

WooCommerce vs Shopify 2026: Ehrlicher Vergleich für KMU

Kosten, DSGVO, Bedienung und Erweiterbarkeit - was wirklich zählt, wenn du deinen Shop selbst betreibst

Markus Dallner · 12.08.2026

Als ich 2014 meinen ersten Onlineshop für Handwerksprodukte aufgemacht habe, war die Entscheidung einfach: WooCommerce, weil kostenlos. Ich habe nicht weiter nachgedacht. Drei Jahre später bin ich fast auf Shopify gewechselt - und dann doch nicht. Heute, mit über 200 Bestellungen im Monat und einem parallelen Amazon-Kanal, kann ich dir sagen, warum diese Entscheidung mehr Auswirkungen hat als die meisten Leute ahnen. Und warum die Antwort 2026 immer noch nicht pauschal ist.

Die Ausgangslage: Was du wirklich vergleichst

WooCommerce und Shopify sind grundverschiedene Philosophien, nicht nur unterschiedliche Software. WooCommerce ist ein Plugin für WordPress - du installierst es auf einem eigenen Webserver, du bist Eigentümer aller Daten, du trägst die technische Verantwortung. Shopify ist ein vollständig gehosteter Dienst - du mietest quasi eine fertige Ladeninfrastruktur, bezahlst monatlich und kümmerst dich nicht um Server, Updates oder Backups.

Das klingt erstmal nach einem klaren Vorteil für Shopify. Ist es aber nicht unbedingt. Denn wer die Kontrolle abgibt, zahlt dafür - manchmal mit Geld, manchmal mit Flexibilität, manchmal mit beidem.

Für einen Schreiner aus Freiburg, der 30 Produkte verkauft und keine Zeit für Technik hat, ist das eine andere Rechnung als für einen Manufakturbetrieb mit 300 SKUs, eigenem Lager und individuellem Checkout-Prozess.

Die echten Kosten - Zahlen, die du kennen musst

Fangen wir mit dem Punkt an, der die meisten überrascht: WooCommerce ist nicht kostenlos. Das Plugin selbst schon - aber der Rest kostet Geld. Hier eine realistische Kalkulation für einen kleinen Shop mit 50-150 Produkten:

Summe im ersten Jahr: Bei WooCommerce landest du realistisch bei 400-900 €, bei Shopify Basic bei 700-1.300 €. Kein riesiger Unterschied - aber Shopify wird deutlich teurer, sobald du mehr Features brauchst. Der nächste Plan (Shopify Standard) kostet 79 €/Monat, also fast 950 € im Jahr, nur für die Plattform.

Was viele übersehen: Shopify verlangt bei externen Zahlungsanbietern zusätzliche Transaktionsgebühren von 1 % (Basic), 0,5 % (Standard) oder 0,25 % (Advanced). Das summiert sich schnell. Bei 10.000 € Monatsumsatz und PayPal sind das 100 € extra - jeden Monat.

Bedienung: Wer kommt schneller zum laufenden Shop?

Ehrlich gesagt: Shopify. Wer noch nie einen Onlineshop betrieben hat, ist mit Shopify

in 2-3 Tagen live - mit echten Produkten, echtem Checkout, echten Zahlungen. Das ist ein realer Vorteil, den ich nicht kleinreden will.

WooCommerce braucht mehr Vorlauf. Du musst WordPress verstehen, ein Theme auswählen, WooCommerce installieren, konfigurieren, Zahlungsanbieter einbinden, Versandoptionen einstellen. Das dauert - je nach Vorkenntnissen - eine bis drei Wochen, wenn du es sauber machen willst. Ich habe damals drei Wochenenden dafür gebraucht, und ich hatte schon etwas WordPress-Erfahrung.

Was Shopify besser macht

- Onboarding ist intuitiv - auch ohne technisches Vorwissen
- Themes sind direkt responsiv und sehen professionell aus
- Der App Store ist riesig und gut kuratiert
- Support ist 24/7 erreichbar (auf Englisch)
- Checkout-Prozess ist schnell und conversion-optimiert

Was WooCommerce besser macht

- Volle Kontrolle über Datenbankstruktur, Templates, Logik
- Keine Plattformabhängigkeit - du kannst den Hoster wechseln
- Tausende kostenlose Plugins für fast jeden Anwendungsfall
- Besser integrierbar mit deutschen Zahlungsanbietern und Warenwirtschaft
- Keine versteckten Transaktionsgebühren

Wer Shopify wählt, kauft sich Zeit. Wer WooCommerce wählt, kauft sich Freiheit. Beides hat seinen Preis.

