sind Conversion-Killer. Jede Sekunde zählt.
- **Mobile First ist Pflicht:** Heute shoppen über 60 % der Nutzer mobil. Wer hier nicht optimal aufgestellt ist, verliert.
- **Veraltete Architektur:** Viele Shops sind historisch gewachsen – aber nicht mitgewachsen. Technische „Altlasten“ behindern Geschwindigkeit, Innovation, IT-Sicherheit und Skalierbarkeit.

Wenn der Shop nicht mehr verkauft – trotz gutem Produktsortiment

Die besten Produkte nützen wenig, wenn der Shop sie nicht überzeugend präsentiert oder die Nutzerführung verwirrt. Hier verschenken viele Unternehmen enormes Potenzial.

- **SEO-Probleme:** Google liebt logisch strukturierte, moderne Shops. Veraltete Plattformen hingegen verschwinden im Ranking und neue Kunden bleiben weg.
- **Kaufabbrüche vermeiden:** Der Nutzer sollte intuitiv durch den Shop geführt werden. Jeder Klick sollte den Kunden näher zum Kaufabschluss bringen.
- **Emotionale User Experience:** Nutzer wollen nicht nur kaufen, sondern sich dabei gut fühlen. Modernes Design und intuitive Navigation spielen dabei eine Schlüsselrolle.

Wenn das Unternehmen sich weiterentwickelt – und der Shop nichthinterherkommt

Neue Produkte, neue Märkte, neues Branding – aber der Shop zeigt noch das Bild von „gestern“? Dann wird es Zeit, dass Ihr digitaler Auftritt Ihre aktuelle Unternehmensrealität widerspiegelt.

- **Markenrelaunch:** Ein moderner Look allein reicht nicht – der Shop muss die Markenwerte spürbar machen.
- **Rechtliche Anforderungen:** Neue Gesetze wie das Barrierefreiheitsstärkungsgesetz betreffen zunehmend den E-Commerce. Wer hier nicht vorbereitet ist, riskiert mehr als nur Abmahnungen.

Wenn fehlende Integrationen eine Automatisierung verhindern

Die Welt draußen dreht sich schnell – und drinnen kämpft man mit Excel-Listen, doppelt gepflegten Daten und Schnittstellen, die nicht funktionieren? Dann wird es höchste Zeit für integrierte Prozesse.

- **ERP-Integration:** Ein Shop ohne reibungslosen, bidirektionalen Datenaustausch mit einem ERP-System oder einer Warenwirtschaft ist ineffizient und fehleranfällig.
- **Automatisierung spart Kosten:** Wo Prozesse digitalisiert werden, gewinnen Teams Zeit – und Unternehmen Geschwindigkeit.



Die größten Herausforderungen beim Shop-Relaunch – und wie Sie sie meistern

Ein Shop-Relaunch ist kein simpler Umbau – es ist eher wie ein kompletter Neustart auf einer lebendigen Bühne, während der Vorhang bereits geöffnet ist. Technisch anspruchsvoll, organisatorisch herausfordernd – aber mit der richtigen Strategie auch eine große Chance.

Die Technik: komplex, aber beherrschbar

Datenmigration – Ihre digitale Schatztruhe richtig übertragen

Die größte Angst vieler Unternehmen beim Relaunch: der Verlust von Daten. Kundenprofile, Bestellhistorie, Produktdaten – das ist Ihr digitales Kapital. Die Herausforderung besteht darin, diese Werte sicher und verlustfrei in die neue Welt zu überführen.

Was hilft: Frühzeitige Planung, Probeläufe und Tools zur automatisierten Migration. Mit Shopware und erfahrenen Partnern an der Seite wird dieser Schritt kalkulierbar.

Schnittstellen – das Rückgrat effizienter Prozesse

ERP, CRM, Payment, Versand – moderne Online-Shops sind Knotenpunkte vieler Systeme. Eine saubere Anbindung ist entscheidend.

