

Shopify vs. WooCommerce 2026: Was für deutsche KMU besser passt

Kosten, DSGVO, Zahlungsanbieter und Skalierbarkeit - ein ehrlicher Vergleich für kleine Händler ohne Agentur

Sonja Wehrle · 12.08.2026

Ein Schreiner aus dem Münsterland rief mich letztes Jahr an, weil sein WooCommerce-Shop nach einem WordPress-Update komplett eingefroren war - mitten in der Vorweihnachtszeit, vier Tage vor dem 20. Dezember. Kein Checkout, keine Bestellungen, kein Support außer einem Forum-Thread aus 2021. Auf der anderen Seite kenne ich eine Keramikmanufaktur aus dem Westerwald, die seit drei Jahren Shopify nutzt und jeden Monat 89 Euro dafür bezahlt - für einen Umsatz von knapp 4.000 Euro. Das frisst Marge.

Beide Szenarien sind real, beide ließen sich vermeiden. Die Frage ist nicht, welches System objektiv besser ist. Die Frage ist: Welches System passt zu deinem Betrieb, deinem technischen Know-how und deinem Budget? Dieser Artikel gibt dir eine ehrliche Antwort - ohne Affiliate-Interessen, ohne Marketing-Sprech.

Was die beiden Systeme grundlegend unterscheidet

WooCommerce ist ein kostenloses Plugin für WordPress. Du installierst es auf einem eigenen Webhosting, du besitzt die Software, du bist für Updates, Sicherheit und Backups selbst verantwortlich. Das klingt erst mal nach Freiheit - und das ist es auch. Aber Freiheit kostet Zeit.

Shopify ist eine Software-as-a-Service-Plattform (SaaS). Du mietest den Shop, Shopify kümmert sich um Server, Updates, Sicherheitszertifikate und Ausfallsicherheit. Du zahlst monatlich, egal ob du viel oder wenig verkaufst. Das klingt erst mal nach Komfort - und das ist es auch. Aber Komfort kostet Geld.

Der grundlegende Unterschied lässt sich so zusammenfassen:

- WooCommerce: Open Source, maximale Kontrolle, technischer Aufwand liegt bei dir
- Shopify: Managed Platform, geringer technischer Aufwand, Abhängigkeit vom Anbieter
- WooCommerce: Einmalige Kosten plus laufendes Hosting, kein Revenue-Share (außer bei Stripe/PayPal)
- Shopify: Monatliche Abo-Gebühr, zusätzliche Transaktionsgebühren wenn du nicht Shopify Payments nutzt
- WooCommerce: Tausende Plugins, aber Kompatibilitätsprobleme möglich
- Shopify: App Store mit kuratiertem Angebot, stabilere Integrationen

Das ist kein Urteil, das ist die Ausgangslage. Jetzt gehen wir ins Detail.

Kostenvergleich: Was du wirklich bezahlst

Lass uns konkret werden, denn die meisten Vergleiche rechnen hier unehrlich.

WooCommerce - die realen Kosten

Das Plugin selbst ist kostenlos. Was du brauchst: ein WordPress-Hosting, eine Domain, ein SSL-Zertifikat und wahrscheinlich ein paar Premium-Plugins. Ein vernünftiges Managed WordPress-Hosting bei Anbieter wie Raidboxes oder Kinsta kostet zwischen 15 und 40 Euro pro Monat für kleine Shops. Dazu kommen:

Das klingt günstig. Aber: Wenn du nicht selbst Hand anlegen kannst, kommt ein Entwickler dazu. Eine Stunde WordPress-Entwicklung in Deutschland kostet 2026 zwischen 70 und 120 Euro. Wer zweimal im Jahr Hilfe braucht, zahlt schnell 500 Euro extra.