DSGVO und Datenschutz: Der kritische Punkt für Deutschland

Hier wird es für viele kleine Unternehmen unangenehm. Und ich meine das ernst - das ist nicht nur Bürokratie, das ist ein echtes Haftungsrisiko.

Shopify ist ein US-amerikanisches Unternehmen mit Servern in den USA und Kanada. Seit dem Schrems-II-Urteil 2020 und der anhaltenden Rechtsunsicherheit beim Datentransfer in Drittstaaten ist der Betrieb eines Shopify-Shops aus Deutschland mit DSGVO-Anforderungen technisch möglich - aber nicht trivial. Du musst einen detaillierten Auftragsverarbeitungsvertrag (AVV) mit Shopify abschließen, in deiner Datenschutzerklärung transparent auf die Datenübertragung in die USA hinweisen und sicherstellen, dass alle eingebundenen Apps ebenfalls DSGVO-konform sind.

Shopify hat auf den Druck der europäischen Märkte reagiert und bietet seit 2023 die Möglichkeit, Kundendaten auf europäischen Servern zu speichern - aber das ist kein Automatismus, du musst es aktiv konfigurieren. Und nicht alle Shopify-Apps folgen diesem Weg.

Ich habe 2022 von einem Handwerksbetrieb aus Bayern gehört, der wegen einer fehlenden Einwilligung für Google Fonts auf seiner Shopify-Seite eine Abmahnung bekommen hat. Das klingt absurd, ist aber passiert. Bei WooCommerce hätte er Google Fonts einfach lokal eingebunden - bei Shopify war das damals nur mit Umwegen möglich.

WooCommerce läuft auf einem deutschen oder europäischen Server deiner Wahl. Du entscheidest, welche Daten wo gespeichert werden. Mit einem Hoster wie Raidboxes

(Server in Deutschland, ISO-zertifiziert) bist du datenschutztechnisch auf deutlich sichererem Boden. Du brauchst trotzdem eine saubere Datenschutzerklärung, einen AVV mit dem Hoster und korrekt konfigurierte Cookies - aber du hast die Kontrolle.

Für gewerbliche Händler in Deutschland, die auch B2B-Kunden haben und mit sensiblen Daten arbeiten, ist WooCommerce auf einem deutschen Server 2026 die unkompliziertere DSGVO-Lösung.

Erweiterbarkeit: Wenn dein Shop wächst

Am Anfang reicht fast jedes System. Die Frage ist: Was passiert, wenn du von 30 auf 300 Produkte wächst? Wenn du Rabattgruppen für Stammkunden brauchst? Wenn du dein Lager mit dem Shop verbinden willst?

Shopify bei Wachstum

Shopify skaliert technisch gut - das stimmt. Aber du skalierst immer innerhalb der Shopify-Infrastruktur. Wenn du eine Funktion brauchst, die keine App abbildet, hast du ein Problem. Die Shopify-eigene Template-Sprache Liquid ist lernbar, aber sie hat Grenzen. Individuell entwickelte Funktionen kosten bei Shopify mehr als bei WooCommerce, weil du immer in den Shopify-Rahmen bleiben musst.

Außerdem: Wenn Shopify entscheidet, eine Funktion aus dem kostenlosen Bereich in den bezahlten zu verschieben - oder eine App, die dein tägliches Geschäft läuft, plötzlich den Preis verdoppelt - hast du wenig Verhandlungsspielraum. Das ist passiert, und es wird wieder passieren.

WooCommerce bei Wachstum

WooCommerce wächst mit dir - technisch gesehen fast unbegrenzt. Ich habe meinen Shop von einer einfachen Produktseite zu einem System mit automatischer Lageranbindung, B2B-Preisgruppen und Amazon-Synchronisierung ausgebaut. Das war nicht immer einfach, aber es war möglich - ohne Plattformwechsel.

Der Haken: Je komplexer dein Shop wird, desto mehr technisches Verständnis brauchst du - oder du brauchst jemanden, der dir hilft. Ein Freelancer-Entwickler für WooCommerce kostet 60-100 € pro Stunde. Das ist kein Kleingeld, aber du zahlst einmalig für eine Funktion, nicht monatlich für eine App.

Amazon-Integration: Wer macht es einfacher?

Das ist ein Punkt, der für viele meiner Leser relevant ist - weil ich selbst parallel auf Amazon.de verkaufe. Beide Systeme lassen sich mit Amazon verbinden, aber der Weg ist unterschiedlich.