Was hilft: API-First-Ansätze wie bei Shopware. Sie machen Integrationen einfacher, schneller und zukunftssicher.

Skalierbarkeit und Performance – bereit für Wachstum

Ein Relaunch soll nicht nur das Heute abbilden, sondern das Morgen ermöglichen. Viele Shops brechen bei Trafficspitzen ein oder sind für neue Anforderungen technisch zu starr.

Was hilft: Headless-Architektur, Caching-Strategien und Cloud-Infrastruktur. Alles, was Ihren Shop elastisch macht – und bereit für mehr.



Die Organisation: Der Mensch im Mittelpunkt

Effizientere Abläufe – jetzt ist der Moment

Viele Unternehmen nutzen den Relaunch als willkommene Gelegenheit, interne Prozesse zu überdenken: von der Produktpflege bis zur Auftragsabwicklung.

Was hilft: Prozesse nicht einfach „nachbauen", sondern neu denken. Und das mit der richtigen Technologie und klarer Zielsetzung.

Change Management – alle mitnehmen

Technik ist nur ein Teil des Wandels. Mindestens genauso wichtig: die Menschen. Mitarbeitende müssen den neuen Shop verstehen, akzeptieren und bedienen können.

Was hilft: Transparente Kommunikation, frühe Einbindung und Schulungen. Ein Relaunch kann nur gelingen, wenn intern alle mitziehen.

Die rechtliche Seite: sicher statt später teuer

Barrierefreiheit und Produktsicherheit

Ab 2025 gelten die Produktsicherheitsverordnung und das Barrierefreiheitsstärkungsgesetz für viele Shops. Wer diese Regelungen von Anfang an in den Relaunch integriert, spart später Kosten und Ärger.

Was hilft: Templates und Standards, wie sie Shopware bereits bietet. So wird gesetzliche Konformität zum Wettbewerbsvorteil.

Datenschutz und Sicherheit – ein Muss, kein Extra

Kundendaten sind Vertrauenssache – und rechtlich hochsensibel. Datenschutzverletzungen kosten heute nicht nur Geld, sondern vor allem Vertrauen.

Was hilft: DSGVO-konforme Plattformen, sichere Serverstrukturen, regelmäßige Updates und Audits. Ein sicherer Shop ist ein starker Shop.

Die Strategie: nicht nur neu – sondern besser

Ein Relaunch ohne schlüssiges Konzept ist wie eine Fahrt ins Blaue

Technik und Design sind wichtig – aber entscheidend ist, was Sie damit erreichen wollen: Kundenbindung, neue Märkte, mehr Conversions? Der Relaunch ist Ihre Bühne.

Was hilft: Eine klare Vision, abgestimmt mit Marketing und Vertrieb. Denn erst wenn Technik auf Strategie trifft, entsteht echte Wirkung.

Denken Sie weiter als bis zum Launch

Viele betrachten den Relaunch als Ziel. Doch eigentlich ist er der Anfang eines neuen Kapitels: kontinuierliches Monitoring, A/B-Tests, stetige Optimierung.

Was hilft: Ein starkes Setup mit Shopware, gepaart mit einem internen Team und einer erfahrenen Agentur, die auch nach dem Go-Live am Ball bleibt.



Warum Shopware die ideale Plattform für Ihren Relaunch ist

Ein Relaunch ist kein Kompromissprojekt. Es ist die Chance, neu zu denken – flexibler, schneller, zukunftssicher. Und genau dafür ist Shopware gemacht: ein führendes Out-of-the-Box Shopsystem, das nicht nur mitwächst, sondern vorangeht. Entwickelt in Deutschland, mit einem tiefen Verständnis für die Anforderungen des Marktes – und der klaren Vision, E-Commerce zum Erlebnis zu machen.

Große Flexibilität, die Freiheit schafft

Shopware ist keine Einheitslösung – sondern ein flexibles Baukastensystem. Vom Backend über das Design bis hin zu spezifischen Funktionen lässt sich alles individuell gestalten.

