

Online-Shop erstellen 2026: Schritt-für-Schritt für Einsteiger

Von der Systemwahl bis zum ersten Verkauf - konkrete Anleitung für Musikhändler und Hobbyverkäufer

Sandra Kreutz · 14.08.2026

Vor drei Jahren hat mir eine Schülerin erzählt, dass sie ihre alte Gitarrensammlung verkaufen will - zwölf Instrumente, darunter eine Takamine aus den Neunzigern, die sie seit Jahren nicht mehr anrührt. Sie hatte alles auf einem Flohmarkt angeboten, kaum Resonanz. Dann habe ich ihr geholfen, einen kleinen eigenen Shop aufzusetzen. Sechs Wochen später war die Takamine für 380 Euro weg, und drei weitere Gitarren hatten neue Besitzer gefunden. Seitdem bekomme ich regelmäßig dieselbe Frage: Wie macht man das eigentlich, einen Online-Shop erstellen - und zwar richtig?

Diese Anleitung beantwortet genau das. Ich schreibe hier nicht über theoretische E-Commerce-Konzepte, sondern über das, was ich selbst ausprobiert habe - beim Verkauf gebrauchter Instrumente, beim Aufbau kleiner Shops für Schüler und beim Vergleich verschiedener Plattformen. Wer 2026 einen eigenen Shop aufbauen will, hat mehr Möglichkeiten als je zuvor. Aber auch mehr Möglichkeiten, Zeit mit den falschen Entscheidungen zu verschwenden.

Überblick: Was einen Online-Shop 2026 ausmacht

Ein Online-Shop ist heute kein Projekt mehr, das Programmierkenntnisse voraussetzt. Die großen Shopsysteme haben sich so weit entwickelt, dass man innerhalb eines Wochenendes einen funktionsfähigen Shop stehen haben kann - inklusive Produktseiten, Warenkorb, Checkout und automatischer Steuerberechnung. Das klingt verlockend, und grundsätzlich stimmt es auch. Aber: Ein Shop, der wirklich verkauft, braucht mehr als ein paar Klicks.

Was unterscheidet einen guten Shop von einem mittelmäßigen? Erstens die Produktpräsentation. Zweitens die technische Zuverlässigkeit. Drittens das Vertrauen, das Käufer beim ersten Besuch spüren - oder eben nicht spüren. Gerade im Musikbereich, wo Käufer oft mehrere hundert Euro für ein gebrauchtes Instrument ausgeben, ist dieser Vertrauensaufbau entscheidend.

Die wichtigsten Shopsystem-Kategorien im Vergleich

Bevor man anfängt, sollte man verstehen, welche Art von System zu den eigenen Zielen passt. Es gibt drei grundlegende Kategorien:

- **Gehostete Systeme (SaaS):** Shopify, Jimdo Shop, Wix Stores - man zahlt eine monatliche Gebühr, kümmert sich nicht um Server oder Updates. Ideal für Einsteiger ohne technischen Hintergrund.
- **Open-Source-Systeme:** WooCommerce (WordPress-Plugin), PrestaShop - kostenlos in der Grundversion, aber man braucht eigenes Hosting und etwas technisches Verständnis. Mehr Kontrolle, mehr Aufwand.
- **Marktplatz-Shops:** Etsy, eBay, Amazon - kein eigener Shop im eigentlichen Sinne,

aber schneller Zugang zu einer bestehenden Kundschaft. Sinnvoll als Ergänzung, nicht als Ersatz.

Für jemanden, der zehn gebrauchte Keyboards verkaufen will, ist Shopify wahrscheinlich überdimensioniert. Für jemanden, der langfristig ein Sortiment von 200 Produkten aufbauen will, ist WooCommerce oft die bessere Wahl - wenn man bereit ist, etwas Zeit in die Einrichtung zu investieren.

Kosten realistisch einschätzen

Viele Einsteiger unterschätzen die laufenden Kosten. Hier eine realistische Übersicht für 2026:

Dazu kommen Kosten für eine eigene Domain (ca. 12-15 € pro Jahr), eventuell ein SSL-Zertifikat (bei vielen Hostern inklusive), und je nach System kostenpflichtige Plugins oder Themes. Wer mit einem Budget von 50 Euro pro Monat plant, kann einen soliden Shop betreiben - aber nicht mit allen Extras gleichzeitig.