Shopify - die realen Kosten

Shopify hat drei Hauptpläne. Der Basic-Plan kostet 29 Euro pro Monat (348 Euro/Jahr), der Shopify-Plan 79 Euro (948 Euro/Jahr), der Advanced-Plan 299 Euro (3.588 Euro/Jahr). Dazu kommen:

Wichtig: Die Transaktionsgebühr von 2 % (Basic-Plan) entfällt, wenn du Shopify Payments nutzt. In Deutschland ist Shopify Payments seit einigen Jahren verfügbar und akzeptiert Kreditkarte, Klarna, Apple Pay und Google Pay. Wer Shopify Payments nutzt, zahlt keine zusätzliche Transaktionsgebühr - nur die üblichen Zahlungsanbieter-Gebühren (ca. 1,5-2,9 % + 0,25 € pro Transaktion).

Fazit Kosten: Bei sehr kleinen Umsätzen unter 3.000 Euro/Monat ist WooCommerce günstiger. Ab ca. 5.000 Euro/Monat Umsatz gleichen sich die Kosten an, weil bei WooCommerce Wartung und Plugin-Lizenzen steigen.

DSGVO und Rechtssicherheit in Deutschland

Das ist der Punkt, bei dem viele Tutorials aus den USA oder der Schweiz versagen. Deutschland hat spezifische Anforderungen: Impressumspflicht, DSGVO-konforme Datenschutzerklärung, Widerrufsrecht, AGB - und das alles muss aktuell sein, nicht nur bei der Eröffnung.

WooCommerce und deutsches Recht

WooCommerce selbst bringt keine rechtssicheren Texte mit. Du brauchst ein Plugin wie Germanized for WooCommerce (kostenlose Basisversion, Pro-Version ab ca. 69 Euro/Jahr). Germanized ergänzt Pflichtfelder im Checkout, Lieferzeiten, Preisangaben nach PAngV und die Widerrufsinformationen. Kombiniert mit einem Abonnement bei der IT-Recht Kanzlei (ab 9,90 Euro/Monat) oder dem Händlerbund bekommst du rechtssichere Texte, die automatisch aktualisiert werden.

Das funktioniert gut - wenn du es einrichtest. Ich habe Shops gesehen, bei denen Germanized installiert war, aber falsch konfiguriert. Lieferzeiten fehlten, die Widerrufsbelehrung war nicht verlinkt. Im Zweifel: Einmalig von einem deutschen E-Commerce-Anwalt prüfen lassen. 150-300 Euro sind besser als eine Abmahnung.

Shopify und deutsches Recht

Shopify hat in den letzten Jahren stark nachgebessert. Es gibt offizielle Integrationen mit dem Händlerbund und der IT-Recht Kanzlei direkt aus dem App Store. Die Grundstruktur des Checkouts ist DSGVO-kompatibel konfigurierbar, Cookie-Banner lassen sich über Apps wie Consentmo einbinden.

Was Shopify aber nicht von Haus aus mitbringt: die deutschen Pflichtangaben nach PAngV, Grundpreisangaben bei Produkten nach Gewicht oder Volumen, und korrekte Lieferzeitangaben. Auch hier brauchst du Plugins - entweder den offiziellen Händlerbund-Connector oder eine ähnliche Lösung.

Beide Systeme sind in Deutschland rechtssicher betreibbar - aber keines liefert das out of the box. Du musst aktiv konfigurieren. Der Unterschied: Bei WooCommerce gibt es mehr Stellschrauben, die auch mehr Fehlerquellen bedeuten.

Zahlungsanbieter: Was deutsche Kunden wirklich nutzen

In Deutschland ist die Zahlungslandschaft anders als in den USA. Kreditkarten sind weniger dominant, PayPal ist extrem wichtig, und Klarna (Rechnungskauf) ist für viele Kunden ein Kaufargument. Wer keinen Rechnungskauf anbietet, verliert nachweislich Conversions - besonders bei Erstkäufern über 40.