Was bedeutet das für Sie? Sie bauen keinen Shop von der Stange, sondern eine Lösung, die exakt zu Ihrem B2C oder B2B Geschäftsmodell passt. Mit zahlreichen geprüften Erweiterungen können Sie Ihren Shop genauso erstellen, wie Sie ihn brauchen. Die offene API-Architektur lässt dabei jede Individualisierung zu.

Technologie und Performance, die begeistern

Shopware ist nicht nur für den klassischen Webshop gedacht. Dank Headless-Ansatz und API-First-Strategie lässt sich Ihre Plattform nahtlos in bestehende Systemlandschaften einfügen – und für neue Kanäle öffnen: von Apps bis zu Marktplätzen. Das gibt Ihnen Spielraum für Innovationen, Wachstum und alles, was kommt.

Shopware liefert eine optimierte Codebasis, smarte Caching-Technologien und strukturierte Daten, die Ihre Sichtbarkeit in den Suchmaschinen und die User Experience verbessern. Das Ergebnis: mehr Besucher und mehr Umsatz.

Optimiertes Kundenerlebnis für mehr Umsatz

Die modularen Designmöglichkeiten und der Fokus auf Mobile-First-Ansätze ermöglichen eine durchgängig intuitive Benutzerführung – von der Startseite bis zum Checkout.

Mit personalisierte Produktempfehlungen basierend auf dem Surfverhalten oder bisherigen Käufen können Kunden gezielt angesprochen werden. Die gezielte Personalisierung erhöht die Relevanz der Angebote und fördert langfristige Beziehungen zu Kunden.

Mit Shopware 6 können Sie Ihren Online-Shop problemlos für verschiedene Länder, Sprachen und Währungen anpassen. Zudem lassen sich mit Shopware einfach attraktive und konversionsstarke Landing Pages erstellen, die Kunden anziehen und binden.

Shopware unterstützt eine Vielzahl an Zahlungsanbietern out-of-the-box – von PayPal über Klarna bis zu Stripe. So lassen sich regionale Vorlieben und internationale Anforderungen gleichermaßen bedienen.

Eingebaute Sicherheit und Compliance

Shopware wird kontinuierlich weiterentwickelt – mit Fokus auf Stabilität, IT-Sicherheit und gesetzliche Konformität. Mit Shopware setzen Sie auf DSGVO-Konformität und barrierefreie Templates, die dem Gesetz zur digitalen Barrierefreiheit gerecht werden.

Shopware bietet regelmäßige Sicherheitsupdates und Möglichkeiten zur Integration von Zwei-Faktor-Authentifizierung oder Web Application Firewalls.

Starke Community und stetige Weiterentwicklung

Eine lebendige Entwickler-Community, engagierter Kundensupport und ständige Weiterentwicklung machen Shopware zu einem Ökosystem, in dem Sie sich nie allein fühlen. Dadurch bleiben Sie stets am Puls der Zeit und können flexibel auf Veränderungen reagieren.

Erfolgreiche Relaunch-Strategien: Ein praxisorientierter Fahrplan

Ein Shop-Relaunch ist kein Sprung ins Unbekannte. Mit der richtigen Struktur und einem klaren Plan wird er zu einem kontrollierten, erfolgreichen Prozess – in dem Sie jederzeit wissen, wo Sie stehen und was als Nächstes kommt. Aus über 100 Projekten haben wir einen bewährten Fahrplan entwickelt, der sich in vier Phasen gliedert – jede davon mit klarem Fokus, konkreten Maßnahmen und dem Ziel, Sie sicher zum Go-Live zu führen.

Phase 1: Analyse & Zieldefinition – Klarheit als Startpunkt

Bevor eine einzige Zeile Code geschrieben wird, braucht es Klarheit: über Ihre Zielgruppe (B2C, B2B, D2C), Ihre technischen Anforderungen, Ihre Erwartungen an Wachstum und Skalierung.