Für Shopify gibt es den offiziellen Amazon-Vertriebskanal direkt im App Store. Er ist einfach einzurichten, synchronisiert Bestände und Bestellungen, funktioniert aber nur mit Amazon.com und einigen europäischen Marktplätzen - und er hat Einschränkungen bei Produktvarianten und Kategorien, die du in der Praxis schnell spürst.

Für WooCommerce gibt es Plugins wie WP-Lister Pro für Amazon (ca. 149 € einmalig) oder den Dienst Multichannels, die deutlich mehr Kontrolle geben. Ich nutze eine

Kombination aus WP-Lister und einer eigenen API-Anbindung, die ein Entwickler für mich gebaut hat. Das war ein einmaliger Aufwand von ca. 800 €, spart mir aber heute mehrere Stunden pro Woche.

Wenn du Amazon als gleichwertigen Kanal neben deinem Shop betreibst - nicht nur als Experiment - würde ich WooCommerce empfehlen. Die Flexibilität bei der Synchronisierung ist einfach größer.

Die Daten im Vergleich: Was Nutzer wirklich sagen

Ich habe mir für diesen Artikel Zahlen aus verschiedenen Quellen angeschaut - Nutzerbewertungen auf G2, Capterra und deutschen Foren wie Mein-Werkzeug.de und dem WooCommerce-Support-Forum. Das Bild ist eindeutiger als ich erwartet hatte.

Die Bewertungen stammen aus aggregierten Nutzerbefragungen, Stand Anfang 2026. Sie sind kein wissenschaftlicher Beweis, aber sie zeigen ein Muster: Shopify gewinnt bei Einstieg und Support, WooCommerce bei Anpassung und Kosten. Bei DSGVO ist der Unterschied aus deutscher Perspektive besonders auffällig.

Meine klare Empfehlung - je nach Situation

Ich sage dir nicht, was du hören willst. Ich sage dir, was ich nach zwölf Jahren eigener Erfahrung und vielen Gesprächen mit anderen kleinen Händlern für richtig halte.

Wähle Shopify, wenn...

- du maximal 100-150 Produkte hast und das mittelfristig nicht ändern wird
- du keine Zeit oder Lust auf Technik hast und lieber zahlst als lernst
- dein Shop ein Nebenprojekt ist, kein Hauptgeschäft
- du hauptsächlich an Privatkunden in Deutschland und Europa verkaufst
- du schnell live gehen willst - innerhalb von Tagen, nicht Wochen

Wähle WooCommerce, wenn...

- du langfristig wachsen willst und die Kontrolle über dein System behalten möchtest
- du auch B2B-Kunden hast und individuelle Preisstrukturen brauchst
- DSGVO-Konformität für dich kein Nice-to-have ist, sondern Pflicht
- du Amazon als gleichwertigen Kanal betreibst
- du bereit bist, ein Wochenende (oder zwei) in den Aufbau zu investieren
- du mittelfristig Kosten sparen willst und Transaktionsgebühren vermeiden möchtest

Ich selbst würde 2026 wieder WooCommerce wählen - und ich würde es auf Raidboxes hosten. Nicht weil Shopify schlecht ist, sondern weil meine Anforderungen (Amazon-Sync, B2B-Preisgruppen, volle Datenkontrolle) dort besser abgebildet sind. Für einen Freund, der Lederwaren aus seiner kleinen Werkstatt verkauft und null Interesse an Technik hat, habe ich letzte Woche trotzdem Shopify empfohlen. Weil er sonst gar nicht anfangen würde.

Was du als nächstes tun solltest

Bevor du eine Entscheidung triffst, beantworte dir diese drei Fragen ehrlich:

- Wie viel Zeit kann ich pro Monat in die Pflege meines Shops investieren? Wenn die Antwort unter zwei Stunden liegt, tendiere zu Shopify.
- Wie viel Umsatz mache ich (oder plane ich) pro Monat? Unter 3.000 € ist der Kostenunterschied gering. Über 10.000 € fangen die Transaktionsgebühren von Shopify an zu schmerzen.
- Verkaufe ich auch an Geschäftskunden oder verarbeite ich besonders sensible Daten? Dann ist WooCommerce auf einem deutschen Server die sicherere Wahl.

Kein System ist perfekt. Beide haben Ecken und Kanten, beide kosten mehr als gedacht, und bei beiden wirst du irgendwann fluchen. Der Unterschied ist, worüber du fluchst - und ob du es selbst lösen kannst oder auf jemand anderen angewiesen bist.

Das ist letztlich die eigentliche Frage hinter dem ganzen Vergleich.