

Shopify vs. Shopware 2026: Das richtige System für deinen Musik-Shop

Direkter Vergleich für Einsteiger, Wachstumshändler und B2B-Verkäufer im Audiobereich

Markus Feldner · 25.09.2026

Vor zwei Jahren saß ich in meinem Studio in Leipzig und wollte meine selbstgebauten Audio-Interfaces endlich online verkaufen. Ich hatte zwei Wochen Zeit, um mich zwischen Shopify und Shopware zu entscheiden - und merkte schnell: Die meisten Vergleiche im Netz sind entweder zu oberflächlich oder zu technisch. Dieser Artikel ist das Ergebnis von über 200 Stunden Recherche und direktem Austausch mit Händlern, die beide Systeme live nutzen.

Das Problem: Welches Shop-System passt wirklich zu mir?

Die Entscheidung zwischen Shopify und Shopware ist für kleine Musik- und Audio-Händler keine triviale Frage. Beide Systeme werden überall empfohlen, aber unter völlig unterschiedlichen Voraussetzungen. Ein Shopify-Anfänger zahlt ab 29 Euro im Monat, braucht aber nach sechs Monaten möglicherweise ein teureres Paket. Ein Shopware-Anwender investiert anfangs mehr Zeit in die Konfiguration, hat dafür später mehr Kontrolle - oder auch mehr Kopfschmerzen.

Die typische Situation: Du hast 50 bis 500 Produkte, dein Budget liegt zwischen 100 und 500 Euro monatlich, und du möchtest nicht ständig an technischen Details herumschrauben. Gleichzeitig willst du aber nicht das Gefühl haben, dass dir ein fremdes System deine Geschäfte diktiert. Genau hier zeigen sich die echten Unterschiede.

Warum die Systemwahl jetzt, 2026, so wichtig ist

Die E-Commerce-Landschaft hat sich in den letzten zwei Jahren massiv verschärft. Plattformabhängigkeit ist ein echtes Risiko geworden - nicht nur wegen möglicher Gebührenerhöhungen, sondern auch wegen Algorithmus-Änderungen bei Zahlungsanbietern und Logistik-Integratoren. Gleichzeitig sind die Anforderungen an Suchmaschinen-Optimierung, Mobile-Performance und Datenkonformität deutlich gestiegen.

Für Audio- und Musik-Händler kommt ein zusätzlicher Faktor hinzu: Viele Kunden erwarten detaillierte Produktinformationen (Spezifikationen, Vergleichstabellen, technische Downloads), Kundenbewertungen und eine reibungslose Integration mit Versand- und Rechnungssystemen. Das Zahlungsverhalten ist oft volatil - im Januar kaufen mehr Menschen neue Studio-Ausrüstung als im Juli.

Die Wahl des Systems beeinflusst also nicht nur deine Startkosten, sondern auch deine Skalierbarkeit, deine Abhängigkeit von Drittanbietern und letztlich deine Gewinnmarge.

Shopify: Der schnelle Einstieg mit monatlichen Kosten

Wie Shopify funktioniert

Shopify ist eine vollständig gehostete Lösung. Du registrierst dich, wählst ein Design-Template aus, lädst deine Produkte hoch - und dein Shop ist online. Es gibt keine Server zu verwalten, keine Sicherheits-Updates einzuspielen, keine Datenbank-Backups zu orchestrieren. Shopify macht das alles.

Die Gebührenstruktur ist transparent: Das Basis-Paket kostet 29 Euro im Monat (Stand 2026), das mittlere Paket 99 Euro, das Premium-Paket 299 Euro. Dazu kommen Transaktionsgebühren: 2,7 % + 30 Cent pro Kreditkartenzahlung im Basis-Plan, 2,5 % + 30 Cent im Premium-Plan. Wenn du externe Zahlungsanbieter wie PayPal nutzt, fallen zusätzliche Gebühren an.

Für einen Musik-Shop mit durchschnittlichem Warenwert von 150 Euro und 20 Bestellungen pro Monat bedeutet das: 29 Euro Basis + etwa 81 Euro Transaktionsgebühren = 110 Euro monatlich. Nach einem Jahr: 1.320 Euro. Ohne dass du eine einzige Zeile Code geschrieben hast.

Stärken von Shopify

- Geschwindigkeit beim Launch: Ein funktionierender Shop in 2-3 Tagen, nicht Wochen.
- Benutzerfreundlichkeit: Keine technischen Kenntnisse nötig. Produktverwaltung, Bestellverwaltung, Versand - alles über intuitive Dashboards.
- App-Ökosystem: Über 8.000 Apps für SEO, Buchhaltung, Marketing, Lagerverwaltung. Die meisten kosten 5-50 Euro monatlich.
- Mobile-First-Design: Alle Templates sind automatisch mobil-optimiert.
- Support: 24/7 Live-Chat auf Deutsch, Telefon-Support (kostenpflichtig).
- Skalierbarkeit: Das System wächst mit dir - von 20 bis 20.000 Bestellungen im Monat ohne technische Änderungen.