- **Marktanalyse & Zielgruppenverständnis:** Wer sind Ihre Kunden heute – und wer zukünftig? Was macht der Wettbewerb? Welche Erwartungen sind (noch) nicht erfüllt?
- **Zieldefinition & KPIs:** Ohne messbare Ziele ist jeder Fortschritt Zufall. Definieren Sie klare Metriken für Erfolg: Conversion, Ladezeit, Kundenbindung und SEO-Performance.
- **Rechtliche & technische Bestandsaufnahme:** Wo gibt es Lücken in puncto Datenschutz, Barrierefreiheit oder Systemintegration? Jetzt ist der Moment, das ehrlich zu analysieren.

Phase 2: Konzeption & Planung – aus Ideen wird Struktur

Jetzt werden die Weichen gestellt: Wie soll der Shop funktionieren? Wie sollen Kunden sich bewegen, finden und kaufen? Und wie fügt sich der Shop in Ihre gesamte Systemlandschaft ein?

- **Strategische Roadmap entwickeln:** Ein gut geplanter Relaunch ist wie ein Bauprojekt. Klare Verantwortlichkeiten, realistische Zeitpläne & konkrete Meilensteine verhindern Stress & Chaos.
- **Technische Architektur konzipieren:** Welche Bestandteile bleiben, welche werden ersetzt? Wo wird Headless eingesetzt? Welche Schnittstellen müssen integriert werden?
- **UX & Design als Erfolgsfaktor:** Ein nutzerzentriertes, ansprechendes Design, kombiniert mit durchdachter User Experience (UX), macht den Unterschied – für Usability, Kundenbindung und Conversion. Mobile-First ist heute Pflicht, nicht Option.



Phase 3: Umsetzung & Integration – jetzt wird es konkret

Jetzt wird's technisch – aber auch spannend. Der neue Shop entsteht. Jedes Feature, jede Schnittstelle, jede Seite wird auf Herz und Nieren geprüft.

- **Datenmigration sicher umsetzen:** Kunden, Produkte, Bestellungen – Ihre digitalen Assets werden sauber und vollständig ins neue System übertragen – ohne Verluste oder Ausfälle.
- **Schnittstellen & Systeme verbinden:** ERP, CRM, Payment, Logistik – alle Systeme müssen reibungslos zusammenarbeiten.
- **Testing & Qualitätssicherung:** Kein Go-Live ohne gründliche Tests. Usability, Sicherheit, Geschwindigkeit – jedes Detail wird geprüft, um spätere Überraschungen zu vermeiden.

Phase 4: Go-Live & Optimierung – live gehen und dranbleiben

Der große Moment: Der neue Shop geht online. Doch der wahre Erfolg zeigt sich in den Wochen danach – wenn Daten sprechen und Kunden reagieren.

- **Launch mit Live-Monitoring:** Analysieren Sie Ladezeiten, Nutzerverhalten und Conversion beispielsweise mit Google Analytics 4. Nutzen Sie SEO Tools wie Sistrix zur Überwachung des Keywordrankings. So erkennen Sie Optimierungspotenziale sofort.
- **Nutzerfeedback einholen:** Kunden sind Ihre besten Berater. Hören Sie hin, testen und verbessern Sie. Agile Nachjustierung ist ein Zeichen von Qualität.
- **Kontinuierliche Weiterentwicklung:** Der Relaunch ist kein Endpunkt – er ist der Start. Jetzt beginnt die Phase des Feintunings mit dem Einsatz neuer Features und weiterer Schritte für den Ausbau Ihres Onlineshops.