Zahlungsanbieter bei WooCommerce

WooCommerce ist offen für fast jeden Zahlungsanbieter. Die wichtigsten Optionen für Deutschland:

- PayPal Payments: Offizielles Plugin, kostenlos, deckt PayPal, Kreditkarte und SEPA ab
- Stripe: Modernes Plugin, unterstützt Klarna, Apple Pay, Google Pay, SEPA-Lastschrift
- Mollie: Sehr beliebt in der DACH-Region, einfache Einrichtung, guter Support auf Deutsch
- PAYONE: Für größere Händler mit Bankkonto-Lastschrift und spezifischen deutschen Anforderungen
- Klarna direkt: Eigenes Plugin für Rechnungs- und Ratenkauf

Du kannst mehrere Anbieter parallel nutzen und hast volle Kontrolle über Gebührenstrukturen. Mollie ist 2026 für kleine deutsche Shops eine der besten Optionen - keine Monatsgebühr, Abrechnung per Transaktion, deutscher Support.

Zahlungsanbieter bei Shopify

Shopify Payments deckt in Deutschland Kreditkarte, Klarna, Apple Pay, Google Pay und Shop Pay ab. Das reicht für viele Shops. Wer zusätzlich Mollie oder einen anderen Anbieter einbinden will, zahlt auf dem Basic-Plan 2 % Transaktionsgebühr extra - das macht externe Anbieter teuer.

Praktisch bedeutet das: Auf Shopify bist du stark auf Shopify Payments angewiesen. Das ist meistens kein Problem, aber es ist eine Abhängigkeit. Wenn Shopify Payments einen Käufer als Risiko einstuft und eine Zahlung hält (was passiert, auch wenn selten), hast du wenig Handlungsspielraum.

Skalierbarkeit: Was passiert, wenn du wächst

Stellen wir uns vor, du startest mit 50 Produkten und 20 Bestellungen pro Monat. In zwei Jahren hast du 300 Produkte, 500 Bestellungen pro Monat, vielleicht ein B2B-Segment und einen Amazon-Kanal dazu. Was dann?

Skalierung mit WooCommerce

WooCommerce skaliert technisch gut - wenn das Hosting mitskaliert. Ein günstiges Shared-Hosting bricht bei hohem Traffic zusammen. Du brauchst dann ein leistungsstärkeres Paket oder einen dedizierten Server. Das kostet, aber du zahlst nur, was du brauchst.

Für B2B-Funktionen (Kundengruppen, Staffelpreise, Angebote) gibt es ausgereifte Plugins wie WooCommerce B2B oder YITH WooCommerce Wholesale Prices. Für die Amazon-Anbindung funktionieren Tools wie Webgility oder das Plugin von Lengow. Multi-Währung, mehrsprachige Shops, komplexe Versandregeln - alles möglich, alles konfigurierbar.

Der Haken: Mehr Features bedeuten mehr Plugins, und mehr Plugins bedeuten mehr potenzielle Konflikte. Ich empfehle bei komplexen WooCommerce-Setups mindestens quartalsweise einen technischen Check.

Skalierung mit Shopify

Shopify ist darauf ausgelegt, mit dir zu wachsen, ohne dass du die Infrastruktur anfassen musst. Der Wechsel von Basic zu Shopify oder Advanced ist ein Klick. Die Plattform verarbeitet problemlos Tausende von Bestellungen pro Tag - das ist nicht dein Problem, das ist Shopifys Problem.

Shopify Markets erlaubt mehrsprachige und mehrwährungs-fähige Shops aus einer Oberfläche. Die Amazon-Anbindung läuft über den Shopify App Store (z. B. Codisto oder CedCommerce). Für B2B hat Shopify seit 2024 deutlich aufgeholt - Shopify Plus bietet native B2B-Funktionen, kostet aber ab 2.300 Euro/Monat. Für KMU ist das nicht relevant.

Shopify ist der einfachere Weg nach oben - solange du im Shopify-Ökosystem bleibst. WooCommerce ist der flexiblere Weg, wenn du spezifische Anforderungen hast oder nicht in eine Plattformabhängigkeit geraten willst.

Typische Fehler beim Systemwechsel

Ich habe in den letzten Jahren Dutzende Shops migriert - von WooCommerce zu Shopify und umgekehrt. Dabei sehe ich immer wieder die gleichen Fehler.

Fehler 1: Kosten nur auf Monatsgebühr reduzieren

"Shopify kostet 29 Euro, WooCommerce ist kostenlos