Schritt 1: Shopsystem wählen und Domain sichern

Die Wahl des Shopsystems ist die wichtigste Entscheidung am Anfang - und gleichzeitig die, bei der die meisten Einsteiger zu viel Zeit verlieren. Mein Rat: Nicht länger als zwei Tage recherchieren, dann eine Entscheidung treffen und anfangen. Jedes der großen Systeme hat Testphasen, bei Shopify sind es 14 Tage, bei WooCommerce kann man lokal auf dem eigenen Computer testen.

Für Einsteiger im Musikbereich empfehle ich meistens WooCommerce, wenn schon eine WordPress-Website existiert, und Shopify, wenn man komplett neu anfängt und keine Zeit für technische Details hat. Jimdo eignet sich für sehr kleine Sortimente - bis etwa 30 Produkte.

Domain und Hosting einrichten

Die Domain sollte den Shop-Namen oder das Hauptthema enthalten. Für einen Gitarrenshop wäre etwas wie gitarren-werkstatt.de oder meine-akustikgitarren.de besser als ein generischer Name ohne Bezug zum Sortiment. Wichtig: Vor der Registrierung prüfen, ob die Domain auf allen relevanten Plattformen (Instagram, YouTube, Facebook) noch verfügbar ist - Konsistenz über alle Kanäle spart später Verwirrung.

Hosting-Anbieter wie Hetzner, All-Inkl oder IONOS bieten für 5-10 Euro pro Monat solide WordPress-Hosting-Pakete mit SSL-Zertifikat und automatischen Backups. Hetzner ist in der deutschen Entwickler-Community besonders beliebt wegen der stabilen Server und dem guten Preis-Leistungs-Verhältnis. Ich selbst nutze All-Inkl für zwei meiner kleineren Projekte - die Oberfläche ist altmodisch, aber die Server laufen zuverlässig.

Rechtliche Grundlagen nicht überspringen

Hier machen viele Einsteiger einen teuren Fehler: Sie richten den Shop ein, stellen Produkte ein - und vergessen Impressum, Datenschutzerklärung und AGB. In Deutschland ist das kein Kavaliersdelikt. Abmahnungen für fehlende oder fehlerhafte Pflichtangaben kosten schnell mehrere hundert Euro.

Die wichtigsten Pflichtbestandteile für einen deutschen Online-Shop 2026:

- Vollständiges Impressum mit Name, Adresse, E-Mail und - falls vorhanden - Handelsregisternummer
- Datenschutzerklärung nach DSGVO, die alle verwendeten Tools auflistet (auch Google Analytics, Newsletter-Tools etc.)
- AGB mit Widerrufsbelehrung und Widerrufsformular
- Korrekte Preisangaben inklusive Mehrwertsteuer und Versandkosten

Für Datenschutzerklärung und AGB gibt es kostenlose Generatoren, etwa von der IT-Recht Kanzlei oder Händlerbund. Diese Texte sind kein Ersatz für eine rechtliche Beratung bei komplexen Situationen, aber für den Einstieg ausreichend.

Schritt 2: Produkte anlegen und präsentieren

Hier trennt sich der Durchschnittshop vom guten Shop. Die Produktseite ist der wichtigste Verkaufsort - nicht die Startseite, nicht die Über-uns-Seite. Käufer, die über Google auf einen Produktlink kommen, landen direkt dort. Was sie sehen, entscheidet über Kauf oder Absprung.

Produktbeschreibungen, die wirklich funktionieren

Im Musikbereich sind Käufer oft sehr gut informiert. Jemand, der eine gebrauchte Fender Stratocaster sucht, weiß, was er will - er braucht keine allgemeine Erklärung, was eine Strat ist. Was er braucht: den genauen Zustand, das Baujahr, die Seriennummer, Informationen über eventuelle Reparaturen, und eine ehrliche Beschreibung des Klangs.

"Ich habe einmal eine Gitarre verkauft, bei der ich im Beschreibungstext erwähnt habe, dass der Sattel leicht abgenutzt ist und ein Gitarrenbauer ihn wahrscheinlich ersetzen würde. Der Käufer hat mir danach geschrieben, dass genau diese Ehrlichkeit den Ausschlag gegeben hat - er hatte vorher schlechte Erfahrungen mit zu optimistischen Beschreibungen gemacht.