Handlungsempfehlungen und Best Practices

Die Umsetzung eines Shop-Relaunches erfordert einen strategischen und systematischen Ansatz. Im Folgenden finden Sie konkrete Handlungsempfehlungen, die Ihnen dabei helfen, häufige Stolpersteine zu vermeiden und den Erfolg Ihres Projekts sicherzustellen:

Ziele präzise formulieren

Eine klare Zielsetzung ist der erste Schritt zu einem erfolgreichen Relaunch. Legen Sie fest, welche Kennzahlen verbessert werden sollen und welche Anforderungen Ihr neuer Shop erfüllen muss.

Alle Stakeholder ins Boot holen

Ein Relaunch betrifft verschiedene Abteilungen – von IT und Marketing bis hin zu Vertrieb und Kundenservice. Ein interdisziplinäres Team stellt sicher, dass alle Aspekte berücksichtigt werden.

Realistischen Zeitplan erstellen

Technische Hürden, unklare Anforderungen, verzögerte Freigaben – bei fast jedem Relaunch kommt es zu Überraschungen. Wer keinen zeitlichen Puffer hat, gerät unter Druck. Planen Sie genügend Zeit für Tests, Optimierungen und eventuelle Nachbesserungen ein.

Zukunftssichere Technologien auswählen

Investieren Sie in eine Plattform, die nicht nur den aktuellen Ansprüchen genügt, sondern auch in Zukunft skalierbar und erweiterbar ist. Shopware bietet hier einen technologischen Vorsprung durch innovative Ansätze wie die Headless-Architektur und den API-First-Ansatz.

Mit Profis zusammenarbeiten

Die Zusammenarbeit mit einem erfahrenen Dienstleister wie eEvolution sichert nicht nur einen reibungslosen Ablauf, sondern auch den Transfer von Know-how und Best Practices in Ihr Unternehmen.

Nach dem Go-Live ist vor der Optimierung

Der Launch ist geschafft? Herzlichen Glückwunsch! Ab jetzt beginnt die Phase, in der Ihr Shop sich wirklich bewähren muss. Erfolgreiche Unternehmen bleiben auch nach dem Relaunch am Ball:

- Nutzerverhalten analysieren
- Feedback auswerten
- A/B-Tests durchführen
- Neue Features gezielt integrieren

Langfristige Perspektiven und Erfolgsfaktoren



Neben der unmittelbaren Umsetzung des Relaunches spielen auch längerfristige strategische Überlegungen eine entscheidende Rolle.

Die fortschreitende Digitalisierung und die stetige Entwicklung des E-Commerce setzen auf kontinuierliche Innovation. Wer das berücksichtigt, schafft nicht nur kurzfristige Verbesserungen – sondern legt die Grundlage für langfristigen Erfolg im digitalen Handel.

Kundenbindung entsteht durch ständige Verbesserung

Ein einmaliger Relaunch ist der Beginn eines fortlaufenden Prozesses. Sie erwarten Erlebnisse, Relevanz und echte Beziehung. Wer seinen Shop kontinuierlich weiterentwickelt, signalisiert: Wir hören zu und bleiben nicht stehen.

- Personalisierte Angebote
- Optimierte Checkout-Prozesse
- Kundenfeedback ernst nehmen – und handeln

Daten als Treibstoff für smarte Entscheidungen

Ein moderner Shop liefert täglich wertvolle Daten – über Verhalten, Vorlieben, Abbrüche, Touchpoints. Diese Daten sind kein Selbstzweck, sondern Ihr strategisches Kapital.

- Was klicken Nutzer – und warum?
- Wo verlassen sie den Kaufprozess – und
- wie kann man sie halten?
- Welche Produkte laufen – und welche nicht?

Anpassungsfähigkeit wird zum Wettbewerbsvorteil

Die Fähigkeit, schnell und flexibel auf Marktveränderungen zu reagieren, wird zunehmend zum entscheidenden Wettbewerbsvorteil. Eine offene und skalierbare Systemarchitektur – wie sie Shopware bietet – garantiert, dass Ihr Shop auch in Zukunft flexibel und anpassungsfähig bleibt.