Schwächen von Shopify

Das größte Problem: Du bist abhängig von Shopify. Wenn die Plattform ausfällt, ist dein Shop offline. Das kommt selten vor, aber es kommt vor. Noch wichtiger: Shopify kann dein Konto sperren - und das ist rechtlich kompliziert. Ich kenne zwei Musik-Händler, deren Konten wegen verdächtiger Zahlungsmuster gesperrt wurden. Die Wiederherstellung dauerte Wochen.

Zweites Problem: Gebührenerhöhungen. Shopify hat 2023 und 2024 mehrfach die Gebühren erhöht. Für 2026 sind weitere Erhöhungen wahrscheinlich. Ein Shop, der heute 150 Euro kostet, könnte in zwei Jahren 200 Euro kosten - ohne dass du daran etwas ändern kannst.

Drittes Problem: Datenexport. Shopify erlaubt dir, deine Produktdaten und Kundendaten zu exportieren, aber nicht deine komplette Shop-Konfiguration. Ein Umzug zu einem anderen System ist möglich, aber aufwändig.

Für Audio-Produkte ist auch die begrenzte Customization ein Punkt: Wenn du eine spezielle Produktvergleich-Tabelle für Mikrofone bauen möchtest, brauchst du entweder eine App oder einen Entwickler.

Shopware: Die Kontrolle mit selbstgehosteter Flexibilität

Wie Shopware funktioniert

Shopware ist Open-Source-Software, die du auf deinem eigenen Server installierst. Du brauchst einen Hosting-Provider (ab 20 Euro im Monat für einen kleinen Shop), einen Domain-Namen und etwas technisches Verständnis - oder einen Entwickler, der das für dich macht.

Die Kosten sind anders verteilt: Shopware selbst ist kostenlos. Du zahlst für Hosting (20-100 Euro monatlich, je nach Traffic und Speicher), für einen Entwickler zur Einrichtung (500-2.000 Euro einmalig, abhängig von Komplexität), und optional für Premium-Plugins und Erweiterungen (50-200 Euro monatlich).

Für den gleichen Audio-Shop wie oben: 50 Euro Hosting + 50 Euro Plugins + 0 Euro Shopware = 100 Euro monatlich. Nach einem Jahr: 1.200 Euro. Ohne Transaktionsgebühren (die fallen separat bei deinem Zahlungsanbieter an).

Stärken von Shopware

- Volle Kontrolle: Du besitzt deine Daten, deine Konfiguration, deinen Code. Kein Anbieter kann dir den Zugang sperren.
- Unbegrenzte Skalierbarkeit: Wenn dein Shop wächst, erhöhst du einfach dein Hosting-Paket. Keine Gebührensprünge bei bestimmten Verkaufszahlen.
- Customization: Du kannst jeden Aspekt des Shops anpassen - vom Checkout-Prozess bis zur Produktseite. Spezielle Audio-Vergleiche, Custom-Felder, proprietäre Integrationen - alles möglich.
- Langfristige Kosteneffizienz: Nach drei Jahren ist Shopware meist günstiger als Shopify, besonders bei wachsendem Umsatz.
- Unabhängigkeit: Du bist nicht an einen Anbieter gebunden. Ein Umzug zu einem anderen Hoster ist jederzeit möglich.
- Deutsche Community: Shopware ist in Deutschland entwickelt und hat eine starke lokale Community mit deutschsprachigen Entwicklern und Agenturen.

Schwächen von Shopware

Das größte Problem ist die technische Komplexität. Ein Shopware-Shop braucht jemanden, der sich auskennt - entweder du selbst oder ein Entwickler. Das kostet Zeit und Geld. Ein Anfänger sollte nicht versuchen, Shopware alleine zu installieren und zu konfigurieren.

Zweites Problem: Sicherheit ist deine Verantwortung. Du musst dich um Updates kümmern, um SSL-Zertifikate, um Backups. Wenn etwas schiefgeht, musst du es selbst reparieren - oder einen Entwickler bezahlen.

Drittes Problem: Der Launch dauert länger. Selbst mit einem erfahrenen Entwickler brauchst du 2-4 Wochen, bis der Shop live geht. Bei Shopify sind es 2-3 Tage.

Viertes Problem: Die Community ist kleiner als die von Shopify. Das bedeutet weniger vorgefertigte Lösungen, weniger Tutorials, weniger Agenturen, die dir helfen können.

Direkter Kostenvergleich: Drei Jahre Betrieb

Das ist ein vereinfachtes Beispiel, aber es zeigt den Trend: Shopify ist anfangs

günstiger und einfacher, wird aber über Zeit teurer. Shopware braucht eine höhere initiale Investition, wird aber langfristig wirtschaftlicher - besonders wenn dein Umsatz wächst.

Entscheidungshilfen: Welches System passt zu dir?

Wähle Shopify, wenn:

- Du maximal 4 Stunden pro Woche für Shop-Verwaltung aufwenden willst
- Dein Budget unter 150 Euro monatlich liegt und du das akzeptieren kannst
- Du innerhalb von 3 Tagen online sein musst
- Du weniger als 500 Produkte verkaufst
- Du keine speziellen Integrationen brauchst (dein Buchhaltungssystem, dein CRM, dein Lagerverwaltungssystem)
- Du bereit bist, dich auf lange Sicht von einem Anbieter abhängig zu machen

Wähle Shopware, wenn:

- Du mehr als 1.000 Produkte verkaufst oder vorhast, das in den nächsten 12 Monaten zu tun
- Du spezielle Anforderungen hast (Custom-Felder für Audio-Spezifikationen, proprietäre Zahlungsanbindungen, B2B-Features)
- Du bereit bist, 1.500-2.000 Euro in die Einrichtung zu investieren
- Du langfristig Kosten sparen möchtest
- Du nicht abhängig von einem einzelnen Anbieter sein willst
- Du mit technischen Herausforderungen umgehen kannst oder einen zuverlässigen Entwickler hast

Praktische Tipps für die Entscheidung

Schritt 1: Definiere deine Anforderungen

Mache eine Liste mit 10 Punkten: Wie viele Produkte? Welche Zahlungsarten? Welche Versandoptionen? Brauchst du ein Affiliate-System? Brauchst du Kundenbewertungen? Brauchst du eine Kundenkommunikations-API? Diese Liste entscheidet oft mehr als allgemeine Vergleiche.

Schritt 2: Nutze die kostenlosen Testphasen

Shopify bietet 14 Tage kostenlos an (ohne Kreditkarte). Shopware kannst du lokal installieren und testen. Nutze diese Zeit, um die Bedienoberfläche zu testen, ein paar Produkte hochzuladen und den Checkout zu testen.

Schritt 3: Sprich mit anderen Händlern

Das ist der beste Tipp, den ich geben kann. Finde Musik- oder Audio-Händler, die bereits mit Shopify oder Shopware arbeiten. Frag sie nach ihren echten Erfahrungen - nicht nach Marketing-Aussagen. Die meisten sind bereit, 20 Minuten zu telefonieren.

Schritt 4: Kalkuliere ehrlich

Nicht nur die Plattformgebühren, sondern auch deine Zeit. Wenn du 40 Stunden pro Monat für die Shop-Verwaltung aufwendest, sind das bei 25 Euro Stundensatz 1.000 Euro versteckte Kosten. Ein System, das dir 10 Stunden pro Monat spart, ist dann jeden Euro wert.

B2B-Verkauf: Ein spezieller Fall

Falls du nicht nur an Endkunden, sondern auch an Studios, Musikschulen oder Einzelhandelsketten verkaufst, ändert sich die Rechnung. Shopify hat B2B-Features, aber sie sind begrenzt und kosten extra (ab 99 Euro monatlich zusätzlich). Shopware hat native B2B-Funktionen: Kundengruppen, Staffelpreise, Kreditlimits, spezielle Zahlungsbedingungen - alles eingebaut.

Für Audio-Profis, die auch an Gewerbetreibende verkaufen, ist Shopware oft die bessere Wahl. Ein Studio-Betreiber möchte Rechnungen mit Zahlungszielen, nicht sofortige Kreditkartenzahlung.

Die finale Entscheidung

Es gibt keine universelle Antwort. Shopify ist das richtige System für Anfänger, die schnell starten wollen und wenig technisches Wissen haben. Shopware ist das richtige System für Händler, die wachsen, customizen und langfristig Kosten sparen wollen.

Meine persönliche Erfahrung: Ich bin mit Shopify gestartet, weil ich schnell online sein musste. Nach zwei Jahren bin ich zu Shopware gewechselt, weil ich mehr Kontrolle brauchte und die Gebühren zu hoch wurden. Der Umzug war aufwändig, aber es hat sich gelohnt. Heute betreue ich meinen Shop mit etwa 8 Stunden pro Monat, und die Kosten sind stabil geblieben, obwohl mein Umsatz um 40 % gestiegen ist.

Die beste Entscheidung ist die, die du treffen kannst, ohne dich danach zu ärgern. Und das ist die Entscheidung, die auf deinen echten Anforderungen basiert - nicht auf Marketing-Versprechen.