Innovation als Haltung – nicht als Ausnahme

Die besten E-Commerce-Unternehmen sind nicht nur technisch exzellent – sie sind auch mutig. Sie testen, lernen, verbessern. Und sie denken immer einen Schritt weiter: Was braucht unser Kunde morgen?
Setzen Sie auf innovative Technologien und Geschäftsmodelle, um sich im zunehmend umkämpften Online-Markt zu positionieren. Die fortlaufende Integration neuer Features und Technologien stärkt Ihre Position als Vorreiter im E-Commerce. Shopware wird sie bei der Umsetzung neuer Ideen immer mit cleveren Lösungen unterstützen.

Neustart mit Wirkung: Eine Erfolgsgeschichte aus der Praxis

Ein durchdachter Relaunch mit Shopware ist nicht einfach ein technisches Projekt. Er ist ein Statement. Für mehr Kundenzentrierung. Für mehr Zukunftssicherheit. Für mehr Markterfolg.

Die Erfahrung machte auch Biozym Scientific GmbH, ein Spezialist für Medizin- und Forschungshandel. Sie setzten bereits früh auf Digitalisierung – doch für das nächste Wachstum im Onlinegeschäft war ein moderner Relaunch unverzichtbar.

Mit Shopware und der bidirektionalen Anbindung an das ERP-System eEvolution Hive9 wurde ein leistungsstarker B2B-Shop geschaffen, der komplexe Artikelvarianten und individuelle Kundenlogins auf höchstem Niveau abbildet.

Besonders herausfordernd war die exakte Nachbildung bestehender Bestellprozesse und Berechtigungsstrukturen – inklusive Rollensystemen, Budgetgrenzen und kundenspezifischer Preislogik. In einer Pilotphase mit ausgewählten Kunden wurde der Shop praxiserprobt und feinjustiert. Heute erleben Biozym-Kunden ein personalisiertes, effizientes Einkaufserlebnis – passgenau auf ihre Bedürfnisse zugeschnitten.

Shopware bringt alles für den weiteren Erfolgskurs mit: technologische Exzellenz, maximale Flexibilität, rechtliche Sicherheit – und ein Ökosystem, das mitwächst. Durch die Zusammenarbeit mit einer erfahrenen Shopware-Agentur profitieren Sie von Expertise und vermeiden kostspielige Fehler.



eEvolution®
CONNECTING BUSINESS TO SUCCESS

Ganzheitliche Shopware-Lösungen für den digitalen Mittelstand

Seit über 30 Jahren ist eEvolution der starke Partner für mittelständische Unternehmen im digitalen Wandel. Unser ERP-System eEvolution Hive9 ist das Rückgrat zahlreicher erfolgreicher Geschäftsmodelle – und unsere E-Commerce-Kompetenz im Bereich Shopware macht uns zum idealen Begleiter für Ihren Shop-Relaunch.

Wir denken mit, wir entwickeln mit – und wir gehen mit Ihnen den gesamten Weg: von der strategischen Beratung über die technische Umsetzung bis zur langfristigen Weiterentwicklung.

Lassen Sie uns gemeinsam Ihren Online-Shop zur Erfolgsgeschichte machen. Vereinbaren Sie jetzt ein kostenloses Erstgespräch.

info@eevolution.de +49 (0) 51 21–28 06 72 www.eevolution.de



eEvolution®
CONNECTING BUSINESS TO SUCCESS

eEvolution ERP GmbH & Co. KG
Speicherstraße 9
31134 Hildesheim

Telefon: +49 (0) 51 21–28 06 72
E-Mail: info@eevolution.de

www.eEvolution.de

©2026 eEvolution ERP GmbH & Co. KG.
Alle Rechte vorbehalten. eEvolution sowie das eEvolution Logo sind eingetragene Markennamen der eEvolution ERP GmbH & Co. KG. Alle anderen Markennamen sind Eigentum der jeweiligen Rechteinhaber. Technische, formale und druckgrafische Änderungen vorbehalten. Stand: Oktober 2026.